

ABSTRAK

Saat ini di Indonesia, pengguna layanan *broadband* sedang mengalami peningkatan yang signifikan. Dalam kondisi kehidupan masyarakat dengan tingkat aktivitas kerja yang tinggi, kebutuhan masyarakat akan akses internet cepat sebagai hiburan dan penunjang dalam pekerjaan menjadi semakin meningkat. *Home Digital Service* (HDS) sebagai layanan yang dapat memberikan pengalaman seperti *browsing*, *movie streaming*, *game online*, *download*, *chatting* di tempat hunian, merupakan layanan *fixed broadband* berteknologi FTTH yang dikembangkan oleh PT. Telkom. Saat ini dalam pengembangannya, Telkom memerlukan *insight* mengenai perilaku pelanggan HDS serta faktor-faktor yang mendorongnya menggunakan layanan HDS.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana karakteristik dan perilaku pengguna layanan HDS dan faktor-faktor yang mendorong pengguna dalam mengadopsi layanan HDS berdasarkan *Extending The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*. Jenis dan metode penelitian yang digunakan adalah penelitian *explanatory* (kausalitas) dan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan layanan HDS di area Jabodetabek. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan *proportional cluster area* dengan jumlah sampel 340 responden. Penelitian dilakukan pada periode bulan Mei s.d Juni tahun 2013 dengan melakukan survey (penyebaran kuesioner). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskripsi *mean least square* dan analisis *Covariance based Structural Equation Model* (CB-SEM).

Hasil penelitian berdasarkan analisis CB-SEM menunjukkan bahwa faktor *social influence*, *hedonic motivation*, dan *habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan (*behavioral intention*) layanan HDS dengan *age*, *gender*, dan *experience* sebagai variabel yang memoderasi. Selain itu, didapatkan pula bahwa variabel *behavioral intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan (*usage behavior*) layanan HDS yaitu sebesar 54% dengan taraf signifikan sebesar 0,1%. Berdasarkan tahap uji model secara menyeluruh, dibuktikan bahwa 91% keberadaan model penelitian mampu dijelaskan oleh keragaman data yang dianalisis dan 9% keberadaan model penelitian dijelaskan oleh variabel – variabel diluar model penelitian yang dianalisis dengan $R^2=0.64$.

Melalui penelitian ini, disimpulkan bahwa *habit* merupakan faktor yang berpengaruh positif paling tinggi dan signifikan terhadap niat berperilaku menggunakan layanan *Home Digital Service* dan pengaruh lebih kuat pada pengguna perempuan, berusia ≥ 30 tahun, dan berpengalaman ≤ 1 tahun. Oleh karena itu, Telkom perlu melakukan *consumer maintenance* dalam bentuk kontrol terhadap keluhan dan tanggapan konsumen secara berkala dan melakukan *system maintenance* yang berkelanjutan untuk meningkatkan performansi layanan dan meningkatkan penggunaan layanan

Home Digital Service oleh pelanggan. Selain itu, Telkom perlu melakukan inovasi dan pengembangan layanan yang dimiliki HDS secara berkelanjutan khususnya dalam hal *content* untuk mempertahankan bahkan meningkatkan tingkat kesenangan pelanggan dalam menggunakan layanan HDS.

Kata kunci: *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Price Value, Habit, Behavioral Intention, Using Behavior, Broadband Industry, Telkom*

ABSTRACT

Currently in Indonesia, broadband users were experiencing a significant increase. In the living conditions of communities with high levels of work activities, community need fast internet access as entertainment and supporting the work has intensified. Home Digital Service (HDS) as a service that can provide experiences like browsing, movie streaming, online gaming, downloading, chatting in dwellings, a fixed broadband service FTTH technology developed by PT. Telkom. Currently in development, Telkom requires insight regarding HDS customer behavior and the factors that pushed the using HDS services.

This study aims to determine how the characteristic and behavior of HDS services users and the factors that encourage users to adopt HDS services based on The Extending of The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. Types and methods of research is explanatory research (causal) and quantitative. The population used in this study is the HDS customer in the Greater Jakarta area. The sampling technique used was purposive sampling and cluster proportional to the total sample area of 340 respondents. The data analysis technique used is the least square mean analysis and Covariance based Structural Equation Model analysis.

The results based on the CB-SEM analysis showed that the influence of social factors, hedonic motivation, and habit, and a significant positive effect on the intention to use HDS services by age, gender, and experience as a moderating variable. In addition, it was found also that the behavioral intention variable positive and significant effect on the behavior of usage HDS service that is equal to 54% with a significance level of 0.1%. Based on the overall model test phase, 91% proved that our model is able to explain the existence of diversity data were analyzed by 9% and the presence of the research model is described by variables - variables outside the model study were analyzed with $R^2 = 0.64$

Through this study, it was concluded that the habit is the most influential factor positive and significant higher intention to use the service behaves Home Digital Service and stronger influence on female users, aged ≥ 30 years, and experienced ≤ 1 year. Therefore, Telkom needs to perform maintenance in the form of consumer control and consumer responses to complaints on a regular basis and perform ongoing maintenance system to improve service performance and increase the use of Home Digital Service by the customer. In addition, Telkom needs to do the innovation and development of services that are owned HDS continuously especially in terms of content maintain and even increase the level of customer delight in using HDS.

Keyword: Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Price Value, Habit, Behavioral Intention, Using Behavior, Broadband Industry, Telkom