

## Adopsi Teknologi Digital dalam Pariwisata di Indonesia dengan Model UTAUT3

Supriyono\*, Ade Ananto Terminanto

Faculty of Economics and Business, State Islamic University of Syarif Hidayatullah  
Jakarta, Indonesia

supriyono\_1101@uinjkt.ac.id, adeanantoterminanto@uinjkt.ac.id

### **ABSTRACT**

*This study aims to investigate the technology usage behavior of tourists according to the modified acceptance and use of technology theory (UTAUT) model. Data were collected from a survey of 265 tourists using a random sampling technique. Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) technique was used to analyze the data. The findings indicate that performance expectancy, hedonic motivation, and habit significantly influence tourists' behavioral intention to use information and communication technology, while effort expectancy, social influence, and facilitating conditions have no significant influence. However, actual usage behavior is highly dependent on tourists' behavioral intention and their habits, while facilitating conditions have no influence in this regard. The findings reveal the main factors influencing tourists' usage behavior that can help relevant stakeholders in designing tourism planning and marketing. The findings provide a strong contribution by extending the existing UTAUT-based literature by adding two new moderators in the relationship between behavioral intention and actual usage behavior.*

**Keywords:** *Tourism, Behavioral Intention, Usage Behavior, Moderator, Modified UTAUT*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki perilaku penggunaan teknologi dari para wisatawan sesuai dengan model teori penerimaan dan penggunaan teknologi (UTAUT) yang telah dimodifikasi. Data dikumpulkan dari survei terhadap 265 wisatawan dengan menggunakan teknik pengambilan sampel acak. Teknik pemodelan persamaan struktural berbasis kuadrat terkecil parsial (PLS-SEM) digunakan untuk menganalisis data. Temuan menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, motivasi hedonis, dan kebiasaan secara signifikan mempengaruhi niat perilaku wisatawan untuk menggunakan teknologi informasi dan komunikasi, sementara ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Namun, perilaku penggunaan yang sebenarnya sangat bergantung pada niat perilaku wisatawan dan kebiasaan mereka, sedangkan kondisi yang memfasilitasi tidak memiliki pengaruh. Temuan ini mengungkap faktor-faktor utama yang memengaruhi perilaku penggunaan wisatawan yang dapat membantu para pemangku kepentingan terkait dalam merancang

perencanaan dan penjualan pariwisata. Temuan ini memberikan kontribusi yang kuat dengan memperluas literatur berbasis UTAUT yang sudah ada dengan menambahkan dua moderator baru dalam hubungan antara niat berperilaku dan perilaku penggunaan yang sebenarnya.

**Kata Kunci:** Pariwisata, Niat Berperilaku, Perilaku Penggunaan, Moderator, Modifikasi UTAUT

## PENDAHULUAN

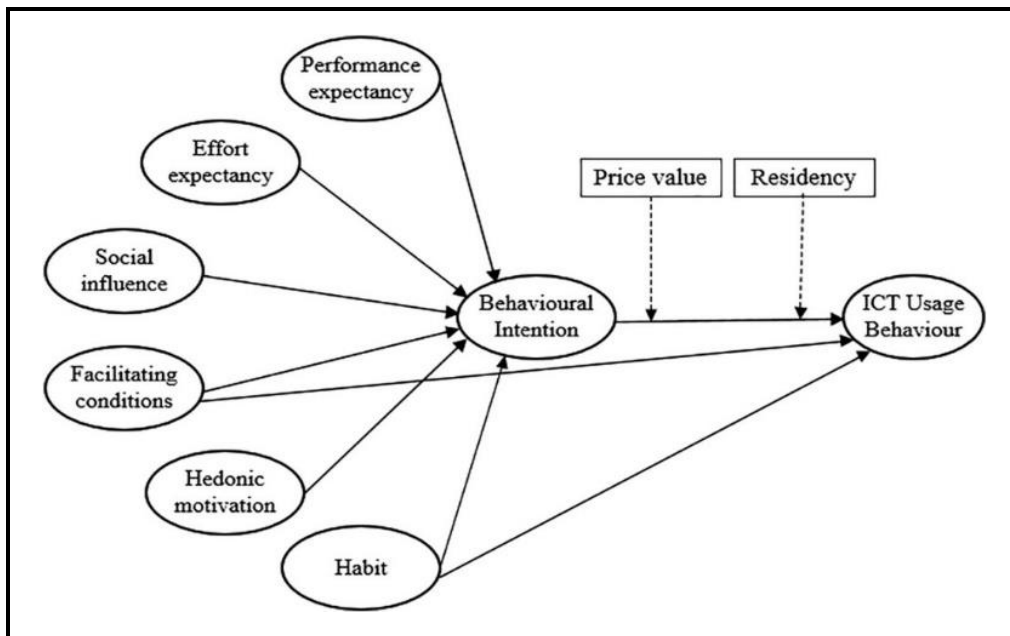
Teknologi informasi dan komunikasi memberikan peluang unik bagi wisatawan dan bisnis pariwisata (Lu *et al.*, 2015) yang mendorong globalisasi industri ini. Perangkat digital dapat membantu organisasi memperoleh, memproses, menganalisis, menyimpan, mengambil, menyebarluaskan, dan menerapkan informasi utamanya (Jadhav dan Mundhe, 2011). Penerapan teknologi telah mengubah bisnis pariwisata dari pemikiran etnosentris lokal menjadi orientasi global (Pencarelli, 2020). Pemahaman baru tentang bisnis pariwisata ini menciptakan prospek yang lebih baik bagi perusahaan untuk bertahan dan meningkatkan posisi kompetitif mereka (Law *et al.*, 2009). Oleh karena itu, penerapan teknologi di sektor pariwisata menjadi tak terelakkan untuk pengembangan, transformasi, dan peningkatan industri ini (Wu, 2017). Pengembangan dan adopsi teknologi mengubah pola perilaku para pelaku ekonomi serta meningkatkan kolaborasi mereka dengan kondisi sosial dan ekonomi (Gossling, 2021) yang terutama berlaku di industri pariwisata selama pandemi COVID-19. Konsumen perjalanan menerima penghematan yang signifikan untuk menjelajahi fasilitas dengan internet, ponsel cerdas, dan teknologi lain yang membantu perencanaan liburan mereka. Oleh karena itu, menerapkan teknologi untuk memasarkan produk pariwisata merupakan alternatif yang layak untuk kesuksesan bisnis pariwisata (Mahajan *et al.*, 2011). Transformasi yang terikat dengan teknologi dalam industri pariwisata mencerminkan sistem reservasi pelanggan berbasis online ke sistem distribusi global (Carlisle *et al.*, 2021). Berbasis internet teknologi, perangkat jejaring sosial dan teknologi seluler telah memungkinkan bisnis pariwisata dan konsumen untuk terlibat, berinteraksi dan menghasilkan pengalaman dalam skala yang belum pernah terjadi sebelumnya. Khususnya, dilembagakan oleh dimensi kolaboratif baru dari teknologi, pasar telah bergeser ke arah peningkatan kekuatan dan kontrol konsumen (Alt dan Klein, 2011). Penerapan teknologi dibahas dengan baik dalam teori penerimaan dan penggunaan teknologi terpadu (UTAUT) model Venkatesh *dkk.* (2003). Kemudian, Venkatesh *dkk.*, (2012) memperluas model UTAUT yang dikenal sebagai UTAUT2, yang menggabungkan peningkatan signifikan dalam literatur adopsi teknologi konsumen (Satama, 2014). Penelitian sebelumnya meninjau adopsi teknologi di berbagai sektor, yaitu perdagangan seluler (Rahman dan Sloan, 2017), sistem email (Alraja, 2015), belanja online (Alsharif, 2013), dan teknologi LAN nirkabel (Anderson dan Schwager, 2004). Inovasi penting ini hanya mendapat sedikit perhatian dari para pemangku kepentingan pariwisata, terutama wisatawan,

