

## ABSTRAK

Pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 64% dari populasi. Dengan adanya internet, pengguna dapat mengakses informasi dimanapun dan kapan pun, salah satunya adalah layanan hiburan. Konten yang disajikan layanan hiburan pun beragam, bisa berupa *online video*, *vlogs*, *music streaming service* dan *podcast*. Salah satu konten hiburan tersebut yang paling banyak diminati di Indonesia adalah *online*. Konten *online video* ini terbagi menjadi beberapa macam, diantaranya adalah *free video access* seperti Youtube dan juga *subscription video on demand* (SVoD) seperti Netflix, Hulu, HBO Go dan juga Disney+. Jumlah pengguna *video-on-demand* di Indonesia sebesar 14,7 juta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi layanan *streaming* disney+ hotstar menggunakan model penelitian *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2* (UTAUT 2) yang telah di modifikasi dimana peneliti menganalisis variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, *Habit*, dan *Content terhadap Behavioral Intention*.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan secara *online* melalui kuesioner dan berhasil mengumpulkan sebanyak 403 responden. Responden tersebut merupakan pengguna yang pernah atau sedang menggunakan Disney+ Hotstar. Seluruh data yang dikumpulkan telah memenuhi kriteria validitas dan realibilitas. Untuk menguji hipotesis, peneliti menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM).

Setelah melakukan pengujian, peneliti dapat membuktikan bahwa terdapat 5 faktor dalam *Modified* UTAUT 2 yang mempengaruhi *Behavioral Intention*, yaitu *Habit*, *Content*, *Price Value*, *Hedonic Motivation* dan *Effort Expectancy*. Untuk variabel moderator, variabel *Age* mempengaruhi *Habit* terhadap *Behavioral Intention*, sedangkan variabel moderator lain yaitu *Gender* dan *Income* tidak memiliki pengaruh. Hasil penelitian ini juga membuktikan bahwa hasil  $R^2$  sebesar 0,637 sehingga masuk ke kategori moderat.

Variabel *Habit* menjadi faktor yang paling berpengaruh dalam penelitian ini, disusul dengan *Content*, *Price Value*, *Hedonic Motivation* dan *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*, sehingga agar dapat meningkatkan minat untuk mengadopsi Disney+ Hotstar di masa yang akan datang, perusahaan harus mempertimbangkan variabel-variabel tersebut. Untuk peneliti kedepannya, diharapkan untuk melakukan penelitian secara *Longitudinal* agar dapat menambah variabel moderating *Experience*.

**Kata Kunci : UTAUT2, Adopsi Teknologi, Disney+ Hotstar, Perilaku Konsumen**