

ABSTRAK

Pasar internet di Indonesia sangat besar dan tumbuh dengan cepat. Hal ini didukung oleh pertumbuhan *smartphone* sebagai media akses. Mahasiswa sebagai salah satu *high user* internet membutuhkan akses *broadband* dalam menyelesaikan tugas kampus. PT Telkom sebagai salah satu perusahaan *telco* terbesar di Indonesia menangkap peluang tersebut dengan menggelar poduk *SSO wifi.id*. Dalam waktu 2 tahun, performansi bisnis kurang memuaskan, dimana jumlah *user* hanya mencapai 9.000 mahasiswa dari *market size* sebesar 6,7 juta. Diperlukan kajian mengenai faktor kunci yang mempengaruhi *Behavioral Intention (BI)* dan *Use Behavior (UB)* untuk melakukan adopsi layanan *SSO wifi.id* dari pengguna pengguna *SSO wifi.id* dengan tujuan mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh terhadap kecenderungan dan perilaku konsumen dalam mengadopsi layanan *SSO wifi.id*.

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, Habit* dan *Mobile Friendliness*, variabel dependen terdiri dari *Behavioral Intention* dan *Use Behavior* sedangkan *Age* dan *Income* sebagai variabel moderasinya.

Penelitian ini mengidentifikasi dan memprediksi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi *BI* dan *UB* Mahasiswa Indonesia untuk mengadopsi *SSO wifi.id* dalam mendukung aktivitas belajar mereka dengan menggunakan Model *Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)*. Terdapat 737 data valid dari data responden yang berasal dari tiga universitas dengan jumlah user tertinggi di antara universitas lainnya di Indonesia (sekitar 81% dari total user).

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara *online* dan tatap muka. Jumlah responden sebanyak 737 responden. Pengolahan data menggunakan metode *Partial Least Square (PLS)* dengan bantuan *software SmartPLS 2.0*. Dari hasil pengolahan didapatkan model dengan nilai *R-Square* sebesar 0,791 terhadap *BI* dan 0,748 terhadap *UB* yang termasuk dalam kategori model kuat. Dengan demikian model *Modified UTAUT2* dapat memprediksi *intention* Mahasiswa untuk menggunakan *SSO wifi.id* melalui variabel *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, price value, hedonic motivation, habit* dan *mobile friendliness* sebesar 79,10%, sementara 20,90% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Terhadap *BI*, *Habit* menjadi variabel yang paling berpengaruh dengan nilai *path coefficient* paling besar, diikuti oleh *Price Value, Mobile Friendliness, Social Influence, Hedonic Motivation, Facilitating Condition, Effort Expectancy*, dan *Performance Expectancy*. Sementara terhadap *UB*, *BI* menjadi variabel yang paling, diikuti oleh *Facilitating Condition* dan *Habit*. Variabel moderator Usia memoderasi pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *BI*, terutama berdampak lebih kuat pada kelompok Semester Awal. Variabel moderator *Income* memoderasi pengaruh *Price Value* terhadap *BI*, terutama berdampak lebih kuat pada kelompok *Mid low*.

Berdasarkan analisa deskriptif diketahui bahwa *user* memberikan penilaian yang tinggi terhadap semua variabel indenpenden. *Habit* adalah faktor yang paling berpengaruh pada adopsi *SSO wifi.id*, diikuti *Price Value*, diharapkan Telkom dapat mendorong kebiasaan *user* melalui *event* yang membutuhkan akses *broadband* (seminar *online, e-learning*, dan lain-lain) dengan harga yang terjangkau.

Kata kunci: *SSO wifi.id, Modified UTAUT2, Adopsi Teknologi.*