untuk membeli produk pariwisata. Dengan demikian, literatur yang adasecara longgar mengeksplorasi perilaku penggunaan teknologi di kalangan wisatawan. Situasi ini juga menghambat pertumbuhan industri pariwisata karena terbatasnya penggunaan teknologi, terutama di negara-negara berkembang.

Proses digitalisasi telah mempercepat perkembangan sebagian besar sektor industri di seluruh dunia. Namun, platform pariwisata berbasis teknologi belum berkembang dengan baik di sebagian besar negara berkembang (Rahman, 2021). Dalam penelitian mereka, Jeon *dkk.* (2020) mengeksplorasi teori UTAUT untuk mengidentifikasi dan memvalidasi anteseden yang memengaruhi niat pelanggan untuk mengadopsi teknologi swalayan. Cang *dkk.* (2022) menjelaskan UTAUT berbasis blockchain dan meneliti faktor-faktor penentu yang memengaruhi penerimaan teknologi baru di Korea, di mana pariwisata adalah bisnis yang dominan. Kamboj dan Joshi (2021) mempelajari perspektif model UTAUT pada aplikasi ponsel pintar di sebuah destinasi pariwisata. Sharma *dkk.* (2020) mengeksplorasi perilaku konsumen dalam membeli perjalanan secara online di Fiji dan Kepulauan Solomon menggunakan kerangka kerja UTAUT. Mempertimbangkan perluasan model UTAUT, Phaosathianphan dan Leelasantitham (2019) menyelidiki faktor anteseden yang memengaruhi penerimaan pengguna terhadap asisten perjalanan cerdas (intelligent travel assistant/ITA) untuk ekowisata. Oleh karena itu, sebagian besar literatur yang ada mempelajari proses adopsi teknologi dalam konteks yang berbeda di lokasi geografis yang berbeda dan memeriksa peran berbagai faktor yang mempengaruhi, dengan menyoroti model UTAUT. Namun, masih ada kekurangan dalam literatur yang secara eksklusif mempelajari pengaruh faktor anteseden dari niat penggunaan teknologi dan perilaku penggunaan aktual dalam penelitian pariwisata dan perhotelan.

Selain itu, model berbasis teknologi yang sudah ada, UTAUT, secara khusus menjelaskan prediktor yaitu ekspektasi kinerja (PE), ekspektasi usaha (EE), pengaruh sosial (SI), dan kondisi yang memfasilitasi (FC)] dari niat perilaku (BI) dan perilaku penggunaan aktual. Kemudian, UTAUT2 memasukkan tiga faktor tambahan yaitu motivasi hedonis (HM), nilai harga(PV), dan kebiasaan (Hbt) sebagai prediktor untuk variabel endogen yang sama. Namun, masih sedikit penelitian yang secara eksklusif membahas aspek-aspek yang disebutkan di atas dan efeknya yang saling memengaruhi terhadap pemesanan dan reservasi pariwisata, serta pemasaran dan penjualannya. Hingga saat ini, literatur juga masih sedikit yang meneliti efek interaksi untuk variabel prediktor yang digunakan dalam model UTAUT sebelumnya. Kesenjangan dalam literatur ini membuka agenda penelitian baru, yang telah memberikan ruang lingkup untuk melakukan penelitian saat ini. Untuk mengisi kesenjangan yang sangat dibutuhkan dalam literatur, kami mengusulkan model UTAUT yang dimodifikasi (lihat, Gambar 1) dengan kombinasi anteseden dan moderator baru dari perilaku penggunaan teknologi di bidang pariwisata. Oleh

