

## Analisis UTAUT2 dalam penggunaan aplikasi on-demand services dengan moderasi perceived privacy = UTAUT2 analysis on the use of on-demand services application with perceived privacy as moderating effect

Dewi Noraga Lumban Batu, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20498613&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Indonesia memiliki populasi yang besar dan pertumbuhan pengguna smartphone dalam beberapa tahun terakhir menciptakan pasar potensial untuk produk digital. Perkembangan internet dan teknologi menciptakan inovasi pada berbagai industri yang memungkinkan konsumen untuk mengakses produk dan layanan dengan mudah dan mulus. Dengan adanya perubahan perilaku konsumen, penyedia layanan berbasis digital mengembangkan platform online, yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja, untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam bentuk aplikasi On-Demand Services. Produk atau layanan dapat dengan mudah dipesan oleh konsumen dalam "satu klik" melalui aplikasi pada smartphone dan akan segera dikirimkan kepada konsumen. Seiring berjalannya waktu, perusahaan pengembang aplikasi On-Demand Service mengembangkan portofolio bisnis mereka ke high-contact services dengan beberapa kategori baru yaitu housing atau cleaning, laundry, repair services, health, dan beauty. Kategori ini juga menawarkan layanan yang terpersonalisasi. Studi ini menganalisis intensitas konsumen untuk menggunakan aplikasi On-Demand Service dengan menganalisa variabel dalam Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2). Data dari responden dianalisis menggunakan teknik pemodelan persamaan struktural (SEM). Temuan dari penelitian ini menunjukkan pengaruh positif yang signifikan yang disebabkan oleh habit, immediacy, effort expectancy, dan performance expectancy. Namun, penerimaan konsumen terhadap teknologi seperti ini juga dipengaruhi oleh perceived privacy konsumen ketika mereka mulai khawatir tentang pertukaran informasi pribadi yang terjadi selama menikmati layanan. Studi ini menemukan bahwa niat konsumen untuk menggunakan aplikasi On-Demand Service tidak dimoderasi oleh perceived privacy mereka.

.....Indonesia has a large population and the growth of smartphone user in recent years defines a potential market for digital products. Establishment of the internet and technology advances creates innovations in various industry that allow consumers to access product and services easily and seamlessly. As consumer behavior is changing, digital service provider develops an online platform, which can be accessed anytime and anywhere, to fulfill consumer's needs and wants in the form of On-Demand Services application. Products or services can be easily ordered by consumers in "one-click" on the mobile application and will be delivered to the consumers immediately. By the time, On-Demand Services application provider scale up their business portfolio to high-contact services in several new categories namely housing or cleaning, laundry, repair services, health, and beauty. These new categories offer personalized services as well. This study analyzes the consumer's intention to use On-Demand Services application by examining variables in Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2). Data collected from respondents were analyzed using structural equation modeling (SEM) technique. The findings of this study indicate significant positive impact caused by habit, immediacy, effort expectancy, and performance expectancy. However, consumer's acceptance of this kind of technology is also affected by their perceived

privacy as they start to concern about personal information exchanging is occurred during consumption of the services. This study found that the consumer's intention to use On-Demand Services Application is not moderated by their perceived privacy.