

SKRIPSI

**Analisis Penerimaan dan Keberhasilan
E-Commerce Berbasis WhatsApp dengan Integrasi Model
UTAUT dan DeLone & McLean di Pasar Tradisional
Pacitan**

**Alwan Fayyadh
20221337017**

**Pembimbing I : Dr. Tining Haryanti, S.Kom., M.M., M.Kom.
Pembimbing II : Aswin Rosadi, S.Kom., M.T.**

**Program Studi Informatika
Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surabaya
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

Telah diperiksa dan disetujui oleh Pembimbing I dan Pembimbing II untuk ujian Skripsi Informatika UMSurabaya:

Pembimbing I
Tanggal: 5 Februari 2026



Dr. Tining Haryanti, S.Kom, M.M, M.Kom.
NIDN. 0711108501

Pembimbing II
Tanggal: 5 Februari 2026



Aswin Rosadi, S.Kom., M.T.
NIDN. 0730068805

**LEMBAR PEMBIMBING
SKRIPSI**

**Analisis Penerimaan dan Keberhasilan *E-Commerce* Berbasis
WhatsApp dengan Integrasi Model UTAUT dan DeLone & McLean di Pasar
Tradisional Pacitan**

Disusun untuk memenuhi persyaratan akademik gelar Sarjana
Di Program Studi Informatika Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surabaya

Disusun oleh :

Alwan Fayyadh
NIM. 20221337017

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing :

1. Dr. Tining Haryanti, S. Kom, M.M., M. Kom (.....) 
2. Aswin Rosadi, S.Kom., M.T. (.....) 

**LEMBAR PENGUJI
SKRIPSI**

**Analisis Penerimaan dan Keberhasilan *E-Commerce* Berbasis
WhatsApp dengan Integrasi Model UTAUT dan DeLone & McLean di Pasar
Tradisional Pacitan**

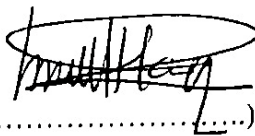
Disusun untuk memenuhi persyaratan akademik gelar Sarjana
Di Program Studi Informatika Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surabaya

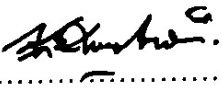
Disusun oleh :

Alwan Fayyadh
NIM. 20221337017

Disetujui oleh :

Dosen Penguji :

1. Muhamad Amirul Haq, S.T., M.Sc., Ph.D (.....)

2. Erie Kresna Andana, S.Kom., M.T. (.....)

**LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI**

**Analisis Penerimaan dan Keberhasilan *E-Commerce* Berbasis
WhatsApp dengan Integrasi Model UTAUT dan DeLone & McLean di Pasar
Tradisional Pacitan**

Disusun untuk memenuhi persyaratan akademik gelar Sarjana
di Program Studi Informatika Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surabaya
Disusun oleh:

**Alwan Fayyadh
NIM. 20221337017**

Disetujui oleh,
Ketua Program Studi Informatika



**Aswin Rosadi, S.Kom., M.T
NIDN. 0730068805**

Mengetahui,
Dekan Fakultas Teknik



**Ir. Vippy Dharmawan, M.Ars
NIDN. 0725096402**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alwan Fayyadh

NIM : 20221337017

Jurusan/ Program Studi : Informatika

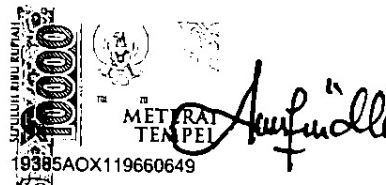
Fakultas/ Program : Teknik

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan hasil penjiplakan (plagiarisme) dari karya orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya, kecuali pada bagian-bagian tertentu yang telah saya cantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan dan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan hasil plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan akademik yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan penuh rasa tanggung jawab untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 22 Juli 2026

