

APPLICATION OF THE UTAUT MODEL TO UNDERSTAND THE PURCHASE INTENTIONS OF SAYURBOX APPLICATIONS DURING THE COVID-19 PANDEMIC

By Siroj Jibril

Abstract

The COVID-19 pandemic has an impact not only on people's health but also on their lifestyle and the way they behave. It also has a profound impact on consumers from their product choices to the way they shop. This change in the way of shopping requires business people to adapt. The retail sector, which does most of its business offline, is certainly very disadvantaged by this pandemic. On the other hand for digital businesses, pandemic has its own advantages because of government rules that require people to implement social distancing. Sayurbox is a company that is in these two sectors, namely retail and digital. Sayurbox is a vegetable selling company using a digital application. The purpose of this study was to determine, analyze and prove the effect of performance expectancy, effort expectancy and social influence of the Sayurbox application on their purchase intentions. This research was conducted quantitatively with the number of respondents being 100 Sayurbox consumers in Bekasi and using a non-purposive sampling method using Partial Least Square (PLS) analysis. The results of this study prove that performance expectancy and effort expectancy have a positive effect on purchase intentions, while social influence has no effect on consumer purchase intentions in Bekasi.

Keywords: performance expectancy, effort expectancy, social influence, purchase intention

**PENERAPAN MODEL UTAUT UNTUK MEMAHAMI NIAT PEMBELIAN
PENGUNA APLIKASI SAYURBOX DIMASA PANDEMI COVID-19**

Oleh Siroj Jibril

Abstrak

Pandemi COVID-19 berdampak tidak hanya pada kesehatan masyarakat tetapi juga pada pola hidup dan cara mereka berperilaku. Hal ini juga sangat berdampak pada konsumen dari pilihan produk mereka hingga cara mereka berbelanja. Perubahan cara belanja ini yang mengharuskan para pelaku bisnis beradaptasi. Sektor ritel yang melakukan sebagian besar bisnisnya secara offline tentu sangat dirugikan dengan adanya pandemic ini. Disisi lain bagi bisnis digital pandemic memiliki keuntungannya sendiri karena aturan pemerintah yang mengharuskan masyarakat menerapkan *social distancing*. Sayurbox merupakan perusahaan yang berada pada dua sektor ini, yaitu ritel dan digital. Sayurbox adalah perusahaan penjualan sayur dengan menggunakan aplikasi digital. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis dan membuktikan pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *social influence* dari aplikasi Sayurbox terhadap niat pembeliannya. Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dengan jumlah responden 100 konsumen Sayurbox di Kota Bekasi dan menggunakan metode *non purposive sampling* dengan menggunakan analisis *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *performance expectancy* dan *effort expectancy* berpengaruh positif pada niat pembelian, sedangkan *social influence* tidak memiliki pengaruh terhadap niat pembelian konsumen di Kota Bekasi.

Kata Kunci: *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, niat pembelian