

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi niat UMKM untuk menggunakan kembali aplikasi X di Jabodetabek dengan mempertimbangkan faktor psikologi seperti kecemasan atas teknologi baru, keyakinan diri, dan kekhawatiran privasi sebagai variabel independen dan variabel niat menggunakan kembali sebagai variabel dependen. Penelitian ini juga menggunakan model yang modifikasi kerangka kerja *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan tetap menggunakan variabel sikap kegunaan sebagai mediator antara persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan dengan niat menggunakan kembali. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Objek dalam penelitian ini adalah aplikasi *e-commerce* B2B untuk sektor FMCG. Subjek dalam penelitian ini adalah merupakan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang sudah tidak aktif menggunakan aplikasi X. Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui survei kuesioner secara daring, dan kemudian di peroleh data 200 responden. Data kemudian diolah menggunakan teknik analisa *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan program aplikasi SmartPLS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Kecemasan atas teknologi baru berpengaruh signifikan dan negatif terhadap persepsi kegunaan, (2) Kecemasan atas teknologi baru berpengaruh signifikan dan negatif pada persepsi kemudahan penggunaan, (3) Keyakinan diri berpengaruh signifikan dan positif pada persepsi kegunaan, (4) Keyakinan diri berpengaruh signifikan dan positif pada persepsi kemudahan penggunaan, (5) Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan dan positif pada persepsi kegunaan, (6) Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan dan positif pada sikap kegunaan, (7) Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan dan positif pada sikap kegunaan, (8) Kekhawatiran privasi berpengaruh signifikan dan negatif pada sikap kegunaan, (9) Kekhawatiran privasi berpengaruh signifikan dan negatif pada niat menggunakan, (10) Sikap kegunaan berpengaruh signifikan dan positif pada niat menggunakan kembali.

**Kata kunci:** B2B, *e-commerce*, niat menggunakan kembali, penerimaan teknologi, TAM.

## ABSTRACT

This study aims to analyze the intention to reuse the application X by considering the factors of psychology such as new technology anxiety, self-efficacy, and privacy concern as independent variable and intention to re-use as dependent variable. This study was also using modification of the *Technology Acceptance Model* (TAM) framework that involved attitude as a mediator between perceived ease of use, perceived usefulness, and intention to reuse. The approach used in this research is a quantitative approach. The object was used in this study is e-commerce B2B application focusing in FMCG sector. The subject was used in this study is Micro, Small Medium, Enterprise (MSME's) who were not active using the application. The research data were obtained from the results of filling out the questionnaire through online and 200 respondents. Then Data analyzed using the SEM analysis technique with the help of the Structural Equation Modeling (SEM) program.

The results of this study indicate that (1) New Technology Anxiety has a negative and significant effect on perceived usefulness, (2) New Technology Anxiety has a negative and significant effect on perceived ease of use, (3) Self-efficacy has a positive and significant effect on perceived usefulness, (4) Self-efficacy has a positive and significant effect on perceived ease of use, (5) Perceived ease of use has a positive and significant effect on perceived usefulness, (6) Perceived usefulness has a positive and significant effect on attitudes, (7) Perceived ease of use has a positive effect and significant to attitude, (8) Privacy concern has a negative and significant effect on attitude, (9) Privacy concern has a negative and significant effect on intention to reuse, (10) Attitude has a positive and significant effect on intention to reuse.

**Keywords:** B2B, *e-commerce*, intention to reuse, technology acceptance, TAM.