karena itu, kami tertarik untuk menguji efek interaksi dari variabel yang diamati (yaitu nilai harga) dengan variabel demografis (yaitu tempat tinggal). Meskipun nilai harga terkait secara luas dengan banyak aspek, pengaruhnya terhadap niat perilaku wisatawan dan perilaku penggunaan aktual hampir tidak dibahas dalam literatur yang ada. Penduduk di lokasi yang berbeda memiliki pandangan yang berbeda tentang penggunaan teknologi (Galliano *et al.*, 2011). Oleh karena itu, penduduk dari ke delapan wilayah divisi di Indonesia telah diambil untuk penelitian ini. Divisi-divisi ini secara substansial berbeda dalam hal pendapatan, pendidikan, dan profesi, yang berdampak pada perilaku penggunaan teknologi wisatawan (Akhter dan Sumi, 2014). Oleh karena itu, lokasi geografis wisatawan (yaitu tempat tinggal) juga dapat mempengaruhi tingkat penggunaan teknologi yang akan diteliti dalam penelitian ini. Pemahaman kami tentang resep baru dalam model UTAUT yang dimodifikasi dapat menjelaskan perilaku penggunaan teknologi di industri pariwisata dengan lebih baik, yang pada dasarnya akan dieksplorasi oleh bukti empiris.



Studi saat ini secara khusus tertarik untuk meneliti dampak dari faktor-faktor berbasis teknologi terhadap niat pengguna dan perilaku penggunaan teknologi dalam pembelian pariwisata dikalangan wisatawan. Indonesia dipertimbangkan untuk studi lapangan karena memiliki berbagai macam atraksi pariwisata (Akter *et al.*, 2020), tetapi tingkat penggunaan teknologi diantara para wisatawan masih rendah (Roy dan Ahmed, 2019). Oleh karena itu, studi saat ini menemukan manfaat yang besar dalam melakukan

penelitian ini di Indonesia sebagai bidang studi. Bagian berikut membahas latar belakang literatur dan hipotesis. Kemudian, metodologi disajikan, diikuti dengan analisis data. Diskusi dan implikasi ditunjukkan pada bagian akhir dari makalah ini yang diakhiri dengan arah penelitian di masa depan.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam ranah paradigma positivis, penelitian ini meneliti antededen dari niat penggunaan teknologi dan perilaku penggunaan teknologi yang sebenarnya melalui investigasi kuantitatif. Target populasi penelitian ini adalah mahasiswa dari berbagai Universitas Islam Negeri di Indonesia, khususnya para wisatawan yang menggunakan perangkat teknologi untuk membeli produk pariwisata. Penelitian ini memiliki 29 indikator tipe reflektif di bawah delapan konstruk untuk mengestimasi model penelitian yang diusulkan. Ukuran-ukuran untuk masing-masing konstruk diadopsi dari literatur berbasis model UTAUT yang sudah ada (misalnya Alsharif, 2013; Ibukun dkk., 2016; Gupta dan Dogra, 2017; Rahman dan Sloan, 2017; Davis, 1989; Bagozzi dan Lee, 2002; Mutlu dan Der, 2017; Venkatesh dkk., 2012). Instrumen survei dirancang dari indikator-indikator yang dipilih dari setiap konstruk yang dimodelkan dalam penelitian ini. Semua tanggapan diukur dengan skala Likert 6 poin, dimana 6 mewakili sangat setuju, dan 1 berarti sangat tidak setuju. Kuesioner juga berisi profil demografis para peserta. Sebelum survei akhir, kuesioner diuji terlebih dahulu untuk memastikan keakuratan dan kemudahannya untuk dipahami oleh responden. Dalam proses pretesting, perubahan dan perbaikan yang diperlukan dilakukan. Setelah kuesioner selesai, sebuah studi percontohan terhadap 18 sampel dilakukan untuk memeriksa tren data.

Penelitian ini menggunakan survei online dan tatap muka. Mahasiswa dari Indonesia (yang sedang menempuh program sarjana atau master) dipilih sebagai populasi sampel penelitian. Mahasiswa dipilih untuk survei karena mereka cenderung menggunakan teknologi lebih banyak daripada kelompok lain dalam pembelian pariwisata (Bhuiyan *et al.*, 2020). Untuk survei akhir, responden dipilih secara acak dari tiga kelompok: Facebook, klub turis, dan asrama universitas. Kuesioner terstruktur diunggah ke akun Facebook masing-masing mahasiswa yang dipilih secara acak dari Universitas Islam Negeri, di Indonesia. Responden lain juga dipilih secara acak dari anggota klub turis dan asrama mahasiswa Universitas Islam Negeri, di Indonesia. Para responden ini didekati secara tatap muka untuk melakukan survei. Sebanyak 300 kuesioner didistribusikan kepada para responden baik secara online maupun tatap muka. Di antara 300 kuesioner yang didistribusikan, 265 sampel primer dikumpulkan dari para responden, dengan tingkat pengembalian sebesar 88,33%. Namun, 27 tanggapan dibuang karena jawaban yang tidak lengkap dan tidak sesuai. Akhirnya, penelitian ini menganalisis 238 data dengan menggunakan

perangkat lunak SPSS 26 dan SmartPLS 3.2.9.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan aplikasi teknologi yang terus meningkat di industri pariwisata dan meneliti kemungkinan infrastruktur pariwisata berbasis teknologi yang berkelanjutan di negara-negara berkembang. Dalam studi ini, kami secara kritis memeriksa penerimaan teknologi dan penggunaannya oleh para wisatawan. Kami menemukan bahwa sebagian besar pengguna teknologi di bidang pariwisata adalah orang dewasa muda yang berusia antara 20 dan 30 tahun. Segmen wisatawan ini memiliki pendapatan yang cukup untuk melakukan perjalanan, pendidikan, dan kemampuan untuk menggunakan perangkat yang mendukung teknologi. Kami mempertimbangkan enam konstruk laten anteseden dengan dua konstruk endogen yang pada dasarnya diambil dari model UTAUT dan UTAUT2. Data empiris mencerminkan keandalan dan validitas model yang substansial. Penilaian hubungan jalur mengungkapkan temuan yang beragam.

