

ABSTRAK

Penggunaan teknologi robotik dalam sektor pelayanan, khususnya dalam konteks restoran dan kafe, merupakan inovasi yang belum banyak diimplementasikan di Indonesia. Meskipun terdapat beberapa penelitian yang mengakui dampak positif dari penggunaan robot, literatur masih terbatas terutama dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat menghambat adopsi teknologi ini, terutama di tengah asumsi bahwa konsumen cenderung terbuka terhadap perubahan. Penelitian ini bertujuan untuk mendalami pengadopsian teknologi robotik di sektor tersebut, dengan penekanan pada faktor-faktor yang memengaruhi adopsi dan persepsi konsumen terhadap robot pelayanan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif eksploratif dengan menggunakan wawancara semi-terstruktur untuk memahami konsumen terkait penggunaan robot pelayanan. Faktor-faktor demografis, seperti gender, usia, pendidikan, dan kelas sosial, juga menjadi fokus untuk mengevaluasi perbedaan dalam adopsi teknologi ini. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang tantangan dan peluang implementasi teknologi robotik di sektor pelayanan Indonesia.

Kata Kunci : Teknologi Robotik, Robot Pelayanan, Niat Konsumen, Persimpangan Identitas, Behavioral Reasoning Theory