

MODEL TAM DAN RISIKO PERSEPSIAN SEBAGAI ANTESENDEN NIAT PENGUNAAN APLIKASI DAN PERMAINAN DARING FREEMIUM VERSI BERBAYAR PADA MAHASISWA DI INDONESIA

NUNGKI PRADITA*¹
HARMANDA BERIMA PUTRA¹
LUTFIKA RACHMAWATI²

¹ Accounting Department, Faculty of Economics and Business, Universitas Stikubank, Indonesia

² Management Department, Faculty of Economics and Business, Universitas Stikubank, Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *Technology Acceptance Model* dan risiko persepsian pada niat beralih pengguna aplikasi dan permainan daring freemium versi gratis ke versi berbayar. Ukuran sampel dalam penelitian ini adalah 200 responden yang merupakan mahasiswa pengguna aplikasi dan permainan daring freemium versi gratis. Dari hasil analisis menggunakan *Structural Equation Modelling* ditemukan bahwa kegunaan persepsian berpengaruh positif pada sikap, kemudahan penggunaan persepsian tidak berpengaruh positif pada sikap. Sedangkan, risiko finansial persepsian tidak berpengaruh positif pada sikap, risiko kinerja persepsian berpengaruh positif pada sikap, dan sikap berpengaruh positif pada niat beralih menggunakan aplikasi dan permainan daring freemium versi berbayar.

Kata kunci: Freemium; Niat; Risiko persepsian; TAM.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of the Technology Acceptance Model and perceived risk on the intention to switch users of free-to-play freemium games and apps to the paid version. The sample size in this study was 200 students who used the accessible version of freemium online applications and games. The result shows that perceived usefulness had a positive effect on attitudes. The use of perceptions did not have a positive effect on attitude. Perceived risk does not positively affect attitudes, perceived performance risk has a positive effect on attitude, and attitude positively affects the intention to switch to using paid versions of freemium games and apps.

Keywords: Freemium; Intention; Perceived risk; TAM.

Article History: Received: (02-02-2022); Revised: (10-03-2022); and Published: (30-04-2022)

Copyright © 2022 Nungki Pradita, Harmanda Berima Putra, Lutfika Rachmawati

How to cite this article: Pradita, N., Putra, H.B., dan Rachmawati, L. (2022). Model Tam Dan Risiko Persepsian Sebagai Antesenden Niat Penggunaan Aplikasi Dan Permainan Daring Freemium Versi Berbayar Pada Mahasiswa Di Indonesia. *Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*. 17(1), 9-20

Retrieved from: <https://ejournal.unib.ac.id/index.php/Insight>

PENDAHULUAN

Dari banyak layanan teknologi yang hadir, produk layanan teknologi seperti aplikasi dan permainan daring menjadi layanan teknologi yang semakin banyak diminati pengguna pada saat ini. Layanan teknologi seperti aplikasi dan permainan daring semakin berkembang, di mana pada awalnya aplikasi dan permainan daring ditawarkan pada versi berbayar premium, lalu beralih pada aplikasi dan permainan daring versi freemium, pada versi freemium ini, penggunaan dapat memilih jenis layanan berbayar dengan tanpa batas akses. Di sisi lain, pengguna dapat memilih layanan gratis namun memiliki akses yang terbatas (Putra *et al.*, 2020). Dengan adanya pilihan ini, pengguna dapat mengevaluasi layanan apa yang harus dipilih sesuai dengan kebutuhannya.

Dalam beberapa tahun belakangan ini, terdapat beberapa perspektif yang digunakan untuk memprediksi pengguna teknologi. Misalnya, teori difusi inovasi (Rogers, 2003), kesiapan teknologi dan *Technology Acceptance Model* (TAM) atau model penerimaan teknologi (Davis, 1989). Namun dari beberapa perspektif yang digunakan tersebut, TAM merupakan model yang akurat dalam melihat fenomena adopsi teknologi (lihat Yang dan Zhou, 2011). Lebih lanjut, menurut beberapa ahli TAM adalah model dan teori adopsi teknologi yang akurat dan bisa digunakan dalam beberapa konteks penelitian (Awa *et al.*, 2011; Xie, Song, Peng, dan Shabbir, 2017, Yang dan Zhou, 2011; Dihaya dan Gayatri, 2017; Lee *et al.*, 2019).

