

Analisis Faktor Adopsi Teknologi Smart Home Berbasis IoT Di Indonesia Menggunakan Metode PLS-SEM Dan Technology Acceptance Model = Analysis of IoT-Based Smart Home Technology Adoption Factors in Indonesia Using the PLS-SEM Method and Technology Acceptance Model

Fauzia Hafida Rahmah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920526427&lokasi=lokal>

Abstrak

Pertumbuhan pasar jasa Smart Home IoT secara global akan semakin meningkat, dengan pertumbuhan paling besar diprediksikan di Asia, seperti di Indonesia. Diprediksikan nilai pasar Smart Home IoT di Indonesia pada tahun 2019 akan mencapai USD 112 juta, dan diperkirakan akan tumbuh menjadi USD 244 juta pada tahun 2023. Dibutuhkan penelitian lebih lanjut mengenai faktor pendorong adopsi Smart Home IoT di pasar Indonesia untuk memaksimalkan tingkat kegunaan di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan model konseptual berbasis TAM untuk mengidentifikasi faktor utama konsumen dalam menggunakan smart home berbasis IoT melalui pendekatan statistik PLS-SEM. Analisis dilakukan melalui pengujian hipotesis mengenai pengaruh faktor menggunakan metode multivariat PLS-SEM. Didapatkan data dari 449 responden kuesioner. Demografi responden paling banyak memiliki jenis kelamin laki-laki (55.5%). Mayoritas berumur 20-29 tahun (32.5%), dilanjutkan dengan rentang umur 30-39 tahun (29.8%), rentang umur 40-49 tahun (25.6%), dan berumur >50 tahun (12%). Dari segi pendapatan, mayoritas memiliki pendapatan bulanan >Rp 8 Jt (45.9%), dilanjutkan dengan Rp4jt-Rp8jt (32.7%) dan <Rp4jt (21.4%). Mayoritas memiliki tingkat pendidikan S1 atau setara (57.5%), dan memiliki tipe pemukiman rumah tapak (83.3%). Mayoritas telah mengetahui Smart Home IoT selama 1-6 tahun. Pengujian model menggunakan PLS-SEM pada data memberikan hasil bahwa faktor Attitude towards dan Trust berdampak signifikan ke intensi pengguna. Di lain sisi, Trust dan Usefulness berdampak signifikan ke Attitude Towards, Ease of Use berdampak ke kegunaan.

.....The growth of the Smart Home IoT service market globally will increase, with the greatest growth predicted in Asia, such as in Indonesia. It is predicted that the market value of Smart Home IoT in Indonesia in 2019 will reach USD 112 million, and is expected to grow to USD 244 million in 2023. Further research is needed on the factors driving the adoption of Smart Home IoT in the Indonesian market to maximize the level of usability in Indonesia. The purpose of this research is to develop a TAM-based conceptual model to identify the main factors of consumers in using an IoT-based smart home through the PLS-SEM statistical approach. The analysis was carried out by testing the hypothesis regarding the influence of factors using the PLS-SEM multivariate method. Obtained data from 449 respondents to the questionnaire. The demographics of the respondents are mostly male (55.5%). The majority are 20-29 years old (32.5%), followed by an age range of 30-39 years (29.8%), an age range of 40-49 years (25.6%), and >50 years old (12%). In terms of income, the majority had a monthly income of >Rp. 8 million (45.9%), followed by Rp.4 million-Rp.8 million (32.7%) and <Rp.4 million (21.4%). The majority have an undergraduate education level or equivalent (57.5%), and have a residential type of landed house (83.3%). The majority have known Smart Home IoT for 1-6 years. Testing the model using PLS-SEM on the data gives the result that the Attitude towards and Trust factors have a significant impact on user intention. On the other hand, Trust and

Usefulness have a significant impact on Attitude Towards, Ease of Use has an impact on usability.