

ABSTRAK

Studi ini menyelidiki dampak transformatif teknologi pada lanskap bisnis modern, khususnya dalam bidang aplikasi *ride-hailing* yang dinamis. Berfokus pada Gojek, pemain terkemuka yang menawarkan ekosistem multifaset, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi penerapan *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna terhadap platform inovatif ini. Munculnya aplikasi *ride-hailing*, seperti layanan komprehensif Gojek, telah mengubah paradigma transportasi tradisional, menyediakan solusi mobilitas yang efisien dan mudah diakses. Meski menghadapi tantangan seperti permasalahan regulasi dan dampak pandemi COVID-19, Gojek tetap menjadi pilihan utama pengguna di Indonesia. Penelitian ini, yang didasarkan pada kerangka kerja TAM yang diperluas, dengan menambahkan tiga faktor eksternal seperti kepercayaan, pengaruh sosial, dan kenyamanan, yang membentuk penerimaan pengguna yang akan mengarah pada niat penggunaan kembali, menawarkan wawasan penting bagi lanskap teknologi mobilitas perkotaan dan terus berkembang di Indonesia.

Penelitian ini berbasis pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner, dengan ukuran sampel sebanyak 212 responden. Data yang dikumpulkan kemudian diolah menggunakan metode SEM dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ditemukan pengaruh yang signifikan dari persepsi kepercayaan, dan persepsi kenyamanan pada tingkat penerimaan teknologi. Selain itu, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan juga menunjukkan pengaruh yang signifikan pada sikap dan juga pada keinginan untuk menggunakan kembali aplikasi. Satu temuan yang menarik menunjukkan bahwa pengaruh sosial ditemukan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap persepsi kegunaan dan kemudahan.

Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi para pemimpin perusahaan *ride-hailing*, khususnya Gojek, dan memiliki arti penting bagi industri yang lebih luas di Indonesia. Temuan ini melengkapi penelitian yang sudah ada, menyoroti faktor-faktor penting yang mempengaruhi penerimaan teknologi dan kemungkinan penggunaannya di masa depan. Khususnya, elemen eksternal seperti keamanan dan kenyamanan muncul sebagai faktor penentu penting selain faktor tradisional. Penelitian ini menggarisbawahi bahwa persepsi kemudahan penggunaan memberikan pengaruh positif yang paling besar dan signifikan terhadap persepsi kegunaan, dan menekankan pentingnya kesederhanaan operasional dalam aplikasi *ride-hailing*.

Kata Kunci: Perceived Trust, Social Influence, Perceived Enjoyment, Perceived Effectiveness, Perceived Ease of Use, Attitude, Reuse Intention.

ABSTARCT

This study delves into the transformative impact of technology on the modern business landscape, particularly within the dynamic realm of ride-hailing applications. Focused on Gojek, a prominent player offering a multifaceted ecosystem, this research aims to explore the applicability of the Technology Acceptance Model (TAM) in understanding the factors influencing users' acceptance of this innovative platform. Despite facing challenges such as regulatory issues and the impact of the COVID-19 pandemic, Gojek remains a preferred choice among Indonesian users. This research, anchored in an extended TAM framework, adding three external factors such as, trust, social influence, and enjoyment, seeks to unravel the intricate factors shaping user acceptance that will lead to reuse intention, offering insights crucial for the evolving landscape of technology-driven urban mobility in Indonesia.

This research is based on a quantitative approach. Data collection was carried out using a questionnaire, with a sample size of 212 respondents. The data collected was then processed using the SEM method with the help of SmartPLS 3 software. The research results showed that a significant influence was found from perceived trust and perceived comfort on the level of technology acceptance. In addition, perceived usefulness and perceived convenience also show a significant influence on attitudes and also on the desire to reuse the application. One interesting finding showed that social influence was found to have a positive but insignificant effect on perceived usefulness and convenience.

This research offers valuable insights for leaders of ride-hailing companies, particularly Gojek, and holds significance for the broader industry in Indonesia. The findings complement existing studies, shedding light on pivotal factors influencing technology acceptance and the consequent likelihood of future usage. Notably, external elements like security and enjoyment emerge as crucial determinants alongside traditional factors. The research underscores that perceived ease of use exerts the most substantial and significant positive influence on perceived usefulness, emphasizing the importance of operational simplicity in ride-hailing applications. This insight calls for a strategic focus on improving application user interfaces, seeking continuous feedback from users, and staying abreast of industry developments.

Keywords: Perceived Trust, Social Influence, Perceived Enjoyment, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude, Reuse Intention, Technology Acceptance Model.

