

ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini sangat pesat. Segala aspek dalam kehidupan terpengaruh oleh adanya perkembangan teknologi tersebut, tidak dapat disanggah bahwa semakin berkembangnya teknologi akan mempermudah segala aktivitas kehidupan manusia. Dalam tahun terakhir, jumlah gamer di Indonesia meningkat dengan pesat. Jumlah transaksi dalam game juga meningkat yang menandai pesatnya perkembangan sektor industri gaming di Indonesia. Meskipun begitu, masih banyak kesulitan untuk bertransaksi dalam game, salah satunya, sulitnya menemukan voucher game. Codashop merupakan platform untuk memudahkan dalam melakukan *Top Up* Game dengan mudah, cepat dan aman. Dengan melakukan top up untuk beberapa game android dan personal komputer. Game yang dapat melakukan *Top Up* dalam aplikasi codashop ini dari mulai game Free Fire, Mobile Legend, PUBG Mobile, Call Of Duty dan masih banyak game lainnya yang dapat pengguna aplikasi ini lakukan. Kemudahan menggunakan aplikasi codashop ini pengguna tidak perlu menggunakan akun untuk dapat masuk kedalam aplikasi tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa faktor yang mempengaruhi minat perilaku konsumen terhadap penggunaan layanan *website* Codashop di Indonesia dengan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) menggunakan perubahan model. Faktor-faktor ini terdiri dari *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, *Habit* dan *Website Quality* sebagai variabel utama serta *Age* dan *Gender* sebagai variabel moderator.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif untuk menjelaskan persepsi pelanggan terhadap variabel dan meneliti hubungan sebab akibat antara variabel berdasarkan hipotesis di dalam penelitian. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner online melalui Google Form. Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 400 responden yang berdomisili di Indonesia. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan Software SmartPLS 3.3.9.

Penelitian ini memberikan pemahaman mendalam tentang *Behavioral Intention* dan *Use Behavior* pengguna Codashop di Indonesia. Hasil penelitian dapat digunakan oleh Codashop untuk merumuskan strategi untuk meningkatkan *Behavioral Intention* dan *Use Behavior* pengguna Codashop di Indonesia.

Kata Kunci: Perubahan Model UTAUT 2, *Website*, *Top Up* Voucher Game, Codashop, *Structural Equation Modelling* (SEM)