

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 telah mengubah gaya bersosialisasi saat ini, dan aplikasi jodoh menjadi topik perbincangan yang menarik di Indonesia. Rakuten Insight menyatakan bahwa sebanyak 32% interaksi dalam aplikasi kencan meningkat selama Covid-19, dan peningkatan penggunaan aplikasi kencan sebanyak 19% selama satu tahun. Bumble adalah salah satu aplikasi kencan terbesar di dunia. Tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki faktor-faktor yang terkait dengan penerimaan teknologi dan penggunaan aplikasi Bumble. Kerangka penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah UTAUT2. Pengumpulan data diproses menggunakan teknik kuesioner yang disebarluaskan kepada seluruh pengguna Bumble yang berdomisili di Indonesia. Analisis data akan menggunakan SmartPLS 3.2.9 yang menghasilkan *outer model testing* dan *inner model testing*. Analisis Deskriptif dalam penelitian ini dibutuhkan untuk memahami lebih dalam mengenai karakteristik responden serta penilaian mereka terhadap Bumble.

Hasil menunjukkan terdapat lima faktor signifikan yang mempengaruhi *Use Behavior* dan *Behavioral Intention* pengguna Bumble di Indonesia, yaitu *Performance Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Price Value*, dan *Habit* dan berpengaruh positif signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Sementara itu, *Behavioral Intention* dan *Habit* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *Use Behavior*.

Kata kunci: Bumble, UTAUT2, use behavior, behavior intention, Indonesia.