

INTISARI

Perbaikan drastis dalam ekosistem online saat ini selama bertahun-tahun telah membuka jalan bagi organisasi dan pelanggan untuk berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain dengan lebih baik. Salah satu cara di mana perusahaan memanfaatkan pertumbuhan pengguna ponsel adalah melalui pemanfaatan m-commerce. Untuk mencapai interaksi dan keterlibatan yang lebih baik, sangat penting bagi perusahaan untuk memahami faktor-faktor yang mendorong pengguna untuk menggunakan aplikasi m-commerce tertentu. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pengguna, dengan menggunakan sebagian kerangka kerja Unified Theory of Acceptance & Use of Technology 2 (UTAUT2) dan inovasi pribadi (personal innovativeness), dalam konteks aplikasi pembayaran BBM, My PERTAMINA, di Indonesia.

Penelitian ini adalah studi deskriptif kuantitatif, dengan pengumpulan data cross-sectional (sampling non-probabilistik dengan 416 responden yang valid) melalui distribusi survei dan menggunakan regresi logistik biner sebagai metode analisis penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada tiga faktor (ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, dan motivasi hedonik) signifikan dalam memengaruhi perilaku pengguna My PERTAMINA. Ekspektasi kinerja adalah prediktor paling signifikan dari perilaku penggunaan, sementara motivasi hedonik menunjukkan efek negatif pada perilaku pengguna My PERTAMINA.

Keterbatasan penelitian ini termasuk variasi responden yang tidak seimbang, pengabaian variabel moderasi, dan survei yang diadminstrasikan sendiri. Oleh karena itu, penelitian masa depan disarankan untuk memasukkan variabel moderasi dan faktor-faktor relevan lainnya, memperluas ukuran dan cakupan sampel, serta menjelajahi berbagai perspektif adopsi inovasi yang berbeda.

Kata Kunci: UTAUT2, Teori Penerimaan & Penggunaan Teknologi, Harapan Kinerja, Harapan Upaya, Pengaruh Sosial, Nilai Harga, Motivasi Hedonik, Inovasi Personal, Kebiasaan, Kondisi Fasilitas, Perilaku Penggunaan, E-commerce Mobile, My PERTAMINA, Regresi Logistik Biner.

ABSTRACT

Drastic improvements in the current online ecosystems over the years have paved the way for both organizations and customers to have better interactions and engagement with each other. One of the ways in which companies are capitalizing on the growth of mobile users is through utilization of m-commerce. In order to achieve better interaction and engagement, it's crucial for companies to understand the factors that drive users to use a particular m-commerce app. Therefore, the study aims to analyze the factors that influence user usage behavior, by partially using the framework of Unified Theory of Acceptance & Use of Technology 2 (UTAUT2) and personal innovativeness in the context of a fuel transaction mobile commerce app, My PERTAMINA, in Indonesia.

The research is a descriptive quantitative study, with cross-sectional data collection (non-probabilistic sampling with 416 valid respondents) from the distribution of a survey and uses binary logistic regression as the study's analysis method. The results showed that three factors (performance expectancy, social influence, and hedonic motivation) were significant in influencing the usage behavior of My PERTAMINA's users. Performance expectancy were the most significant predictor of usage behavior, while hedonic motivation indicated a negative effect on the usage behavior of My PERTAMINA's user.

The limitation of the study includes imbalanced respondent variance, disregard of moderating variables, and self-administered survey. Hence future studies are recommended to include moderating variables and other relevant factors, expand the sample size and scope, and explore different innovation adoption perspective.

Keywords: UTAUT2, Unified Theory of Acceptance & Use of Technology, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Price Value, Hedonic Motivation, Personal Innovativeness, Habits, Facilitating Conditions, Usage Behavior, Mobile Commerce, My PERTAMINA, Binary Logistic Regression.