Yang membuat pernyataan



19385AOX119660649

Alwan Fayyadh

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Penerimaan dan Keberhasilan E-Commerce Berbasis WhatsApp dengan Integrasi Model UTAUT dan DeLone & McLean di Pasar Tradisional Pacitan” dengan baik dan tepat waktu.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Informatika pada Program Studi Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Surabaya. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa terdapat banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, serta bimbingan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Tining Haryanti, S.Kom., M.M., M.Kom., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Aswin Rosadi, S.Kom., M.T., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan motivasi kepada penulis.
3. Seluruh dosen Program Studi Informatika Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
4. Orang tua, keluarga, serta orang terdekat penulis yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral, dan motivasi tanpa henti.
5. Seluruh responden dan pihak terkait di Pasar Tradisional Pacitan yang telah bersedia membantu dalam proses pengumpulan data penelitian.
6. Teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 22 Juli 2026

Penulis



Alwan Fayyadh

Analisis Penerimaan dan Keberhasilan *E-Commerce* Berbasis WhatsApp dengan Integrasi Model UTAUT dan DeLone & McLean di Pasar Tradisional Pacitan

Nama mahasiswa : Alwan Fayyadh
Pembimbing I : Dr. Tining Haryanti, S.Kom., M.M., M.Kom.
Pembimbing II : Aswin Rosadi, S.Kom., M.T

ABSTRAK

Kelompok masyarakat yang berbelanja di Pasar Tradisional Pacitan mengalami penurunan jumlah pengunjung, terutama karena adanya lebih banyak toko modern di sekitarnya. Masalah ini semakin parah karena para pemilik toko kurang memahami cara menggunakan alat-alat digital, sehingga mereka jarang memanfaatkan metode penjualan daring. Penelitian ini mengkaji seberapa baik *E-Commerce* berbasis WhatsApp diterima dan seberapa suksesnya dengan menggabungkan Teori Terpadu Penerimaan dan Penggunaan Teknologi (UTAUT) dengan model Keberhasilan Sistem Informasi DeLone & McLean. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan memberikan kuesioner kepada para pemilik usaha di Pasar Tradisional Pacitan. Data dari kuesioner tersebut kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik yang disebut Pemodelan Persamaan Struktural Berbasis Kovarians (CB-SEM), dan analisis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak bernama AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ekspektasi Upaya merupakan faktor terbesar yang memengaruhi Niat Perilaku, yang berarti bahwa kemudahan penggunaan sangat penting bagi orang-orang yang belum terlalu terbiasa dengan alat digital. Sementara itu, Kualitas Layanan ditemukan sebagai faktor terpenting yang memengaruhi Penggunaan Aktual, yang menunjukkan betapa pentingnya dukungan layanan yang baik dalam mendorong orang untuk benar-benar menggunakan sistem tersebut. Hasil utama penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara niat seseorang untuk menggunakan sesuatu dan perilaku nyatanya. Penelitian ini menemukan bahwa memiliki rencana atau niat untuk menggunakan suatu produk atau layanan tidak selalu berujung pada penggunaan yang sesungguhnya, terutama di pasar tradisional. Artinya, hanya karena seseorang berniat menggunakan sesuatu, bukan berarti ia benar-benar akan melakukannya. Penelitian ini menunjukkan bagaimana penggabungan model UTAUT dan D&M berlaku dalam konteks penggunaan WhatsApp untuk berbelanja melalui percakapan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kemudahan penggunaan sistem lebih penting daripada alasan pribadi seseorang dalam menggunakannya. Penelitian ini menunjukkan bahwa sistem yang sederhana dan dukungan yang baik membantu orang benar-benar menggunakan sesuatu yang mereka niatkan.

Kata kunci: *E-Commerce*, UTAUT, DeLone & McLean, Kesuksesan Sistem Informasi, Penerimaan Pengguna.