Temuan ini menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja merupakan prediktor signifikan yang memiliki pengaruh langsung dan positif terhadap niat perilaku wisatawan. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang sudah ada (misalnya Rahia *et al.*, 2019; Gupta dan Dogra, 2017; Ibukunet *et al.*, 2016). Temuan ini mengindikasikan bahwa pengguna memiliki BI yang lebih tinggi terhadap pilihan teknologi, jika PE yang lebih tinggi dikaitkan dengan penggunaan teknologi. Dengan demikian, ekspektasi kinerja merupakan prediktor penting dari niat penggunaan teknologi. Literatur yang ada menegaskan bahwa semakin rendah upaya untuk memahami suatu teknologi, semakin besar niat untuk mengadopsi teknologi tersebut (Kang, 2014; Satama, 2014). Namun, penelitian saat ini menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan dari ekspektasi usaha terhadap BI. Hasil ini konsisten dengan Lu dan Su (2009) namun bertentangan dengan model UTAUT (Venkatesh *et al.*, 2003) dan UTAUT2 (Venkatesh *et al.*, 2012).

Analisis statistik terkait dampak pengaruh sosial menunjukkan temuan yang tidak signifikan dan konsisten dengan penelitian yang ada (misalnya Mutlu dan Der, 2017; Gupta dan Dogra, 2017; Baptista dan Oliveira, 2015). Namun, temuan ini tidak konsisten dengan penelitian lain (misalnya Venkatesh *et al.*, 2003). Hasil penelitian menunjukkan bahwa SI menjadi kurang penting ketika individu memiliki pengalaman yang terbatas dengan layanan online. Oleh karena itu, organisasi pariwisata harus memastikan bahwa pengguna memiliki pengalaman positif yang berkelanjutan ketika menggunakan teknolog karena pengalaman mereka dapat mempengaruhi rekan-rekan mereka dan sesama orang. Hubungan antara kondisi yang memfasilitasi dan BI untuk menggunakan teknologi juga ditemukan tidak signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa responden menunjukkan niat yang terbatas untuk menggunakan teknologi di sektor pariwisata, dengan asumsi bahwa mereka tidak memiliki kondisi pendukung yang

relevan yang memungkinkan mereka untuk melakukannya. Hasil ini bertentangan dengan penelitian yang ada (misalnya Venkatesh *et al.*, 2012) yang mengungkapkan potensi kondisi yang memfasilitasi untuk secara signifikan berdampak pada prediksi BI. Temuan lain membatasi efek FC dalam memprediksi perilaku penggunaan teknologi (Skoumpopoulou *et al.*, 2018). Penelitian kami mengungkapkan bahwa FC yang lebih besar dapat meningkatkan penggunaan teknologi yang sebenarnya, tetapi tidak secara signifikan.

Temuan ini konsisten dengan penelitian yang sudah ada (misalnya Martins *et al.*, 2014). Motivasi hedonis memiliki pengaruh positif yang signifikan secara langsung terhadap BI dan perilaku penggunaan teknologi wisatawan. Temuan serupa juga ditemukan dalam penelitian berbasis UTAUT sebelumnya (misalnya Baptista dan Oliveira, 2015; Venkatesh *dkk.*, 2012; Guptadan Dogra, 2017). Hal ini menunjukkan bahwa praktisi pariwisata perlu membangun infrastruktur teknologi dengan cara yang lebih menghibur, menyenangkan, dan mudah digunakan dalam pariwisata. Lebih lanjut, temuan ini menyatakan bahwa kebiasaan memiliki pengaruh positif signifikan langsung terhadap BI wisatawan dalam menanggapi penggunaan teknologi dalam pariwisata. Ini adalah fakta bahwa orang yang terbiasa dengan penggunaan teknologi merasa nyaman menggunakannya untuk usaha lain. Temuan saat ini mendukung penelitian sebelumnya tentang hubungan kebiasaan dan niat (misalnya Luo *et al.*, 2010; Venkatesh *et al.*, 2012). Kebiasaan juga ditemukan sebagai prediktor perilaku penggunaan teknologi, dengan asumsi bahwa mereka memiliki kebiasaan yang relevan yang memungkinkan niat wisatawan untuk menggunakan teknologi, yang konsisten dengan Gupta dan Dogra (2017). Dengan demikian, penyedia layanan pariwisata perlu mempertimbangkan beberapa fitur teknologi dalam proses penjualan yang pada dasarnya mengaitkan kebiasaan wisatawan. Ini berarti produk pariwisata harus sesuai dengan produk dan layanan lain yang sebagian besar tersedia di platform online. Analisis statistik mengungkapkan bahwa niat penggunaan teknologi dalam layanan pariwisata merupakan prediktor penting bagi perilaku penggunaan teknologi yang sebenarnya. Hasilnya konsisten dengan temuan sebelumnya (Mutlu dan Der, 2017; Gupta dan Dogra, 2017). Namun, kami menemukan bahwa hubungan ini tidak terlalu signifikan. Model pengukuran kami mencerminkan beban di bawah rata-rata untuk ketiga indikator perilaku penggunaan teknologi yang sebenarnya. Kami memperkirakan bahwa wisatawan memiliki niat yang kuat untuk menggunakan teknologi. Namun, infrastruktur teknologi, khususnya di sektor pariwisata, masih belum berkembang. Dengan harapan bahwa Pemerintah Indonesia telah mempertimbangkan pengembangan teknologi sebagai agenda jalur cepat untuk ekspansi pariwisatanya.

