

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan informasi kian pesat. Salah satunya semakin luasnya jangkauan internet di masyarakat. Adanya jaringan internet memudahkan masyarakat dalam mencari berbagai informasi dan memudahkan dalam menjalankan bisnis *e-commerce*. Bisnis *e-commerce* ditandai dengan adanya situs jual beli online. Hal tersebut menunjukkan bahwa perilaku dalam masyarakat sesuai dengan *Theory of Reasoned Action* (TRA), sedangkan niat untuk menggunakan sistem *e-commerce* dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan perilaku transaksi. Berdasarkan uraian tersebut peneliti melakukan penelitian yang bertujuan untuk pengaruh sikap dan norma subjektif terhadap perilaku untuk bertransaksi menggunakan *e-commerce* melalui pendekatan TRA (*Theory Of Reasoned Action*). penelitian ini menggunakan objek Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura. Jenis penelitian ini menggunakan *mix methode*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner, wawancara, dan dokumentasi, sedangkan teknik analisis menggunakan analisis jalur (*path analysis*).

Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa sikap berpengaruh signifikan terhadap niat untuk bertransaksi menggunakan *e-commerce*, Norma Subjektif berpengaruh signifikan terhadap niat untuk bertransaksi menggunakan *e-commerce*, Niat untuk bertransaksi berpengaruh signifikan terhadap perilaku untuk bertransaksi menggunakan *e-commerce*, Norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap perilaku untuk bertransaksi menggunakan *e-commerce*, dan Norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap perilaku untuk bertransaksi menggunakan *e-commerce*.

Kata kunci : internet, *e-commerce*, TRA

ABSTRACT

The development of technology and information more rapidly. One of them of the vast reach of the Internet on society. Their internet networks facilitate the public in finding a variety of information and ease of doing business e-commerce. Business e-commerce characterized by their online selling sites. It shows that behavior in society in accordance with the Theory of Reasoned Action (TRA), whereas the intention to use the e-commerce system is influenced by attitudes, subjective norms, and behavior of the transaction. Based on these descriptions researchers conducted a study that aims to influence attitudes and subjective norms on behavior to transact use traditional e-commerce approach TRA (Theory Of Reasoned Action) uses the object . This research of the Students Faculty of Economics, University Trunojoyo Madura. This research used a method mix. Data collection techniques in this research using questionnaires, interviews, and documentation, while the analytical techniques used a path analysis (path analysis).

Results from this research show that attitudes have a significant effect on the intention to transact using e-commerce, Norma Subjective significant effect on the intention to transact using e-commerce, Intention to transact a significant effect on the behavior of transactions using e-commerce, Norma subjective significant effect on to conduct transactions using e-commerce, and subjective norms significantly influence the behavior of transactions using e-commerce.

Keywords: internet, e-commerce, TRA