

## ABSTRAK

Indonesia menduduki peringkat ke-lima di dunia yang memiliki *start-up* sebanyak 2.362 perusahaan. Jumlah tersebut berasal dari berbagai jenis jasa layanan yang ditawarkan, salah satunya dibagian jasa transportasi online. Tingginya persaingan dalam industry ini mengharuskan perusahaan harus melakukan peningkatan keunggulan dari layanan yang perusahaan tawarkan. Salah satu *start-up* Transportasi Online sudah beroperasi di Indonesia saat ini adalah Maxim. Dalam surey APJII pada bidang Transportasi Online periode November 2020 Maxim menempati peringkat terbawah Hal ini dapat terjadi dikarenakan Maxim adalah *start-up* pendatang baru di bagian layanan transportasi online di Indonesia. Selain menjadi pendatang baru Maxim juga memiliki tantangan untuk memperbesar peluang interaksi dengan pengguna. Namun interaksi dengan pengguna bergantung oleh kekurangan dan kelebihan pada aplikasi sehingga Maxim harus terus meningkatkan layanannya agar layanan tersebut dapat diterima dan digunakan oleh masyarakat. Solusi dari masalah yaitu dengan dilakukannya analisis variable yang memengaruhi penerimaan teknologi transportasi online Maxim dengan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology2* (UTAUT2). UTAUT2 memiliki 7 variabel independen yaitu, *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit*, 3 variabel moderasi yaitu *age*, *gender*, dan *experience*, dan 2 variabel dependen yaitu *Behavioral Intention*, dan *Use Behavior*. Untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variable independen dengan variable dependen yang dipengaruhi oleh variable moderasi akan menggunakan perhitungan Partial Least Square (PLS), dengan total sampel valid yang didapatkan sebanyak 168 responden dengan menyebarkan kuesoner secara online. Sampel terdiri dari responden yang menggunakan Maxim. Berlandaskan hasil analisis menggunakan model UTAUT2 dengan perhitungan PLS, maka diperoleh hasil bahwa variable yang memiliki pengaruh untuk *Behavioral Intention* pada aplikasi Maxim adalah *Performance Expectancy*, dan *Habit*. Semakin tinggi kinerja yang diberikan maka akan semakin tinggi niat untuk menggunakan Maxim dan semakin cenderung menggunakan aplikasi maka akan semakin tinggi niat untuk menggunakan Maxim. Selanjutnya diperoleh hasil bahwa variable yang memiliki pengaruh untuk *Use Behavior* pada aplikasi Maxim adalah *Habit*, dan *Behavioral Intention*. Semakin cenderung menggunakan aplikasi maka akan semakin tinggi perilaku penggunaan untuk menggunakan Maxim dan semakin tinggi niat menggunakan aplikasi maka semakin tinggi perilaku penggunaan untuk menggunakan Maxim. Hasil dari pengujian dengan variable moderasi *age*, *gender*, dan *experience* menunjukkan bahwa tidak ada efek moderasi pada *Behavioral Intention* dan *Use Behavior*.

**Kata Kunci : UTAUT2, Behavioral Intention, Use Behavior, Maxim, Transportasi Online.**

## ABSTRACT

Indonesia is ranked fifth in the world which has start-ups 2,362. This amount comes from various types of services offered, one of which is in the online transportation service section. The high competition in this industry requires companies to improve the advantages of the services the company offers. One of start-ups already operating in Indonesia is Maxim. In APJII's survey in the field of Online Transportation for the November 2020 period, Maxim was ranked at the bottom. This can happen because Maxim is start-up in the online transportation service sector in Indonesia. Besides being a newcomer, Maxim also has challenges to increase interaction opportunities with users. However, interaction with users depends on the advantages and disadvantages of the application, so Maxim must continue to improve its services so that the service can be accepted and used by the public. The solution to the problem is by analyzing the variables that affect the acceptance of Maxim's online transportation technology with the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology<sup>2</sup> (UTAUT<sup>2</sup>) model. UTAUT<sup>2</sup> has 7 independent variables, namely, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, Price Value, and Habit, 3 moderating variables, namely age, gender, and experience, and 2 dependent variables, namely Behavioral Intention, and Use Behavior. To determine the magnitude of the influence between the independent variable and the dependent variable which is influenced by the moderating variable, the Partial Least Square (PLS) calculation will be used, with a total valid sample of 168 respondents by distributing online questionnaires. The sample consists of respondents who use Maxim. Based on the results of the analysis using the UTAUT<sup>2</sup> model with PLS calculations, it is found that the variables that have an influence on Behavioral Intention in the Maxim application are Performance Expectancy, and Habit. The higher the performance given, the higher the intention to use Maxim and the more inclined to use the application, the higher the intention to use Maxim. Furthermore, the results obtained that the variables that have an influence on Use Behavior in the Maxim application are Habit, and Behavioral Intention. The more inclined to use the application, the higher the usage behavior to use Maxim and the higher the intention to use the application, the higher the usage behavior to use Maxim. The results of testing with the moderating variables of age, gender, and experience show that there is no moderating effect on Behavioral Intention and Use Behavior.

**Keywords:** UTAUT<sup>2</sup>, Behavioral Intention, Use Behavior, Online Transportation.