Temuan studi ini menawarkan kontribusi baru pada literatur berbasis penerimaan dan penggunaan teknologi yang ada, khususnya dalam bidang perjalanan

dan pariwisata. Literatur berbasis UTAUT sebelumnya menandakan pengaruh enam variabel prediktor yaitu PE, EE, SI, FC, HM, dan Hbt terhadap niat perilaku untuk menggunakan teknologi. Studi ini telah menemukan pengaruh positif yang signifikan dari PE, HM dan Hbt untuk memprediksi niat perilaku wisatawan dan perilaku penggunaan teknologi yang sebenarnya, namun tidak menemukan pengaruh yang signifikan dari EE, SI dan FC pada jalur hubungan yang sama. Namun, kontribusi nyata dari penelitian ini mengacu pada efek moderasi dari PV dan tempat tinggal responden. Temuan empiris kami secara statistik membuktikan bahwa PV dapat berinteraksi lebih baik dengan BI, daripada sebagai prediktor. Hal ini, terutama berlaku dalam situasi pandemi COVID-19 yang sedang berlangsung. Sejak tahun 2020, masyarakat di seluruh dunia secara bertahap menggunakan teknologi untuk memenuhi kebutuhan mereka, baik untuk membeli makanan dan barang belanja atau perlengkapan rumah tangga. Menurut data studi, orang selalu lebih memilih perangkat teknologi yang hemat biaya beserta platform virtualnya. Demikian pula, temuan saat ini menunjukkan bahwa wisatawan merasakan PV yang lebih tinggi karena mereka membutuhkan lebih banyak layanan berbasis teknologi untuk membuat rencana perjalanan selama situasi pandemi yang dapat mempengaruhi perilaku penggunaan teknologi dengan lebih baik. Dengan demikian, pemahaman kami tentang peran baru PV menawarkan wawasan lebih lanjut tentang penerimaan dan penggunaan teknologi dalam pariwisata. Kami juga menguji efek moderasi dari tempat tinggal sebagai variabel demografis yang berbeda, yang belum pernah diuji dalam penelitian berbasis UTAUT sebelumnya. Kami menemukan bahwa wisatawan yang tinggal di ibu kota lebih cenderung menggunakan teknologi daripada mereka yang tidak tinggal di ibu kota. Temuan ini juga menunjukkan bahwa wisatawan yang tinggal jauh dari ibu kota memiliki fasilitas teknologi yang terbatas. Temuan ini mencerminkan model UTAUT yang telah dimodifikasi. Sehingga para pembuat kebijakan dapat menggunakan temuan ini sebagai masukan penting untuk pengambilan keputusan di masa depan dalam rangka memperluas fasilitas teknologi di seluruh negeri.

Selain itu, kami tertarik untuk meneliti efek mediasi dari niat perilaku dalam hubungan FC → ICTUB dan Hbt → ICTUB untuk memperluas kontribusi teoritis dari penelitian ini. Penelitian ini telah menetapkan peran mediasi niat perilaku dalam hubungan FC → ICTUB dan Hbt → ICTUB. Temuan ini menegaskan bahwa BI secara signifikan memediasi hubungan antara kondisi yang memfasilitasi dan perilaku penggunaan teknologi yang sebenarnya. Meskipun pengaruh langsung FC terhadap perilaku penggunaan TIK yang sebenarnya tidak ditemukan secara signifikan, namun dalam hubungan FC → ICTUB melalui BI, FC secara signifikan dapat mempengaruhi perilaku penggunaan teknologi yang sebenarnya dari para wisatawan. Sejalan dengan penelitian lain, kami membuat hubungan model UTAUT dengan TPB dalam studi pariwisata dengan mengakomodasi niat perilaku dan perilaku penggunaan aktual, yang dianggap sebagai kontribusi

teoritis lebih lanjut untuk literatur pariwisata berbasis teknologi. Dengan demikian, model UTAUT yang dimodifikasi telah mengkonfirmasi penerapannya yang lebih luas dari temuan penelitian saat ini. Secara khusus, model penelitian ini memberikan kontribusi besar terhadap penerapan dan adopsi teknologi di bidang pariwisata.

