

ABSTRAK

Peningkatan penggunaan internet dan media sosial membuka peluang besar bagi aplikasi digital, termasuk aplikasi streaming audio on demand (SAOD) seperti NOICE, untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan menarik minat pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna terhadap aplikasi SAOD NOICE dengan menggunakan pendekatan UTAUT 2.

Dalam penelitian ini, variabel independen yang dianalisis meliputi Performance Expectancy, Effort Expectancy, Facilitating Conditions, dan Hedonic Motivation. Selain itu, variabel tambahan yang dianalisis adalah Price Value, Content Exclusivity, Social Media Content, dan Habit. Sementara variabel dependen adalah Continuance Intention (niat untuk melanjutkan) terhadap aplikasi NOICE. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan populasi penelitian adalah pengguna potensial dan aktif aplikasi NOICE, dengan jumlah sampel sebanyak 160 responden yang diperoleh melalui teknik purposive sampling. Analisis dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan software SmartPLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Effort Expectancy dan Social Media Content memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat pengguna aplikasi NOICE, sementara variabel Performance Expectancy, Content Expectancy, Facilitating Conditions, Habit, Hedonic Motivation, dan Price Value tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Saran untuk pengembangan aplikasi NOICE adalah memperkuat aspek kemudahan penggunaan dan konten media sosial. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji variabel-variabel tambahan seperti fitur aplikasi dan pengalaman pengguna serta melakukan penelitian pada aplikasi SAOD lainnya untuk memperluas pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi.

Kata Kunci: Noice, UTAUT 2, Social Media Content, Content Exclusivity