

## ABSTRAK

Dari tahun ke tahunnya pengguna *smartphone* di seluruh dunia terus bertambah. Hal tersebut juga terjadi di Indonesia, di mana dari tahun ke tahun penetrasi pasar *smartphone* di Indonesia terus berkembang. Pada penelitian yang dilakukan oleh Emarketer, Indonesia merupakan negara yang berada pada posisi ke-7 pengguna *smartphone* terbanyak di dunia. Dan diprediksikan akan terus meningkat hingga posisi ke-4 setelah negara China, India, dan Amerika. Adapun wilayah penelitian faktor-faktor minat pengguna *smartphone* ini akan dilakukan di Kota Bandung, dikarenakan hingga tahun 2017, Kota Bandung merupakan salah satu kota di Indonesia yang cukup cepat dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan kota Bandung juga merupakan kota yang memiliki banyak penduduk yaitu mencapai 2.771.138 juta jiwa yang juga merupakan kota terpadat ke-3 setelah DKI Jakarta dan Surabaya sehingga dianggap mampu merepresentasikan Indonesia secara keseluruhan.

Penelitian ini mengukur minat mahasiswa pengguna *smartphone* di Kota Bandung menggunakan UTAUT sebagai model penelitian dengan variabel yang akan dianalisis adalah *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, selain itu dilakukan juga pengukuran langsung dari variabel endogen *attitude toward using smartphone*, dan *acceptance to use smartphone*.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan *google form* kepada responden sebanyak 416 responden di Kota Bandung dengan kuesioner berjumlah 20 pertanyaan dari masing-masing variabel yang disebar melalui Line, Whatsapp, Instagram, dan Twitter. Setelah itu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap pertanyaan dan variabel yang diajukan sehingga didapatkan seluruh indikator dan variabel valid dan reliabel. Pengolahan data dilakukan dengan dengan metode *convenience sampling* dan data primer dianalisis dengan menggunakan *structural equation modeling* pada program LISREL 8.80.

Berdasarkan hasil pengolahan data untuk melihat bagaimana hubungan antar variabel didapatkan hasil sebagai berikut yaitu *performance expectancy* dan *attitude toward using smartphone* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *acceptance to use smartphone*, sedangkan *facilitating conditions* tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *acceptance to use smartphone*, untuk pengaruh langsung dari *effort expectancy*, *social influence* memiliki pengaruh signifikan terhadap *attitude toward using smartphone*. Sedangkan, untuk *performance expectancy* terhadap *attitude toward using smartphone* tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.

Berdasarkan hasil penelitian, variabel yang memiliki pengaruh tertinggi terhadap minat mahasiswa pengguna *smartphone* ialah *effort expectancy*. Oleh karena itu apabila perusahaan *smartphone* ingin meningkatkan penjualan *smartphone* mereka di Indonesia khususnya Kota Bandung, maka disarankan agar produsen *smartphone* mampu menawarkan *smartphone* yang mudah untuk digunakan oleh para penggunanya baik dari segi tata letak, fitur, aplikasi, cara mempelajari penggunaannya, hingga sensitivitas layar sentuh dari *smartphone* tersebut.

Kata kunci: UTAUT, SEM, *effort expectancy*, *social influence*, *attitude toward using smartphone*, *acceptance to use smartphone*.