

ABSTRAK

Usia tua dapat menjadi pasar yang potensial bagi perkembangan *e-Commerce* di masa depan, karena penggunaan Internet pada usia tua meningkat setiap tahunnya. Namun, peneliti dan praktisi sebelumnya yang telah meneliti tentang perilaku konsumen *online* yang berfokus pada pasar kaum muda dan kurang memperhatikan masalah yang terkait pada usia tua. Untuk menjembatani kesenjangan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor pendorong (*Performance expectation, effort expectation, social influence* dan *facilitating conditions*) dan faktor penghambat (*Usage, value, risk, tradition* dan *image*) terhadap minat beli *online* pada usia tua di Indonesia.

Teori penelitian ini menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dan *Innovation Resistance Theory* (IRT). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian berupa studi deskriptif. Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data untuk kuesioner dan studi kepustakaan. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* jenis *purposive sampling*. Jumlah responden sebanyak 100 responden. Alat analisis pada penelitian ini menggunakan bantuan *software* IBM SPSS versi 22. Metode analisis yang digunakan yaitu uji Analisis Regresi Linier Berganda.

Berdasarkan hasil Uji-F, faktor pendorong (*Performance expectation, effort expectation, social influence* dan *facilitating conditions*) dan faktor penghambat (*Usage, value, risk, tradition* dan *image*) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *online* pada usia tua di Indonesia. Berdasarkan hasil Uji-t subvariabel *facilitating conditions* dan *usage* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli *online* pada usia tua di Indonesia. Besarnya pengaruh faktor pendorong dan faktor penghambat terhadap minat beli *online* pada usia tua di Indonesia bisa dilihat berdasarkan hasil uji analisis linier berganda, yaitu sebesar 0,879 dan - 0,150.

Kata Kunci : Faktor Pendorong, Faktor Penghambat, Minat Beli *Online*, UTAUT, IRT, Usia Tua dan Indonesia.