An Analysis of the Acceptance and Success of WhatsApp-Based E-Commerce Using the UTAUT and DeLone & McLean Models Integration in Traditional Markets Pacitan

Student Name : Alwan Fayyadh

Advisor I : Dr. Tining Haryanti, S.Kom., M.M., M.Kom.

Advisor II : Aswin Rosadi, S.Kom., M.T.

ABSTRACT

The number of shoppers at traditional markets in Pacitan has declined, primarily due to the increasing number of modern stores in the surrounding area. This problem is exacerbated by the fact that store owners lack understanding of how to use digital tools, so they rarely utilize online sales methods. This study examined the acceptance and success of WhatsApp-based e-commerce by combining the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) with the DeLone & McLean Information System Success Model. The study employed a quantitative method by distributing questionnaires to business owners at the traditional market in Pacitan. Data from the questionnaires were then analyzed using a statistical technique called Covariance-Based Structural Equation Modeling (CB-SEM), with the analysis conducted using the AMOS software. The results indicated that Effort Expectancy is the most significant factor influencing Behavioral Intention, meaning that ease of use is particularly important for individuals who are not yet fully accustomed to digital tools. Meanwhile, Service Quality was found to be the most important factor which influences Actual Use, demonstrating how important good service support is in encouraging people to actually use the system. The main findings of this study show that there is a gap between a person's intention to use something and their actual behavior. This study found that having a plan or intention to use a product or service does not always lead to actual use, especially in traditional markets. This means that just because someone intends to use something does not mean they will actually do so. This study demonstrated how the integration of the UTAUT and D&M models applies in the context of using WhatsApp for shopping via chat. This study also showed that service quality and system usability are more important than a person's personal reasons for using it. The study demonstrated that a simple system and good support help people actually use what they intend to use.

Keywords: *E-Commerce*, UTAUT, DeLone & McLean, Information Systems Success, User Acceptance,

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGUJI SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Perumusan Masalah.....	5
1.3.Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
1.4.Kontribusi dan Orisinalitas Penelitian.....	6
1.5. Batasan Penelitian	6
1.6. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Dasar Teori.....	8
2.1.1 Lokamart.....	8
2.1.2 Penerimaan Model (UTAUT).....	14
2.1.3. Model Kesuksesan Sistem Informasi DeLone & McLean	15
2.1.4. Integrasi Model UTAUT dan DeLone & McLean	17
2.1.5 Objek Penelitian	18
2.1.6 Metode/Teori/Algoritma(kekurangan metode/teori/algoritma yang lain, dan alasan menggunakan metode tersebut dalam penelitian).....	19
2.2 Pustaka.....	25
2.3 Analisa Kebaruan Penelitian	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Desain Penelitian.....	28

3.2 Identifikasi Masalah	30
3.3 Pengumpulan Data	31
3.4 Perumusan Model dan Hipotesis Penelitian.....	31
3.5 Instrumen Penelitian.....	34
3.6 Uji Validitas (Pearson) dan Reliabilitas (Cronbach Alpha)	36
3.7 Pengolahan & Analisis Data Menggunakan AMOS	38
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk.....	38
3.7.2 Uji Asumsi Dasar	39
3.7.3 CFA (Measurement Model)	40
3.7.4 Goodness of Fit.....	42
3.7.5 SEM (Struktural Model).....	44
3.7.6 Langkah-langkah Analisis SEM.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Umum Penelitian	49
4.2 Pengolahan dan Analisis Data Menggunakan AMOS	50
4.2.1 Uji Validitas Konstruk.....	50
4.2.2 Uji Reliabilitas Konstruk.....	52
4.3 Uji Asumsi Dasar	54
4.3.1 Uji Normalitas	54
4.3.2 Uji Outliers	62
4.3.3 Uji Multikolinearitas	64
4.4 Analisis Model Pengukuran (Confirmatory Factor Analysis).....	65
4.4.1 Hasil Pengujian Measurement Model	77
4.4.2 Hasil Pengujian Persamaan Struktural Model SEM.....	80
4.4.3 Pengujian Model Pengukuran dengan Parameter Lambda.....	85
4.4.4 Analisa Goodness of Fit	87
4.4.5 Modifikasi Model	88
4.5 Analisis Model Persamaan Struktural	91
4.6 Uji Hipotesis.....	92
4.7 Analisis Pengaruh (Direct, Indirect, Total Effect)	97
4.8 Uji Mediasi	100
4.9 Analisis Koefisien Determinasi (Squared Multiple Correlation) ..	101
4.10 Pembahasan	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	105

