

## INTISARI

Dampak pandemi COVID-19 telah mendorong banyak individu di seluruh dunia, baik yang baru pertama kali menggunakan layanan belanja bahan pangan secara daring maupun yang telah mengadopsi sebelumnya, untuk bergantung pada platform daring tersebut. Fenomena baru ini dalam dunia perdagangan elektronik menarik perhatian para peneliti yang berusaha memahami implikasi dan perubahan perilaku konsumen yang terjadi. Meskipun layanan belanja daring menjadi populer selama pandemi, masih belum jelas apakah tren ini akan bertahan dan menjadi kebiasaan permanen setelah masa krisis kesehatan global ini berlalu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor niat berlanjut pada belanja bahan pangan secara daring menggunakan pendekatan *the extended unified theory of acceptance and use of technology* (UTAUT2).

Penelitian ini menggunakan metode survei kuesioner terhadap pelanggan yang pernah melakukan belanja bahan pangan secara daring, sebanyak 270 kuesioner yang valid dikumpulkan dan dinilai berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan *structural equation model partial least square* SEM-PLS untuk mengevaluasi data empiris dan menguji 7 hipotesis. Temuan penelitian menyatakan bahwa ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, nilai harga, dan kebiasaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat keberlanjutan. Sebaliknya, variabel ekspektasi usaha, fasilitas pendukung, dan motivasi hedonisme tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat keberlanjutan.

**Kata Kunci:** Belanja bahan pangan secara daring, Pasar daring, UTAUT, Niat berlanjut

## ABSTRACT

*The impact of the COVID-19 pandemic has compelled individuals worldwide, whether new adopters of online grocery shopping services or those who had embraced them before, to rely on these digital platforms. This emerging phenomenon in the realm of electronic commerce has captured the attention of researchers seeking to understand the implications and changes in consumer behavior. Despite the surge in popularity of online grocery shopping services during the pandemic, it remains uncertain whether this trend will endure and become a permanent habit after the global health crisis subsides. This research aims to investigate the factors influencing the continued intention in online grocery shopping, utilizing the extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) framework.*

*This research employed a survey questionnaire method targeting customers who have engaged in online grocery shopping. A total of 270 valid questionnaires were collected and assessed based on predetermined criteria. The gathered data were analyzed using the Structural Equation Model Partial Least Square (SEM-PLS) to evaluate empirical data and test seven hypotheses. The research findings indicate that performance expectancy, social influence, price value, and habit positively influence the continued intention. In contrast, the variables of effort expectancy, facilitating conditions, and hedonic motivation do not have a significant impact on the continued intention.*

**Keywords:** *Online grocery shopping, E-commerce, UTAUT 2, Continued intention*