

ABSTRAK

Dinas Perpustakaan dan Arsip Daerah (DPAD) Daerah Istimewa Yogyakarta menerapkan sebuah teknologi Informasi yang dinamakan Aplikasi iJogja yang digunakan dalam mempermudah kinerja layanan perpustakaan agar lebih efisien. Aplikasi iJogja dirilis pertama kali pada 2 Agustus 2016 dan hingga saat ini pengguna Aplikasi iJogja sudah lebih dari 10 ribu pengguna. Namun, implementasi Aplikasi iJogja masih belum sepenuhnya diketahui secara menyeluruh dari sisi kebermanfaatannya oleh beberapa pengguna dan belum adanya penilaian mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi minat dari penggunaan Aplikasi iJogja serta masih adanya keluhan dari pengguna terkait performa dan fitur – fitur yang tersedia pada Aplikasi iJogja. Dengan adanya permasalahan tersebut, maka pada penelitian ini akan dilakukannya analisis mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi minat penggunaan Aplikasi iJogja dan mengetahui faktor mana yang paling kuat dalam mempengaruhi minat penggunaan Aplikasi iJogja.

Penelitian ini menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology2* (UTAUT2) yang diadopsi dari model Sutanto et al (2018) dengan menghilangkan variabel *price value* (nilai harga), variabel tersebut tidak relevan digunakan pada penelitian ini karena Aplikasi iJogja merupakan teknologi Informasi yang tersedia secara gratis untuk seluruh pengguna. Sehingga pada penelitian ini hanya menggunakan delapan variabel utama yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *behavioral intention*, *use behaviour*, *hedonic motivation*, dan *habit* serta menggunakan tiga variabel moderat yaitu *age*, *gender*, dan *experience*. Pada penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada pengguna Aplikasi iJogja dengan jumlah sampel 100 responden. Kemudian data yang telah diperoleh akan dilakukan pengolahan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan *software SmartPLS* versi 3.

Dari dua puluh satu hipotesis yang diajukan, lima hipotesis dinyatakan diterima dan enam belas lainnya dinyatakan ditolak. Maka dari itu diperoleh hasil bahwa variabel yang dapat memengaruhi *behavioral intention* pada Aplikasi iJogja yaitu *hedonic motivation* dan *habit*, sehingga semakin tinggi motivasi hedonis dan faktor kebiasaan dapat mempengaruhi tingginya minat penggunaan Aplikasi iJogja. Kemudian diperoleh hasil bahwa variabel yang memengaruhi *use behaviour* pada Aplikasi iJogja yaitu *facilitating conditions*, *behavioral intention*, dan *habit* dengan variabel moderasi *age*, sehingga semakin baiknya kondisi yang memfasilitasi, niat perilaku penggunaan, serta semakin tingginya kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh usia produktif dalam penggunaan teknologi informasi, maka akan semakin baik dan tinggi juga minat penggunaan Aplikasi iJogja. Hasil pengujian dengan variabel moderasi menunjukkan hanya variabel *age* saja yang dapat mempengaruhi perilaku penggunaan Aplikasi iJogja, sedangkan untuk variabel moderasi *gender* dan *experience* menunjukkan tidak adanya efek moderasi untuk niat perilaku dan perilaku menggunakan Aplikasi iJogja.

Kata Kunci : Aplikasi iJogja, Analisis Faktor Minat Penggunaan, UTAUT2, SEM

ABSTRACT

The Regional Library and Archives Service (DPAD) of the Daerah Istimewa Yogyakarta applies an information technology called the iJogja Application which is used to facilitate the performance of library services to be more efficient. The iJogja application was first released on August 2, 2016 and so far the iJogja application has more than 10 thousand users. However, the implementation of the iJogja Application is still not fully known in terms of usefulness by some users and there is no assessment of what factors affect the interest in using the iJogja Application and there are still complaints from users regarding the performance and features available on the iJogja Application. With these problems, in this study an analysis will be carried out on what factors influence interest in using the iJogja Application and find out which factors are the strongest in influencing interest in using the iJogja Application.

This study uses the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology2 (UTAUT2) model adopted from the Sutanto et al (2018) model by eliminating the price value variable, this variable is not relevant to use in this study because the iJogja application is an information technology that available for free to all users. So, in this study, only eight main variables were used, namely performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, behavioral intention, use behavior, hedonic motivation, and habit and used three moderate variables, namely age, gender, and experience. In this study using primary data obtained from the results of distributing questionnaires to users of the iJogja Application with a sample of 100 respondents. Then the data that has been obtained will be processed using the Structural Equation Modeling (SEM) method with the help of the SmartPLS version 3 software.

Based on the twenty-one hypotheses proposed, five were accepted and sixteen were rejected. Therefore, it is obtained that the variables that can affect behavioral intention in the iJogja Application are hedonic motivation and habit, so the higher hedonic motivation and habitual factors can affect the high interest in using the iJogja Application. Then we get the results that the variables that influence use behavior in the iJogja application are facilitating conditions, behavioral intention, and habit with the moderating variable age, so that the better the facilitating conditions, the intention to use behavior, and the higher the habits of a person who are influenced by productive age in using technology. information, the better and the higher the interest in using the iJogja Application. The test results with moderating variables show that only the age variable can affect the behavior of using the iJogja Application, while the moderating variables for gender and experience show no moderating effect for behavioral intentions and behavior using the iJogja Application.

Keywords: *iJogja Application, Interest Use Factor Analysis, UTAUT2, SEM*