5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	109
BIODATA PENULIS	132

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbandingan Metode	22
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian	35
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Instrumen (n = 30) Cronbach's Alpha = 0,962	36
Tabel 3. 3 Goodness of-Fit Indexes	44
Tabel 4. 1 Uji Validitas Konstruk	51
Tabel 4. 2 Uji Reliabilitas dan Validitas	53
Tabel 4. 3 Uji Reliabilitas dan Validitas	55
Tabel 4. 4 Uji Normalitas Data Variabel Effort expectancy	56
Tabel 4. 5 Uji Normalitas Data Variabel Social Influence	57
Tabel 4. 6 Uji Normalitas Data Variabel Facilitating Condition	58
Tabel 4. 7 Uji Normalitas Data Variabel Information Quality	58
Tabel 4. 8 Uji Normalitas Data Variabel System Quality	59
Tabel 4. 9 Uji Normalitas Data Variabel Service Quality	60
Tabel 4. 10 Uji Normalitas Data Variabel Behavioral Intention	60
Tabel 4. 11 Uji Normalitas Data Variabel Actual Use	61
Tabel 4. 12 Data Mahalanobis	62
Tabel 4. 13 Hasil Goodness of Fit Indeks Variabel Performance Expectancy	66
Tabel 4. 14 Regression Weight Performance Expectancy	66
Tabel 4. 15 Hasil Goodness of Fit Indeks Variabel Effort Expectancy	67
Tabel 4. 16 Regression Weight Effort Expectancy	67
Tabel 4. 17 Hasil Goodness of Fit Indeks Variabel Social Influence	68
Tabel 4. 18 Regression Weight Social Influence	68
Tabel 4. 19 Hasil Goodness of Fit Indeks Variabel Facilitating Condition	69
Tabel 4. 20 Regression Weight Facilitating Condition	69
Tabel 4. 21 Hasil Goodness of Fit Indeks Variabel Facilitating Condition	70
Tabel 4. 22 Regression Weight Social Influence	70
Tabel 4. 23 Hasil Goodness of Fit Indeks Variabel Information Quality	71
Tabel 4. 24 Regression Weight Social Influence	71
Tabel 4. 25 Hasil Goodness of Fit Indeks Variabel System Quality	72
Tabel 4. 26 Regression Weight Social Influence	72
Tabel 4. 27 Hasil Goodness of Fit Indeks Variabel Facilitating Condition	73
Tabel 4. 28 Regression Weight Social Influence	73
Tabel 4. 29 Hasil Goodness of Fit Indeks Variabel Service Quality	74
Tabel 4. 30 Regression Weight Service Quality	74
Tabel 4. 31 Hasil Goodness of Fit Indeks Variabel Behavioral Intention	75
Tabel 4. 32 Regression Weight Behavioral Intention	75
Tabel 4. 33 Hasil Goodness of Fit Indeks Variabel Actual Use	76
Tabel 4. 34 Regression Weight Actual Use	76
Tabel 4. 35 Hasil Goodness of Fit Indeks Variabel Facilitating Condition	76
Tabel 4. 36 Regression Weight Actual Use	77

