

ABSTRAK

Smartphone adalah media telekomunikasi yang mendukung perubahan perkembangan teknologi dan pengguna berkembang sangat pesat seiring dengan meningkatnya jumlah perusahaan smartphone. Daftar perusahaan smartphone yang menjadi pemimpin pasar di Indonesia dan di dunia berbeda, kecuali Samsung. Ini menunjukkan kriteria berbeda yang dibutuhkan oleh pengguna smartphone di Indonesia dan di dunia. Karena kebutuhan dan keinginan Konsumen berbeda dan selalu berubah, produsen smartphone harus peka terhadap perubahan ini dan karena persaingan yang sangat ketat.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji faktor-faktor di dalam model UTAUT2 yang dimodifikasi; Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi Fasilitasi, Motivasi Hedonis, Nilai Harga, dan Kebiasaan, yang memengaruhi Niat Perilaku dan juga apakah usia, jenis kelamin dan pendapatan mempengaruhi faktor-faktor di dalam model UTAUT2 yang dimodifikasi dalam konteks Smartphone di Indonesia. Penelitian ini menggunakan data dari 120 responden valid yang merupakan pengguna Smartphone di Indonesia.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan studi kausal. Skala likert digunakan untuk mengukur setiap item dalam kuesioner sebagai alat pengumpulan data utama. Structural Equation Modelling (SEM) dengan Partial Least Square (PLS) adalah teknik analisis data dalam penelitian ini, dan SmartPLS 2.0 sebagai alat statistik.

Berdasarkan hasil penelitian ini, faktor-faktor dalam model UTAUT 2 yang dimodifikasi yang mempengaruhi Niat Perilaku Konsumen dalam menggunakan smartphone di Indonesia adalah Ekspektasi Kinerja, Nilai Harga, dan Kebiasaan. Dan semua variabel moderat terbukti tidak mempengaruhi konstruk dalam penelitian ini.

Implikasi dari penelitian ini diharapkan dapat membantu manajemen dalam hal untuk mengetahui preferensi Konsumen, sehingga probabilitas untuk mendapatkan lebih banyak pembeli meningkat.