

INTISARI

Pandemi Covid-19 memberikan banyak perubahan pada perilaku masyarakat dalam menggunakan produk jasa. Sistem reservasi daring yang awalnya hanya digunakan sebagai teknologi yang mempermudah pemesanan jasa, namun pandemi Covid-19 membuat reservasi daring menjadi salah satu perlindungan diri. Penelitian ini bertujuan untuk memahami perilaku konsumen mengenai pengaruh motivasi proteksi, kemudahan penggunaan dan kegunaan yang dirasakan pada sikap terhadap penggunaan reservasi daring dan dampaknya pada niat melanjutkan penggunaan reservasi daring di Indonesia. Penelitian ini menggunakan PMT dan TAM sebagai dasar teori. Sampel pada penelitian ini sebanyak 202 responden yang diambil melalui metode purposive sampling. Data penelitian diambil melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden melalui google form. Metode penelitian ini menggunakan analisis regresi yang sebelumnya telah memenuhi uji instrumen dan uji asumsi klasik menggunakan IBM SPSS. Hasil penelitian membuktikan bahwa motivasi proteksi, kemudahan penggunaan, dan kegunaan yang dirasakan masing – masing berpengaruh positif signifikan pada sikap terhadap penggunaan reservasi daring. Kegunaan yang dirasakan memiliki pengaruh positif yang paling signifikan pada sikap terhadap penggunaan reservasi daring. Hasil penelitian ini juga membuktikan bahwa sikap terhadap reservasi daring berpengaruh positif signifikan pada niat melanjutkan penggunaan reservasi daring.

Kata Kunci: Motivasi Proteksi, Kemudahan Penggunaan, Kegunaan yang Dirasakan, Sikap Terhadap Perilaku, dan Niat Perilaku.

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has brought many changes to people's behavior in using service products. The online reservation system, which was originally only used as a technology that makes it easier to order services, but the Covid-19 pandemic has made online reservations a form of self-protection. This study aims to understand consumer behavior regarding the effect of protection motivation, ease of use and perceived usefulness on attitudes towards the use of online reservations and their impact on intentions to continue using online reservations in Indonesia. This study uses PMT and TAM as the theoretical basis. The sample in this study was 202 respondents who were taken through purposive sampling method. Research data was taken through a questionnaire distributed to respondents via google form. This research method uses regression analysis which has previously fulfilled the instrument test and classical assumption test using IBM SPSS. The results of the study prove that the motivation for protection, perceived ease of use, and perceived usefulness each have a significant positive effect on attitudes towards the use of online reservations. Perceived usefulness has the most significant positive effect on attitudes towards the use of online reservations. The results of this study also prove that attitudes towards online reservations have a significant positive effect on the intention to continue using online reservations.

Keywords: Protection Motivation, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Attitudes Towards Behavior, and Behavioral Intentions.