Selain kontribusi teoritis, temuan studi ini mengacu pada beberapa implikasi praktis. *Pertama*, hasil penelitian ini mengungkap faktor-faktor utama yang mempengaruhi perilaku penggunaan teknologi wisatawan. *Kedua*, studi ini menunjukkan bahwa perilaku penggunaan teknologi wisatawan merupakan fungsi dari berbagai aspek (lihat Gambar 1). Dengan demikian, temuan ini akan membantu bisnis pariwisata dalam merancang perencanaan dan penjualan pariwisata yang berorientasi pada teknologi sehingga layanan dan penawaran mereka sesuai dengan kebutuhan wisatawan yang pada akhirnya dapat memaksimalkan kesejahteraan sosial-ekonomi masyarakat di daerah tujuan. *Ketiga*, temuan ini akan menginformasikan pemerintah di tingkat lokal dan nasional tentang meningkatnya permintaan teknologi di sektor pariwisata, yang dapat membantu pemerintah dalam mengambil langkah-langkah yang diperlukan dan merumuskan kebijakan untuk industri pariwisata yang baik di negara berkembang. Karena pemerintah Indonesia telah melakukan beberapa proyek untuk mengembangkan pariwisata berbasis teknologi, temuan ini bermanfaat bagi para pemangku kepentingan publik dan swasta untuk meningkatkan kesadaran yang lebih baik akan kebutuhan pasar akan aplikasi teknologi. Dengan cara ini, penyebaran informasi bersama di berbagai tingkat pemerintahan dapat membantu dalam mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk merumuskan kebijakan yang seimbang dalam permintaan yang terus meningkat untuk sektor pariwisata berbasis teknologi di negara-negara berkembang, dan Indonesia pada khususnya. *Terakhir*, para peneliti dan praktisi juga dapat memperoleh wawasan baru dari temuan-temuan saat ini untuk merancang agenda penelitian pariwisata di masa depan di mana teknologi merupakan komponen utama.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menyelidiki faktor-faktor yang berkaitan dengan perilaku penggunaan teknologi wisatawan. Studi sebelumnya menyimpulkan bahwa kegunaan dan kemudahan penggunaan merupakan atribut perintis penggunaan teknologi, yang mengarah pada pengadopsiannya. Temuan studi ini mendukung aplikasi teknologi untuk pembelian layanan pariwisata. Temuan studi ini mengkonfirmasi konstruk-konstruk penting yang mempengaruhi aplikasi teknologi dalam pariwisata untuk memenuhi permintaan di abad ke-21.

Namun, penelitian ini mencakup beberapa isu yang akan memperluas cakupan penelitian pariwisata. Penelitian ini hanya bergantung pada data cross-sectional, yang membatasi kedalaman temuan. Temuan-temuannya juga dapat lebih

digeneralisasikan, jika dapat dikonfirmasi dengan investigasi kualitatif. Keterbatasan tersebut membuka ruang lingkup penelitian lebih lanjut. Penelitian ini hanya menyelidiki wisatawan, praktik teknologi dari pemangku kepentingan pariwisata lainnya perlu disertakan dalam penelitian di masa depan, termasuk rantai pasokan pariwisata. Penelitian di masa depan dapat berfokus pada resistensi terhadap penerimaan dan penggunaan teknologi di bidang pariwisata. Selain itu, penelitian lebih lanjut dapat memperluas penelitian saat ini dengan menganalisis perbedaan lintas budaya dalam menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku penggunaan teknologi di sektor pariwisata.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ajzen, I. (1985), "From intentions to actions: a theory of planned behaviour", in Kuhl, J. and Beckman, J. (Eds), *Action Control: from Cognition to Behaviour*, Springer, Berlin, Heidelberg.
- Akhter, R. dan Sumi, F.R. (2014), "Socio-cultural factors influencing entrepreneurial activities: a study on Bangladesh", *IOSR Journal of Business and Management*, Vol. 16 No. 9, pp. 1-10
- Akter, M., Alim, M.A., Shabbir, R., Ali, M.B., Teck-Weng, J. dan Kasuma, J. (2020), "The mediating effects of place satisfaction and support for community: an evaluation of the performance of small and medium tourism enterprises in Bangladesh", *Asian Journal of Business and Accounting*, Vol. 13 No. 2, pp. 27-48.
- Alraja, M.N. (2015), "User acceptance of information technology: a field study of an e-mail system adoption from the individual students' perspective", *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol. 6 No. 6, pp. 19-25.
- Alsharif, F.F. (2013), "Investigating the factors affecting on-line shopping adoption in Saudi Arabia", *Doctoral Dissertation*, De Montfort University.
- Alt, R. dan Klein, S. (2011), "Twenty years of electronic markets research—looking backwards towards the future", *Electronic Markets*, Vol. 21 No. 1, pp. 41-51.
- Amaro, S. dan Duarte, P. (2015), "An integrative model of consumers' intentions to purchase travel online", *Tourism Management*, Vol. 46, pp. 64-79.
- Anderson, J.E. dan Schwager, P.H. (2004), "SME adoption of wireless LAN technology: applying the UTAUT model." in *Proceedings of the*, 7th Annual Conference of the Southern Association for Information Systems, Vol. 7, pp. 39-43.
- Ayeh, J.K., Au, N. dan Law, R. (2013), "Towards an understanding of online travellers' acceptance of consumer-generated media for travel planning: integrating technology acceptance and source credibility factors", *Information and Communication Technologies in Tourism (Proceedings of the International Conference in Innsbruck, Austria, January 22-25, 2013)*, Springer, Heidelberg.
- Bagozzi, R.P. dan Lee, K.H. (2002), "Multiple routes for social influence: the role of compliance, internalization, and social identity", *Social Psychology Quarterly*,

Vol. 65 No. 3, pp. 226-247.