Dalam konsep TAM, niat penggunaan produk dan layanan teknologi dipengaruhi oleh sikap dan kegunaan persepsian, sikap dipengaruhi oleh kegunaan persepsian dan kemudahan penggunaan persepsian (Carter dan Bélanger, 2005). Namun, berdasarkan beberapa bukti empiris, kegunaan persepsian dan kemudahan penggunaan persepsian tidak secara komprehensif menjelaskan motivasi pengguna teknologi (Lu *et al.*, 2005). Lebih lanjut, beberapa penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa TAM membutuhkan integrasi dengan variabel tambahan untuk meningkatkan prediksi penggunaan teknologi (lihat, Lu *et al.*, 2005; Wu dan Wang 2005; Pavlou, 2014; George dan Kumar, 2013).

Jika dilihat dari fenomena penggunaan teknologi khususnya pada konteks permainan dan aplikasi freemium, risiko persepsian diyakini diabaikan oleh para peneliti, tetapi ini jelas merupakan faktor yang berpengaruh pada niat penggunaan teknologi (Lu *et al.*, 2005). Terdapatnya pilihan pada penggunaan permainan dan aplikasi freemium membuat pengguna perlu mempertimbangkan dari beberapa sisi risiko. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka pada penelitian ini menggabungkan model TAM dan risiko persepsian sebagai antesenden niat penggunaan aplikasi dan permainan daring freemium versi berbayar.

TINJUAN PUSTAKA

TECHNOLOGY ACCEPTENCE MODEL (TAM)

Dalam melihat fenomena penggunaan teknologi, maka TAM merupakan model yang representatif dalam menjelaskan penggunaan teknologi. Dalam TAM dijelaskan bahwa niat menggunakan sebuah teknologi dipengaruhi oleh aspek kegunaan, kemudahan dalam penggunaan dan sikap dalam menggunakan teknologi tersebut. Kegunaan persepsian didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan kinerjanya. Sedangkan, kemudahan penggunaan persepsian didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan sebuah teknologi akan bebas dari gangguan mental seperti emosi negatif (Davis, 1989; Venkatesh *et al.*, 2003).

Kegunaan persepsian dan kemudahan penggunaan persepsian ini dapat memprediksi sikap terhadap penggunaan, niat perilaku untuk menggunakan, dan perilaku penggunaan yang sebenarnya. George dan Kumar (2013) mengatakan bahwa dalam model TAM juga dijelaskan bahwa teknologi yang mudah digunakan, dan jika bermanfaat akan memiliki pengaruh positif pada sikap pengguna, yang pada akhirnya meningkatkan niat untuk menggunakan teknologi yang menghasilkan perilaku adopsi.

Secara khusus, Kegunaan persepsian menjadi penentu utama niat untuk menggunakan, sedangkan, kemudahan penggunaan persepsian merupakan penentu sekunder yang mendorong niat untuk menggunakan (secara tidak langsung melalui kegunaan yang dirasakan), dan niat untuk menggunakan penentu utama dari perilaku penggunaan (Davis *et al.*, 1989). Namun, kegunaan persepsian dan kemudahan penggunaan persepsian dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang disebut sebagai variabel eksternal. Lu, Zhou dan Wang (2009) mengatakan bahwa TAM merupakan model yang bersifat parsimoni dan kuat secara statistik, namun TAM hanya menggunakan dua variabel, yaitu sikap pengguna dan keyakinan pengguna (persepsi kegunaan) untuk menjelaskan niat perilaku. Oleh karena itu, pada penelitian ini untuk mendukung model TAM, kami menambahkan beberapa variabel seperti risiko persepsian.

RISIKO PERSEPSIAN

Pada era teknologi saat ini para peneliti mengklaim bahwa terdapat konstruksi multidimensi yang dirasakan oleh konsumen perihal risiko dalam penggunaan teknologi. salah satunya ada risiko persepsian (Lee, 2009). Risiko persepsian merupakan ketidakpastian yang dirasakan tentang kemungkinan konsekuensi negatif dari penggunaan produk atau layanan (Featherman dan Pavlou, 2003; Putra *et al.*, 2020). risiko merupakan luaran atau akibat yang dapat berbentuk kesan positif atau negatif yang akan dirasakan ketika individu menggunakan suatu produk atau jasa. Jika dianalogikan dalam konteks penelitian ini. ketika seseorang merasakan risiko positif,

ketika seseorang orang tersebut mendapatkan persetujuan dan rujukan yang relatif lebih banyak dalam membeli atau menggunakan produk atau layanan. Sebaliknya, ketika seseorang merasakan risiko negatif, orang tersebut akan cenderung lebih ragu untuk membeli atau menggunakan layanan tersebut.

