



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengadopsian *Website* Pasar BRI oleh para pembeli di pasar tradisional di Kota Denpasar. Model *Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2)* yang dikemukakan oleh Venkatesh *et al.*, (2012) dan *Perceived Risk Theory* yang dikemukakan oleh Bauer (1960) digunakan dalam penelitian ini. Persepsi risiko hanya terbatas pada persepsi keamanan dan privasi dikarenakan menjadi variabel yang signifikan terkait niat pengadopsian teknologi. Responden penelitian yang menjadi sampel sejumlah 139 orang berdasarkan kuesioner yang disebarakan secara *online* dan *offline*. Data dianalisis menggunakan alat analisis *Partial Least Square* dengan perangkat lunak SMART PLS 3.3.

Hasil penelitian menyatakan ekspektansi kinerja, ekspektansi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *website* Pasar BRI. Motivasi hedonis, nilai harga, persepsi keamanan, persepsi privasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *website* Pasar BRI. Kebiasaan dan niat perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menggunakan *website* Pasar BRI. Kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku menggunakan *website* Pasar BRI.

Variabel moderasi yang meliputi jenis kelamin, umur, dan pengalaman pembeli sebagian besar tidak mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Pengalaman tidak memoderasi hubungan antara kondisi yang memfasilitasi dengan niat menggunakan *website* Pasar BRI. Umur memoderasi hubungan motivasi hedonis terhadap niat menggunakan *website* Pasar BRI. Hubungan antara kebiasaan dengan perilaku menggunakan *website* Pasar BRI dimoderasi oleh pengalaman.

Kata Kunci: *website* Pasar BRI, *UTAUT2*, persepsi keamanan dan privasi, SEM-PLS



ABSTRACT

This study aims to measure the adoption of Pasar BRI website by buyers at Denpasar's Traditional Market. Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) model proposed by Venkatesh et al., (2012) and the Perceived Risk Theory proposed by Bauer (1960) are used in this study. The perceived risk is only limited to perceived security and privacy because it is a significant variable related to the intention to adopt technology. The research respondents who became the sample were 139 people using questionnaires distributed online and offline. The data were analysed using partial least square with SMART PLS 3.3 software.

The results stated that performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, and habits have no significant effect on the intention to use Pasar BRI website. Hedonic motivation, price value, perceived security, perceived privacy have a positive and significant effect on the intention to use Pasar BRI website. Habits and behavior intentions have a positive and significant effect on Pasar BRI website using behavior. Facilitating conditions have no significant effect on Pasar BRI website using behavior.

Moderating variables which include gender, age, and buyer experience mostly do not influence the relationship between the independent variable and the dependent variable. Experience does not moderate the relationship between facilitating conditions and intentions to use the Pasar BRI website. Age moderates the relationship between hedonic motivation and intention to use Pasar BRI website. The relationship between habits and behavior using the Pasar BRI website is moderated by experience.

Keywords: *Pasar BRI website, UTAUT2, perceived security and privacy, SEM-PLS*