

## ABSTRAK

Lingkungan bisnis di sektor telekomunikasi berubah sangat cepat dan dinamis. Agar tetap tumbuh, para operator telekomunikasi dituntut untuk melakukan inovasi bisnis. Pada saat bersamaan internet telah muncul sebagai teknologi yang memunculkan berbagai peluang bisnis. Sehingga terjun ke bisnis *internet broadband* merupakan pilihan mutlak bagi operator telekomunikasi. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, diproyeksikan bahwa pengguna internet di Indonesia akan terus tumbuh. Pada saat yang hampir bersamaan pemerintah sedang mendorong percepatan dan perluasan pembangunan nasional, yang mana salah satu program yang bertalian dengan sektor telekomunikasi adalah percepatan pembangunan akses internet *broadband* di seluruh Indonesia. PT Telkom turut mendukung program tersebut, memasuki bisnis *internet broadband* dengan menggelar layanan *Wifi.id*. Memperhatikan tingkat penggunaan atau trafik layanan *Wifi.id* yang masih rendah serta tingkat pendapatan yang belum maksimal, sehingga untuk mempercepat proses adopsi layanan diperlukan kajian mengenai faktor kunci yang mempengaruhi *behavioral intention* untuk melakukan adopsi layanan *Wifi.id* dari pengguna internet dalam hal ini *pengguna wifi.id* dengan tujuan mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam mengadopsi layanan *Wifi.id*. Kajian ini perlu dilakukan mengingat sejauh pencarian literatur yang telah penulis lakukan, belum ditemukan adanya pembahasan mengenai topik ini. Pendekatan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah model penerimaan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)* yang telah dimodifikasi dengan variabel konstruk *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Price Value* dan *Habit*, variabel dependen terdiri dari *Behavioral Intention* sedangkan *Age dan Income* sebagai variabel moderasinya.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara *online* maupun tatap muka langsung. Penyebaran informasi melalui email dan *social media*, *blackberry messenger*, *whatsapp* dan tatap muka selama kurang lebih satu bulan. Jumlah responden yang didapatkan adalah 519 responden dengan 399 responden yang dinyatakan valid. Prosentase responden yang dinyatakan valid jika responden merupakan pengguna layanan *Wifi.id*. Untuk memastikan kuesioner diisi target responden yang tepat, maka responden menjawab tiga *screening question* dengan benar. Pengolahan data menggunakan metode *Partial Least Square (PLS)* dengan bantuan *software* aplikasi *SmartPLS 3.0*.

Dari hasil pengolahan didapatkan model dengan nilai *R-Square* sebesar 0,661 sehingga model ini dapat memprediksi niat dari responden dalam melakukan adopsi layanan *Wifi.id* dengan kemampuan prediksi sebesar 66,1%.

Terdapat lima variabel dalam *Modified UTAUT2* yang terbukti memiliki pengaruh signifikan positif terhadap niat untuk melakukan adopsi layanan *Wifi.id* di Indonesia yaitu *Facilitating Condition (2,990)*, *Habit (5,651)*, *Hedonic Motivation (3,844)* dan *Performance Expectation (5,156)*, *Prive Value (7,851)*. Pengaruh variabel moderasi perbedaan usia (*Age*) terbukti berpengaruh pada variabel *Habit, Effort Expectancy, Facilitating Condition, Hedonic Motivation* dan *Performance Expectancy* dalam niat mengadopsi layanan *Wifi.id*. Sedangkan untuk variabel moderasi pendapatan (*Income*) terbukti bahwa perbedaan tingkat pendapatan memoderasi pengaruh pada variabel *Habit*, dan *Hedonic Motivation*.

**Kata Kunci** : *Habit, Prive Value, Facilitating Condition, Behavioral Intention, Telkom, Telekomunikasi*

## **ABSTRACT**

*The business environment in the telecommunications sector is changing very rapidly and dynamically. To remain still growing, telecommunication operators are required to conduct business innovation. At the same time the Internet has emerged as the technology and generating business opportunities. So, entering business broadband internet is the absolute choice for telecommunication operators. Based on data from the Indonesian Internet Service Provider Association, projected that Internet users in Indonesia will continue to grow. At the same time the government is to encourage the acceleration and expansion of national development, which is one of the programs related to the telecommunications sector is accelerating the development of broadband internet access throughout Indonesia. PT Telkom also supported the program, enter the broadband Internet business by deploying the service Wifi.id. Noting the level of use or traffic Wifi.id services is still low and the level of income that is not maximized, so as to accelerate the adoption of service required study on the key factors that influence the behavioral intention to perform the services Wifi.id adoption of Internet users in this regard wifi users. In order to know what factors that influence consumer behavior in adopting the service of Wifi.id. This study needs to be done considering the extent to which the literature search has been done, has not found any discussion on this topic. Theoretical approaches used in this study is a model of acceptance of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) which has been modified with variable constructs Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Price Value and Habit, & variable dependent consists of Behavior Intention while Age and Income as a moderation variable.*

*Data collected through online questionnaires and face-to-face. Dissemination of information via email and social media, BBM, WhatsApp and face-to-face for approximately one month. The number of respondents who obtained is 519 respondents with 399 respondents who declared valid. Percentage of respondents who declared valid if the respondent is a service user of Wifi.id. To ensure the target respondents filled in a questionnaire right, the respondent has answered three screening question correctly. Data processing using Partial Least Square (PLS) with the help of software applications SmartPLS 3.0.*

*From the results obtained processing models with R-Square value of 0.661 so that the model can predict the intentions of the respondents in performing adoption services of Wifi.id the predictive capability of 66.10 %.*

*There are five variables in Modified UTAUT2 were shown to have a significant influence on the intention to conduct adoption services in Indonesia, namely Facilitating Wifi.id Condition (2.990), Habit (5.651), Hedonic Motivation (3.844) and Performance Expectation (5.156), Privé Value (7.851 ,. The influence of moderating variables age difference (Age) proved influential in variable Habit, Effort Expectancy, Facilitating Condition, Hedonic Motivation and Performance Expectancy in adopting intention Wifi.id. services As for the moderating variable income (income) proved that the differences in income levels moderating influence on Habit variable, and Hedonic Motivation.*

**Key Word** : *Habit, Performance Expectancy, Price Value , Behavioral Intention, Telkom, Telecommunication*