- Bandura, A. (1986), *Social Foundations of Thought and Action*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Baptista, G. dan Oliveira, T. (2015), "Understanding mobile banking: the unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators", *Computers in Human Behaviour*, Vol. 50, pp. 418-430.
- Barclay, D., Higgins, C. dan Thompson, R. (1995), "The partial least squares (PLS) approach to casual modeling: personal computer adoption and use as an Illustration", *Technology Studies*, Vol. 2 No. 2, pp. 285-309.
- Bigne', E., Sanz, S., Ruiz, C. dan Ald'as, J. (2010), "Why some internet users don't buy air tickets online", in *Information and Communication Technologies in Tourism*, Springer, Vienna.
- Bhuiyan, M.B., Islam, M.A., Haque, M.Z. dan Biswas, C. (2020), "Moderating effect of technology readiness on adoption of geotagging technology among social networking sites (SNSS) users for smart tourism", *GeoJournal of Tourism and Geosites*, Vol. 34 No. 1, pp. 47-55.
- Brown, S.A. dan Venkatesh, V. (2005), "Model of adoption of technology in households: a baseline model test and extension incorporating household life cycle", *MIS Quarterly*, Vol. 29 No. 3, pp. 399-426.
- Chag, M., Walimuni, A.C.S.M., Kim, M.-C. dan Lim, H.-S. (2022), "Acceptance of tourism blockchain based on UTAUT and connectivism theory", *Technology in Society*, Vol. 71, pp. 1-12.
- Chin, W.W. (2010), "How to write up and report PLS analyses", *Handbook of Partial Least Squares*, Springer, Berlin, pp. 655-690.
- Curtis, L., Edwards, C., Fraser, K.L., Gudelsky, S., Holmquist, J., Thornton, K. dan Sweetser, K.D. (2010), "Adoption of social media for public relations by nonprofit organizations", *Public Relations Review*, Vol. 36 No. 1, pp. 90-92.
- Davis, F.D. (1989), "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology", *MIS Quarterly*, Vol. 13 No. 3, pp. 319-340.
- Davis, F.D., Bagozzi, R.P. dan Warshaw, P.R. (1992), "Extrinsic and intrinsic motivation to use computers in the workplace", *Journal of Applied Social Psychology*, Vol. 22 No. 14, pp. 1111-1132.
- Fornell, C. dan Larcker, D.F. (1981), "Structural equation models with unobservable variables and measurement error", *Journal of Marketing Research*, Vol. 18 No. 1, pp. 39-50.
- Galliano, D., Roux, P. dan Soulie, N. (2011), "ICT intensity of use and the geography of firms", *Environment and Planning A: Economy and Space*, Vol. 43 No. 1, pp. 67-86.
- Gupta, A. dan Dogra, N. (2017), "Tourist adoption of mapping apps: a UTAUT2

- perspective of smart travellers”, *Tourism and Hospitality Management*, Vol. 23 No. 2, pp. 145-161.
- Hair, J.F., Ringle, C.M. dan Sarstedt, M. (2011), "PLS-SEM: indeed a silver bullet", *Journal of Marketing Theory and Practice*, Vol. 19 No. 2, pp. 139-152.
- Hair, J.F., Ringle, C.M. dan Sarstedt, M. (2013), "Partial least squares structural equation modeling: rigorous applications, better results and higher acceptance", *Long Range Planning*, Vol. 46 Nos 1-2, pp. 1-12.
- Hariri, A.A. (2014), "Adoption of learning innovations within UK Universities: validating an extended and modified UTAUT model", Doctoral dissertation, University of Warwick.
- Hayes, A.F. (2013), *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A RegressionBased Approach*, Guilford Press, New York.
- Herting, D.C., Pros, R.C. and Tarrida, A.C. (2020), "Habit and social influence as determinants of PowerPoint use in higher education: a study from a technology acceptance approach", *Interactive Learning Environments*, doi: 10.1080/10494820.2020.1799021.
- Ibukun, E., Okuboyejo, S. dan Kelechi, A. (2016), "The adoption of E-tourism: an empirical investigation", *Asian Journal of Information Technology*, Vol. 15 No. 18, pp. 3422-3429.
- Jadhav, V.S. dan Mundhe, S.D. (2011), "Information technology in tourism", *International Journal of Computer Science and Information Technologies*, Vol. 2 No. 6, pp. 2822-2825.
- Jeon, H.M., Sung, H.J. dan Kim, H.Y. (2020), "Customers' acceptance intention of self-service technology of restaurant industry: expanding UTAUT with perceived risk and innovativeness", *Service Business*, Vol. 14, pp. 533-531.
- Kamboj, S. dan Joshi, R. (2021), "Examining the factors influencing smartphone apps use at tourism destinations: a UTAUT model perspective", *International Journal of Tourism Cities*, Vol. 7 No. 1, pp. 135-157.
- Kang, S. (2014), "Factors influencing intention of mobile application use", *International Journal of Mobile Communications*, Vol. 12 No. 4, pp. 360-379.
- Kwok, S.H. dan Gao, S. (2005), "Attitude towards knowledge sharing behaviour", *Journal of Computer Information Systems*, Vol. 46 No. 2, pp. 45-51.
- Law, R., Leung, R. dan Buhalis, D. (2009), "Information technology applications in hospitality and tourism: a review of publications from 2005 to 2007", *Journal of Travel and Tourism Marketing*, Vol. 26 No. 5, pp. 599-623.
- Lewis, C.C., Fretwell, C.E., Ryan, J. dan Parham, J.B. (2013), "Faculty use of established and emerging technologies in higher education: a unified theory of acceptance and use of technology perspective", *International Journal of Higher Education*, Vol. 2 No. 2, pp. 22-34.

