

INTISARI

Munculnya teknologi *smartphone* telah menjadi ancaman besar bagi *feature phone* yang telah memiliki kejayaan pada periode sebelumnya. Meskipun terjadi peningkatan pengguna *smartphone*, *feature phone* tetap menjadi pilihan konsumen walaupun mengalami penurunan jumlah. Hal ini menunjukkan bahwa produk yang diadopsi tidak hanya produk yang bagus dari sisi produsen (*technology driven*), tetapi terdapat faktor-faktor lain yang perlu diperhatikan, yaitu faktor internal dan eksternal konsumen. Adanya faktor-faktor yang dicurigai memengaruhi keputusan pembelian produk *smartphone* tersebut memiliki hubungan yang sifatnya masih probabilistik sehingga terdapat adanya unsur ketidakpastian di dalamnya. Salah satu jenis metode yang dapat digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang berhubungan dengan unsur ketidakpastian adalah *Bayesian Network* (BN). Tujuan dari penelitian ini adalah membangun model adopsi teknologi *smartphone* dengan pendekatan BN.

BN yang dikembangkan terdiri dari dua bagian, bagian pertama adalah struktur kualitatif, yaitu hubungan dalam model dan bagian kedua adalah struktur kuantitatif yang diwakili oleh probabilitas kejadian setiap faktor. Literatur dan kuesioner awalan digunakan untuk membangun struktur kualitatif yang ditunjukkan hubungan antarfaktor, berdasarkan literatur dan kuesioner. Selanjutnya, hubungan kuantitatif yang menunjukkan probabilitas kejadian setiap faktor dibentuk melalui metode survei kuesioner sebagai langkah pengumpulan data lengkap. Setelah model lengkap terbentuk, dilakukan pencarian model terbaik dan validasi. Validasi *network* dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada responden yang berbeda dari sebelumnya (saat pengumpulan data).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa model adopsi teknologi *smartphone* dengan pendekatan *Bayesian Network* telah berhasil dibuat dengan mempertimbangkan faktor produk, harga, sumber informasi (promosi), tempat, faktor sosial, *trend*, dan faktor pribadi serta telah divalidasi. Model tersebut dapat digunakan untuk melihat kecenderungan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan adopsi produk *smartphone* (*what-if-scenario*) sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan produsen dalam meluncurkan suatu produk *smartphone*.

Kata kunci: *uncertainty*, adopsi *smartphone*, *Bayesian Network* (BN)