

Analisis persepsi masyarakat terhadap layanan smart home dengan metode structural equation modelling (SEM) = Analysis of the public intention about smart home service using (SEM) structural equation modelling

Melia Sari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20476137&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Layanan Smart Home merupakan sebuah produk perusahaan telekomunikasi yang terbilang cukup baru di Indonesia. Smart Home sendiri adalah sebuah hunian yang dilengkapi dengan ICT sehingga peralatan di rumah dapat dikendalikan, dipantau, dan dikontrol dari jarak jauh melalui aplikasi pada perangkat seperti smart phone dan komputer. Penetrasi layanan Smart Home di Indonesia tahun 2018 terbilang cukup rendah yaitu 1,1 . Tetapi, jika dilihat dari penetrasi internet di Indonesia yang mencapai lebih dari 50 dan penjualan IoT yang terus meningkat, Indonesia merupakan pasar yang potensial bagi layanan Smart Home. Penelitian diawali dengan mengetahui persepsi masyarakat terhadap layanan Smart Home. Model yang digunakan adalah VAM Value-based Adoption Model yang memiliki dua variabel utama yaitu Benefit dan Sacrifice. Selanjutnya, data yang diperoleh diolah dengan menggunakan metode SEM Structural Equation Modelling . Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang memenuhi syarat $C.R > 1.96$ dan P di bawah 0,5, sehingga memiliki pengaruh paling signifikan terhadap minat masyarakat mengadopsi layanan Smart Home adalah Technicality dan Perceived of Value.

ABSTRACT

Smart Home service is a product of telecommunication company which is quite new in Indonesia. Definition of Smart Home is a home equipped with ICT allowing appliances monitored and controlled remotely through an application on devices such as smart phone and computer. Smart Home service penetration in Indonesia is low enough with 1.1 . percentage However internet penetration in Indonesia reached more than 50 and IoT Smart Home components sales keeps increasing making Indonesia a potential market for Smart Home service. The purpose of this research is to analyze the adoption of Smart Home service in Indonesia. First step of the study is defining public perception about Smart Home service by using VAM Value based Model Does . VAM has two main variables, Benefit and Sacrifice. The next step is processing the data collected using SEM Structural Equation Modelling . The results showed variables qualified by the given condition $C.R 1.96$ and $P 0,5$, which means that the most significant variables to Smart Home Adoption Intention are Technicality and Perceived of Value.