

ABSTRAK

Layanan *over-the-top* (OTT) merupakan sebuah layanan yang merevolusi cara broadcasting streaming konten. Jika pada metode streaming konvensional masih memerlukan infrastruktur fisik seperti kabel dan tv satelit, pada layanan OTT tidak lagi membutuhkan hal tersebut karena seluruh broadcast dapat dilakukan menggunakan internet. Di Indonesia, penyedia layanan OTT cukup beragam akan tetapi terdapat sebuah layanan OTT lokal bernama Vidio yang mampu bersaing bahkan mengungguli para pemain OTT global seperti Netflix, Disney+, iQiyi, dll.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi pada pengguna layanan streaming lokal asal Indonesia yaitu Vidio dengan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) dan variabel tambahan berupa *Discovery of New Content* dan *Ubiquity*. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan responden pengguna Vidio sebanyak 401 responden.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy*, *social influence*, *price value*, *habit*, dan *ubiquity* dianggap secara signifikan berpengaruh terhadap konteks penggunaan layanan streaming lokal Vidio.

Kata Kunci: UTAUT2, *Discovery of New Content*, *Continue use Intention*, *Video Streaming Services*, *Over-the-top* (OTT)