

Abstrak

Tokopedia salam merupakan *e-commerce* pertama kalinya yang ada di Indonesia untuk mempermudah masyarakat dalam memenuhi beragam kebutuhan sehari-hari dengan berbagai pilihan produk halal dan layanan yang baik, lebih lengkap dan amanah. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah masyarakat yang menggunakan aplikasi Tokopedia Salam yang berada di kota Palembang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Penelitian ini menggunakan pengumpulan data berupa kuisisioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Usefulness* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral intention of use* (Z) dengan hasil P value sebesar 0.002 atau ≤ 0.005 . *Ease of use* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral intention of use* (Z) dengan hasil P value sebesar 0.004 atau ≤ 0.005 . *Usefulness* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *system actual use* (Y) dengan hasil P value sebesar 0.000 atau ≤ 0.005 , *Ease of use* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *system actual use* (Y) dengan hasil P value sebesar 0.000 atau ≤ 0.005 . *Behavioural intention of use* (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *system actual use* (Y) dengan hasil P value sebesar 0.000 atau ≤ 0.005 . *Usefulness* terhadap *system actual* pengguna berpengaruh tidak langsung dengan *behavioural of use* sebagai variabel intervening dibuktikan dengan nilai P values sebesar $0.017 \leq 0.005$. pengaruh kemudahan pengguna (*ease of use*) terhadap *system actual* pengguna berpengaruh tidak langsung dengan *behavioural of use* sebagai variabel intervening dibuktikan dengan nilai P values sebesar $0.011 \leq 0.005$.

Kata Kunci: *Usefulness, Ease Of Use, Behavioral Intention Of Use, System Actual Use, Tokopedia Salam*