

Understanding the Intention in Adopting Online Laundry Services: A Digitalize Approach to Foster Laundry SMEs Growth In Indonesia = Memahami Niat dalam Mengadopsi Layanan Laundry Online: Strategi Digitalisasi untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM Laundry di Indonesia

Catherine Kennytha Pedi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920529278&lokasi=lokal>

Abstrak

Pandemi COVID-19 telah melahirkan era baru di mana ketergantungan pada teknologi digital semakin meningkat dan mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan layanan. Di tengah revolusi digital, salah satu contoh penting adalah munculnya layanan laundry digital sebagai sarana pendukung UMKM laundry. Berdasarkan teori Technology Acceptance Model (TAM) yang telah diperluas, penelitian ini menggali perspektif generasi milenial dan Gen-Z yang berusia antara 18 hingga 42 tahun mengenai digitalisasi layanan laundry. Dengan melibatkan persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, kepercayaan, mobilitas, keterlibatan pelanggan, dan keinovatifan sebagai faktor, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana variabel-variabel tersebut mempengaruhi niat perilaku pelanggan untuk mengadopsi layanan teknologi baru, secara khusus berfokus pada layanan laundry online. Penelitian ini mengacu pada tanggapan dari 205 partisipan, dengan 172 tanggapan yang valid dimasukkan dalam analisis. Penelitian ini menggunakan SmartPLS dengan metode Structural Equation Modeling (SEM). Temuan penelitian mengungkapkan bahwa persepsi kegunaan, kepercayaan, mobilitas, dan keinovatifan secara signifikan berdampak pada niat perilaku pelanggan untuk mengadopsi layanan laundry online. Namun, persepsi kemudahan penggunaan dan keterlibatan pelanggan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku. Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi UMKM laundry untuk mengadopsi digitalisasi sebagai pendukung dalam peningkatan minat pembeli.

.....The COVID-19 pandemic has ushered in a new era where reliance on digital technology has increased significantly, transforming the way people interact with services. Amidst this digital revolution, one significant example is the emergence of digital laundry services as a supporting tool for SME laundries. Based on the extended Technology Acceptance Model (TAM) theory, this research explores the perspectives of millennials and Gen-Z, aged between 18 to 42 years, regarding the digitization of laundry services. By considering variables such as perceived ease of use, perceived usefulness, trust, mobility, customer involvement, and innovativeness, the study investigates how these factors influence customers' behavioral intention to adopt new technology services, specifically focusing on online laundry services. The research involves 205 participants, with 172 valid responses included in the analysis. SmartPLS with the Structural Equation Modeling (SEM) method is used for the study. The findings reveal that perceived usefulness, trust, mobility, and innovativeness significantly impact customers' behavioral intention to adopt online laundry services. However, perceived ease of use and customer involvement do not show significant effects on behavioral intention. This research provides valuable insights for SME laundries to embrace digitalization as a means to increase buyer interest.