

ABSTRAK

Layanan Indonesia WiFi @wifi.id merupakan layanan internet berbasis WiFi yang paling populer di Indonesia dimana layanan tersebut menggabungkan keunggulan mobilitas yang dimiliki jaringan seluler dengan kualitas jaringan yang handal dari jaringan kabel. Namun, tingkat adopsi pengguna dalam menggunakan layanan ini masih terbilang rendah. Oleh karenanya, hal itu penting dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat dan perilaku pengguna dalam menggunakan layanan @wifi.id.

Melalui penelitian ini akan dilakukan pengukuran untuk mengetahui faktor yang menjadi preferensi pengguna layanan @wifi.id serta faktor-faktor yang mempengaruhi niat dan perilaku penggunaan layanan internet @wifi.id di kawasan Telkom University berdasarkan model UTAUT2 yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit* yang dimoderatori oleh *Age*, *Gender*, dan *Experience*.

Penelitian ini menggunakan 420 sampel responden yang menggunakan layanan @wifi.id di kawasan Universitas Telkom dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang terdiri dari pertanyaan preferensi pengguna dan 28 item pernyataan mencakup sembilan konstruk variabel UTAUT 2. Pengujian tingkat preferensi responden menggunakan analisis konjoin tradisional dengan teknik regresi menggunakan *software Microsoft excel*. Pengujian model struktural dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan bantuan *software LISREL 8.80* dan pengukuran uji keterlibatan variabel moderator menggunakan *software AMOS 22*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan merupakan faktor terpenting dalam preferensi pengguna dalam menggunakan @wifi.id, Faktor-faktor UTAUT 2 yang mempengaruhi *Behavioral Intention* antara lain *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Facilitating Condition*, *Price Value*, dan *Habit*. Besarnya pengaruh dari faktor-faktor tersebut adalah 61%, sementara faktor yang mempengaruhi *Use Behavior* yaitu *Behavioral Intention* dan *Habit* mempunyai pengaruh sebesar 53%. Faktor *Age* terbukti memoderasi pengaruh *Social Influence* dan *Price Value* terhadap *Behavioral Intention*. *Gender* terbukti memoderasi pengaruh *Social Influence*, dan *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention* serta pengaruh *Habit* terhadap *Use Behavior*. *Experience* terbukti memoderasi pengaruh *Facilitating Condition*, dan *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention* serta pengaruh *Behavioral Intention*, dan *Habit* terhadap *Use Behavior*.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, perusahaan dapat mempertimbangkan faktor mana saja yang harus menjadi prioritas utama yang harus ditingkatkan, seperti perawatan jaringan secara rutin, mendesain ulang tampilan antarmuka website, bekerjasama dengan seluruh operator telekomunikasi di Indonesia dalam menyediakan saluran penjualan @wifi.id, dan melakukan pengembangan produk yang berorientasi pada kebutuhan pengguna sesuai dengan preferensinya dalam menggunakan layanan @wifi.id.

Kata kunci: Manajemen Operasi, UTAUT2, SEM, Technology Adoption, wifi.id