ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku konsumen dalam menggunakan layanan aplikasi mobile Traveloka di Indonesia. Model penelitian yang digunakan adalah consumer technology, Unified Theory of Acceptance and Understanding of Technology 2 (UTAUT2) yang tediri dari beberapa pengukur Behavioral Intention diantaranya variabel expectancy, effort expectancy, price value, facilitating condition, habit, social influence, dan hedonic motivation serta dua variabel moderator yaitu gender dan educational level. Proses pengumpulan data menggunakan metode purposive sampling dengan sampel 311 responden yang pernah menggunakan dan melakukan pembelian tiket pesawat atau hotel melalui aplikasi Traveloka. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian adalah metode Partial Least Square (PLS) dengan menggunakan program SmartPLS 2.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari konstruk penelitian dengan Model UTAUT2 habit, hedonic motivation, dan facilitating condition memiliki pengaruh terhadap behavioral intention penggunaan aplikasi Traveloka. Hubungan moderator gender dan educational level tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap konstruk penelitian, kecuali hubungan gender dengan habit dan educational level dengan effort expectancy. Implikasi manajemen dari penelitian ini diharapkan developer mobile apps dapat mengetahui preferensi konsumen dalam menggunakan layanan aplikasi *mobile* Traveloka.

Kata Kunci: Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2), Niat Perilaku Konsumen, Aplikasi *Mobile*