- Liao, C., Palvia, P. dan Lin, H.N. (2006), "The roles of habit and web site quality in e-commerce", *International Journal of Information Management*, Vol. 26 No. 6, pp. 469-483.
- Limayem, M., Hirt, S.G. dan Cheung, C.M. (2007), "How habit limits the predictive power of intention: the case of information systems continuance", *MIS Quarterly*, Vol. 31 No. 4, pp. 705-737.
- Lu, H.P. dan Su, P.Y.J. (2009), "Factors affecting purchase intention on mobile shopping web sites", *Internet Research*, Vol. 19 No. 4, pp. 442-458.
- Lu, J., Mao, Z., Wang, M. dan Hu, L. (2015), "Goodbye maps, hello apps? Exploring the influential determinants of travel app adoption", *Current Issues in Tourism*, Vol. 18 No. 11, pp. 1059-1079.
- Mahajan, K.B., Patil, A.S., Gupta, R.H. dan Pawar, B.V. (2011), "Use of Information and communication technology in the tourism industry of Maharashtra and Goa States of India: a survey", *International Journal of Hospitality and Tourism Systems*, Vol. 4 No. 2, pp. 60-68.
- Martins, C., Oliveira, T. dan Popovic, A. (2014), "Understanding the internet banking adoption: a unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application", *International Journal of Information Management*, Vol. 34 No. 1, pp. 1-13.
- Menekse, M., Zheng, X. dan Anwar, S. (2020), "Computer science students' perceived needs for support and their academic performance by gender and residency", *Journal of Applied Research in Higher Education*, Vol. 12 No. 4, pp. 1025-1044.
- Mutlu, M.H. dan Der, A. (2017), "Unified theory of acceptance and use of technology: the adoption of mobile messaging application", *Megatrend Revija*, Vol. 14 No. 1, pp. 169-186.
- Neo, H.F., Rasiah, D., Tong, D.Y. dan Teo, C.C. (2014), "Biometric technology and privacy: a perspective from tourist satisfaction", *Information Technology and Tourism*, Vol. 14 No. 3, pp. 219-237.
- Parsaei, F., Rezaei, M. dan Arabjafari, M. (2014), "Evaluating behavioural intentions of tourists in e-tourism", *Journal of Computing and Security*, Vol. 1 No. 2, pp. 95-109.
- Pencarelli, T. (2020), "Revolusi digital dalam industri perjalanan dan pariwisata", *Teknologi Informasi dan Pariwisata*, Vol. 12 No. 4, hlm. 455-476.
- Phaosathianphan, N. dan Leelasantham, A. (2019), "Understanding the adoption factors influence on the use of intelligent travel assistant (ITA) for eco-tourists: an extension of the UTAUT", *International Journal of Innovation and Technology Management*, Vol. 16 No. 8, pp. 1-26.
- Rahi, S., Ghani, M.A. dan Ngah, A.H. (2019), "Integration of unified theory of acceptance and use of technology in internet banking adoption setting: evidence from Pakistan", *Technology in Society*, Vol. 58, pp. 101-120.

- Rahman, M.M. (2021), "Inbound tourism in Bangladesh: the trend of competitiveness", *Bangladesh Journal of Public Administration*, Vol. 29 No. 2, pp. 64-78.
- Rahman, M.M. dan Sloan, T. (2017), "User adoption of mobile commerce in Bangladesh: integrating perceived risk, perceived cost and personal awareness with TAM", *The International Technology Management Review*, Vol. 6 No. 3, pp. 103-124.
- Rogers, E.M. (1995), *Discussion of Innovations*, Free Press, NY.
- Roy, B. dan Ahmed, S. (2019), "Role of information and communication technology (ICT) in tourism industry: an empirical study in Bangladesh", *Journal of Business Studies*, Vol. 40 No. 2, pp. 93-110.
- Satam, S. (2014), "Consumer adoption of access-based consumption services-case airbnb", *Masters Dissertation*, Aalto University.
- Sharma, S., Singh, G., Pratt, S. dan Narayan, J. (2020), "Exploring consumer behavior to purchase travel online in Fiji and Solomon Islands? An extension of the UTAUT framework", *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, Vol. 15 No. 2, pp. 227-247.
- Skoumpopoulou, D., Wong, A., Ng, P. dan Lo, M. (2018), "Factors that affect the acceptance of new technologies in the workplace: a cross case analysis between two universities", *International Journal of Education and Development Using ICT*, Vol. 4 No. 3, pp. 209-222.
- Taylor, S. dan Todd, P. (1995), "Decomposition and crossover effects in the theory of planned behaviour: a study of consumer adoption intentions", *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 12 No. 2, pp. 137-155.
- Thompson, R.L., Higgins, C.A. dan Howell, J.M. (1991), "Personal computing: toward a conceptual model of utilization", *MIS Quarterly*, Vol. 15 No. 1, pp. 125-143.
- Thong, J.Y., Hong, S.J. dan Tam, K.Y. (2006), "The effects of post-adoption beliefs on the expectation confirmation model for information technology continuance", *International Journal of Human Computer Studies*, Vol. 64 No. 9, pp. 799-810.
- Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B. dan Davis, F.D. (2003), "User acceptance of information technology: toward a unified view", *MIS Quarterly*, Vol. 27 No. 3, pp. 425-478.
- Venkatesh, V., Thong, J.Y. dan Xu, X. (2012), "Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology", *MIS Quarterly*, Vol. 36 No. 1, pp. 157-178.
- Wu, X. (2017), "Smart tourism based on internet of Things", *Revista de la Facultad de Ingenieria*, Vol. 32 No. 10, pp. 66-170.
- Yueh, H.P., Huang, J.Y. dan Chang, C. (2015), "Exploring factors affecting students' continued Wiki use for individual and collaborative learning: an extended UTAUT perspective", *Australasian Journal of Educational Technology*, Vol. 31

No. 1, pp. 16-31.

Zhang, L., Zhu, J. dan Liu, Q. (2012), "hang, L., Zhu, J. and Liu, Q. (2012), "A meta-analysis of mobile commerce adoption and the moderating effect of culture", Computers in Human Behaviour, Vol. 28 No. 5, pp. 1902-1911.