Tabel 4. 37 Hasil Goodness of Fit Indeks pengujian Measurement Model	78
Tabel 4. 38 Korelasi antar variabel	79
Tabel 4. 39 Standarized Regression Weight (Lambda)	86
Tabel 4. 40 Hasil Goodness of Fit Indeks Model Struktural	87
Tabel 4. 41 Modifikasi Indeks Model Struktural	88
Tabel 4. 42 Hasil Goodness of Fit Modifikasi Model Struktural	90
Tabel 4. 43 Regression Weight Modifikasi Model Struktural	92
Tabel 4. 44 Ringkasan Uji Hipotesis Direct Effect.....	96
Tabel 4. 45 Ringkasan Uji Hipotesis Indirect Effect	97
Tabel 4. 46 Standarized Direct Effect.....	97
Tabel 4. 47 Standarized Indirect Effect	98
Tabel 4. 48 Standarized Total Effect	98
Tabel 4. 49 Hasil Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total pada Model Struktural	99
Tabel 4. 50 Squared Multiple Correlations	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penyebab Masyarakat Enggan Bertransaksi Online (Mar'atus, 2025).	1
Gambar 1. 2 Trend Penurunan Jumlah Pasar Tradisional(Magister Manajemen Telkom University, 2018).....	2
Gambar 1. 3 <i>E-Commerce</i> berbasis WhatsApp (Lokamart)	3
Gambar 1. 4 Respons Pengguna terhadap Kegagalan Sistem dan Pengalaman Perubahan dalam Memicu Intensi Beralih (Pandu Maulana, 2022)	4
Gambar 2. 1 Flowchart Sistem Lokamart.....	8
Gambar 2. 2 Halaman Pendaftaran Website Lokamart	10
Gambar 2. 3 Pendaftaran Pengguna melalui WhatsApp.....	10
Gambar 2. 4 Tampilan Pemilihan Produk pada Lokamart	11
Gambar 2. 5 Proses Negosiasi dalam Sistem Lokamart	11
Gambar 2. 6 Opsi Metode Pembayaran pada Lokamart.....	12
Gambar 2. 7 Proses Pengiriman Barang oleh Kurir.....	12
Gambar 2. 8 Fitur Ulasan Pengguna pada Lokamart.....	13
Gambar 2. 9 Status Penyelesaian Transaksi	13
Gambar 2. 10 Model UTAUT(Venkatesh et al., 2019).	15
Gambar 2. 11 Model DeLone & McLean(DeLone & McLean, 2003).....	16
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian.....	29
Gambar 3. 2 Model Integrasi Penelitian(Chand et al., 2025)	32
Gambar 3. 3 Path Diagram Pengaruh PE, EE, SI, dan FC Terhadap BI serta AU dengan Mediasi SQ, IQ, dan SERQ.....	46
Gambar 4. 1 Obyek Penelitian Pasar Tradisional Pacitan	49
Gambar 4. 2 Measurement Model Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, System Quality, Information Quality, Service Quality, Behavioral Intention, Actual Use.....	78
Gambar 4. 3 Model Hubungan Variabel Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, System Quality, Information Quality, Service Quality, Behavioral Intention, Actual Use.....	82
Gambar 4. 4 Struktural Model	84
Gambar 4. 5 Hasil Uji Model Struktural.....	85
Gambar 4. 6 Modifikasi Model.....	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Berita Acara Kegiatan Sosialisasi Sistem.....	109
Lampiran 2 Kuisisioner Pembeli	110
Lampiran 3 Kuisisioner Kurir.....	112
Lampiran 4 Kuisisioner Pedagang.....	114
Lampiran 5 Hasil Jawaban Responden Pilot Test.....	116
Lampiran 6 Uji Validitas Realibilitas Menggunakan <i>Factor Loading</i>	118
Lampiran 7 Hasil Jawaban Responden (N=150)	119
Lampiran 8 Surat Keterangan Bebas Pinjam	128
Lampiran 9 Endorsment Letter	129
Lampiran 10 Hasil Plagiasi	130
Lampiran 11 Surat Keterangan Bukti Bebas Plagiasi.....	131