

## **ABSTRACT**

---

As the capital of Indonesia, Jakarta holds the title of one of the city with the worst traffic congestion in the world. Efforts have been taken to solve this issue, including the utilization of mobile applications. Jakarta has a motorcycle taxi and courier service called Go-Jek which allows users to order a motorcycle taxi for travelling around town or to ship packages through mobile phone application. Although Go-Jek may be used as a new mean to slowly solve the severe traffic issues being faced by Jakarta, it will not be fully optimized in usage if the citizens of Jakarta are not aware of its existence, functionality, and also if the factors driving user intention are not clear. Using Technology Acceptance Model 2, this research aims to see how the variables included in the model will influence user's intention towards the Go-Jek. The research has shown that subjective norm, results demonstrability, and perceived ease of use are the factors which influence user's perspective towards the usefulness of the Go-Jek. This perception then leads to user's intention in utilizing Go-Jek in assisting them with their daily activities. Both users and non-users who are aware of the Go-Jek service were included as samples for this research.

**Keywords:** Go-Jek, Mobile Commerce, Motorcycle Taxi, Traffic Congestion, Jakarta, Technology Acceptance Model.

## **ABSTRAK**

---

Sebagai ibukota Indonesia, Jakarta merupakan salah satu kota dengan kemacetan lalu lintas terburuk di dunia. Berbagai upaya telah diambil untuk memecahkan masalah ini, salah satunya dengan memanfaatkan aplikasi ponsel. Jakarta memiliki ojek dan layanan kurir yang disebut Go-Jek yang membuat pengguna dapat memesan ojek untuk berkeliling kota atau ke mengirim paket melalui aplikasi ponsel. Meskipun Go-Jek dapat digunakan sebagai sarana baru untuk perlahan-lahan memecahkan masalah lalu lintas yang parah yang dihadapi oleh masyarakat Jakarta, penggunaannya tidak dapat sepenuhnya dioptimalkan jika warga Jakarta tidak menyadari keberadaannya, fungsinya, dan juga jika faktor yang membuat niat pengguna tidak diketahui dengan jelas. Dengan menggunakan *Technology Acceptance Model 2*, penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana variabel yang terdapat dalam model akan mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan Go-Jek. Penelitian telah menunjukkan bahwa norma subjektif, pembuktian hasil, dan persepsi kemudahan penggunaan adalah faktor-faktor yang mempengaruhi perspektif pengguna terhadap kegunaan dari Go-Jek. Persepsi ini kemudian dapat menyebabkan niat pengguna untuk memanfaatkan Go-Jek dalam membantu mereka melakukan kegiatan sehari-hari mereka. Baik pengguna maupun bukan pengguna yang mengetahui mengenai layanan Go-Jek disertakan sebagai sampel untuk penelitian ini.

**Keywords:** Go-Jek, Mobile Commerce, Ojek, Kemacetan Lalu Lintas, Jakarta, Technology Acceptance Model.