



ABSTRACT

In-App Purchase or payment system based on application is one of promising revenue model in mobile application for application developers or marketers. However, In-App Purchase is placed in the lowest rate compared to other model. This paper attempts to present the analysis of In-App Purchase adoption viewed from the user behavior of mobile application as the consumers. This study is done by combining the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology approach that was developed (UTAUT2) with involving perceived security aspect. The result shows that the habit of potential users, information security assurance, and hedonic motivations of potential users are the main supporting factors in adopting In-App Purchase. Those factors can be admitted as a reference in developing mobile application, in order to make In-App Purchase can be accepted and used by potential users of mobile application.

Keywords: *in-app purchase, utaut2, perceived security, partial least squares*



INTISARI

Aplikasi mobile dapat mendatangkan uang (*monetize*) dengan tiga cara, yaitu melalui *mobile advertising*, *premium app*, dan *in-app purchases*. Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa *in-app purchase* masih kurang diminati pengguna aplikasi mobile di Indonesia. Dari sisi pengembang aplikasi, *in-app purchase* sangat berpotensi untuk meningkatkan pendapatan aplikasi mobile. Sedangkan dari sisi pengguna aplikasi, lebih mudah dalam menentukan konten mana yang akan ia bayar sesuai kebutuhan (berbeda dengan *premium app* yang semua fitur dibeli dalam satu paket aplikasi). Penelitian ini mencoba menjelaskan suatu pemahaman tentang penerimaan *in-app purchase* dalam konteks pengguna aplikasi mobile. Pemahaman tersebut nantinya dapat dijadikan *guideline* pengembang aplikasi mobile agar penerimaan (*revenue*) aplikasi mobile melalui metode *in-app purchase* dapat meningkat dan lebih efektif.

Dalam penelitian ini selain menggunakan pendekatan *Extended Unified Theory of Acceptance of Technology* (UTAUT2) sebagai model pengukuran penerimaan teknologi dalam konteks pengguna sebagai konsumen, juga menambahkan *perceived security* sebagai faktor pengaruh yang diduga berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *in-app purchases*.

Penelitian ini dilaksanakan dengan metode survei, pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disampaikan kepada responden. Sampel penelitian ditentukan dengan teknik *convenience sampling* dan *snowball sampling*. Hasil pengumpulan data dianalisis menggunakan teknik *Partial Least Squares* (PLS) dengan melakukan pengujian terhadap model penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *hedonic motivation*, *habit*, dan *perceived security* merupakan faktor pengaruh yang signifikan untuk menjelaskan niat berperilaku (*behavioral intention*) menggunakan *in-app purchase*.

Kata kunci: *in-app purchase*, *utaut2*, *perceived security*, *partial least squares*