

ABSTRAK

Salah satu tantangan yang dihadapi Indonesia adalah kualitas pendidikan yang kurang baik. Tidak hanya kualitasnya yang kurang baik, penyebaran pendidikan yang rata di seluruh negeri belum terdistribusi dengan baik. Pada industri 4.0, penetrasi internet dan *smart phone* di Indonesia telah tumbuh secara signifikan setiap tahunnya dan menghasilkan kelahiran startup baru, termasuk startup pendidikan yang bertujuan untuk membantu mengatasi kualitas pendidikan yang kurang baik. Untuk lebih meningkatkan niat *end users*, memberikan wawasan yang bermanfaat bagi peningkatan di masa depan, penelitian ini menerapkan model UTAUT2 yang dimodifikasi dengan memasukkan konten sebagai variabel independen tambahan, dengan tingkat sekolah, (*school level*), jenis kelamin, dan *subscribership* sebagai variabel moderasi. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan di distribusikan ke Provinsi Aceh, Provinsi Sumatera Selatan, Provinsi Jambi, Kota Pekanbaru, Kota Bitung, Kabupaten Banyumas, dan Kota Denpasar. SmartPLS 3.2.8 digunakan untuk menguji model luar (*outer model*) dan model dalam (*inner model*). Selain itu, analisa deskriptif dilakukan untuk lebih memahami karakteristik responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada lima faktor yang mempengaruhi niat untuk menggunakan Ruangguru, yaitu *price value*, *habit*, *performance expectancy*, *content* dan *hedonic motivation*. *Effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating condition* tidak signifikan. Dua variabel moderasi tidak mempengaruhi hubungan antara variabel laten, namun *school level* menunjukkan pengaruh tersebut. Ditemukan bahwa tingkat sekolah yang berbeda menunjukkan pengaruh terhadap *price value*. Hal ini dapat disebabkan oleh daya beli yang berbeda antar murid SMP dan SMA.

Kata kunci: Ruangguru, *continuance intention*, UTAUT2, *content*, *school level*.