

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition* terhadap niat perilaku pengguna dalam menggunakan aplikasi Alfagift. Penelitian ini dilakukan karena meningkatnya penggunaan aplikasi belanja ritel digital yang menuntut pemahaman lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku pengguna dalam mengadopsi dan menggunakan aplikasi secara berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, di mana data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna aplikasi Alfagift. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 47 orang. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *performance expectancy* dan *facilitating condition* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku pengguna aplikasi Alfagift. Sementara itu, *effort expectancy* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap niat perilaku, sedangkan *social influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku. Secara simultan, keempat variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku pengguna aplikasi Alfagift. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan model UTAUT serta menjadi bahan pertimbangan praktis bagi pengelola aplikasi Alfagift dalam meningkatkan kualitas layanan dan fitur aplikasi guna mendorong niat penggunaan pengguna.

Kata kunci: Alfagift, UTAUT, *performance expectancy*, *facilitating condition*, niat perilaku.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effects of performance expectancy, effort expectancy, social influence, and facilitating conditions on users' behavioral intention to use the Alfagift application. This research was conducted due to the increasing use of digital retail shopping applications, which requires a deeper understanding of the factors influencing users' behavioral intention to adopt and continuously use such applications. This study employs a quantitative approach, in which data were collected through the distribution of questionnaires to Alfagift application users. The sampling technique used was purposive sampling, with a total of 47 respondents. The collected data were analyzed using multiple linear regression analysis with the assistance of SPSS software. The results indicate that, partially, performance expectancy and facilitating conditions have a positive and significant effect on users' behavioral intention to use the Alfagift application. Meanwhile, effort expectancy has a negative and significant effect on behavioral intention, whereas social influence does not have a significant effect on behavioral intention. Simultaneously, all four independent variables have a significant effect on users' behavioral intention to use the Alfagift application. This study is expected to provide theoretical contributions to the development of the UTAUT model and serve as a practical consideration for Alfagift application managers in improving service quality and application features to encourage users' intention to use the application.

Keywords: Alfagift, UTAUT, performance expectancy, facilitating conditions, behavioral intention.