

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan teknologi dan informasi di era globalisasi seperti saat ini, salah satu perkembangan teknologi yang beberapa tahun ini sedang populer di Indonesia adalah aplikasi transportasi *online*. Perkembangan bisnis jasa transportasi berbasis teknologi saat ini dapat memberikan kemudahan kepada para pengguna yang memiliki mobilitas tinggi dalam hal pemesanan jasa transportasi dapat dilakukan menggunakan *smartphone*.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari enam variabel independen (X) yaitu variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, dan *price value*. Sedangkan untuk variabel dependen (Y) yaitu variabel *behavioral intention*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Populasi yang digunakan adalah pelajar SMA di Kota Bandung yang pernah menggunakan aplikasi Gojek dengan jumlah sampel 400 responden dan teknik sampling yaitu *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, dan *price value* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi Gojek secara simultan dengan nilai pengaruh sebesar 45,5% yang berarti sisanya sebesar 54,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti di dalam penelitian ini. Variabel *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, dan *price value* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan Gojek secara parsial, sedangkan variabel *performance expectancy* dan *effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi Gojek secara parsial.

Kata Kunci: UTAUT 2, *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, *Behavioral Intention*, Gojek.