

## INTISARI

YouTube adalah salah satu aplikasi media sosial yang digunakan untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video yang dapat dilihat oleh semua orang. YouTube menyediakan layanan tambahan seperti YouTube premium untuk membantu agar tetap terus digunakan sesuai kebutuhan dan preferensi konsumen yang merupakan layanan langganan setiap bulan untuk bisa menikmati fitur tertentu. Berdasarkan data kuesioner yang telah dikumpulkan ditemukan bahwa sejumlah 128 mahasiswa Amikom Purwokerto masih banyak yang tidak menggunakan layanan YouTube premium dengan segala fitur yang ditawarkan Youtube. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor apa saja yang memengaruhi niat perilaku pengguna YouTube untuk tidak menggunakan layanan YouTube premium dengan variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, habit dan behavioral intention. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 128. Hasil dari penelitian ini menunjukkan model yang digunakan memiliki ketetapan sebesar 77,2% yang artinya variabel performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, dan habit dapat menjelaskan behavioral intention sebesar 77,2% sedangkan sisanya dijelaskan variabel lain yang tidak digunakan pada model. Niat perilaku pengguna dipengaruhi dengan signifikan oleh variabel performance expectancy, social influence, hedonic motivation, dan habit. Namun, effort expectancy, facilitating conditions, dan price value tidak memengaruhi niat perilaku pengguna YouTube mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom untuk tidak menggunakan layanan YouTube premium.

Kata kunci: YouTube, Niat Perilaku, UTAUT2

## **ABSTRACT**

*YouTube is one of the social media applications used for uploading, watching, and sharing videos accessible to everyone. YouTube offers additional services such as YouTube Premium, a monthly subscription service designed to meet users' needs and preferences by providing exclusive features. Based on questionnaire data collected, 128 students from Amikom Purwokerto were found not to utilize YouTube Premium despite its offered features. This study aims to analyze the factors influencing YouTube users' behavioral intention not to use YouTube Premium. The variables used in this study include performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, habit, and behavioral intention. A total of 128 samples were analyzed in this research. The results show that the model used explains 77.2% of the variance in behavioral intention, indicating that performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, and habit collectively account for 77.2% of behavioral intention, with the remaining percentage explained by other variables not included in the model. Behavioral intention is significantly influenced by performance expectancy, social influence, hedonic motivation, and habit. However, effort expectancy, facilitating conditions, and price value do not significantly affect the behavioral intention of YouTube users among Computer Science students at Universitas Amikom to refrain from using YouTube Premium services.*

*Keywords: YouTube, Behavioral Intentions, UTAUT2*