Menurut beberapa ahli, terdapat beberapa kategori masuk pada risiko persepsian, jika merujuk pada Cunningham (1967), risiko persepsian terdiri dari persepsi kinerja, persepsi finansial, persepsi waktu, persepsi keamanan, persepsi sosial dan persepsi kerugian psikologis. Disisi lain, (Jacoby dan Kaplan, 1972; Kaplan *et al.*, 1974) membagi risiko menjadi enam komponen resiko yaitu: finansial, kinerja, sosial, fisik, privasi, dan kehilangan waktu. Penggunaan dimensi pada resiko persepsian dapat bervariasi dan disesuaikan dengan konteks penelitiannya. Di sisi lain, menurut Featherman dan Pavlou, (2003). dimensi risiko yang dirasakan dapat bervariasi dan dapat sesuai dengan produk atau layanan, yang terdiri dari risiko finansial, risiko keamanan, risiko sosial, risiko waktu. dan risiko kinerja.

Pada konteks penelitian ini kami berfokus pada risiko finansial dan risiko kinerja karena konteks penggunaan layanan permainan dan aplikasi freemium ini, akan ada risiko kinerja layanan dan finansial yang akan dirasakan oleh konsumen. Di sisi lain, Menurut (Featherman dan Pavlou, 2003). dimensi risiko yang dirasakan dapat bervariasi dan mungkin sesuai untuk produk atau layanan. Berdasarkan justifikasi tersebut, kami berpendapat bahwa penggunaan dimensi pada risiko finansial dan risiko kinerja dapat digunakan dalam konteks penelitian ini.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Jika dilihat dari hasil penelitian yang menggunakan TAM sebagai model dasar dalam penggunaan teknologi, diketahui bahwa kegunaan persepsian tidak berpengaruh pada sikap (Yang dan Zhou, 2011). Sedangkan, Kegunaan persepsian berpengaruh positif pada sikap (Wu dan Chen, 2005). Di sisi lain, Yang dan Zhou (2011), menemukan bahwa kegunaan persepsian berpengaruh positif pada niat. Sedangkan, Wu dan Chen (2005) menemukan bahwa kegunaan persepsian tidak berpengaruh pada niat.

Lebih lanjut, Yang dan Zhou (2011) menukan bahwa kemudahan penggunaan persepsian tidak berpengaruh pada sikap. Sedangkan, Wu dan Chen (2005) menemukan bahwa kemudahan penggunaan persepsian berpengaruh positif pada sikap. Di samping itu, kemudahan penggunaan persepsian terbukti tidak berpengaruh pada niat (Yang dan Zhou, 2011; Wu dan Chen, 2005), sedangkan, kemudahan penggunaan persepsian ditemukan berpengaruh positif pada sikap (Wu dan Chen, 2005).maka kami menyimpulkan bahwa:

Hipotesis 1: Kegunaan persepsian berpengaruh positif pada sikap menggunakan aplikasi dan permainan daring freemium versi berbayar.

Hipotesis 2: Kemudahan penggunaan persepsian berpengaruh positif pada sikap menggunakan aplikasi dan permainan daring freemium versi berbayar.

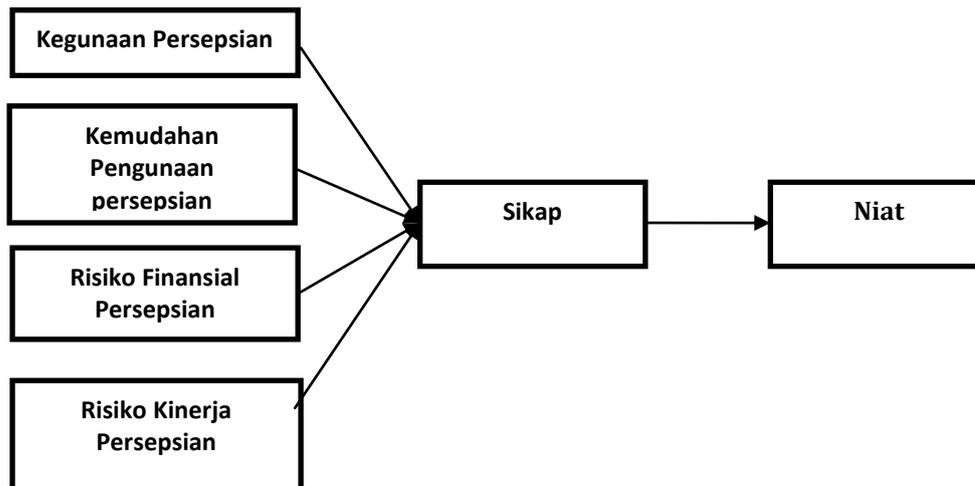
Hipotesis 3: Sikap berpengaruh positif pada niat menggunakan aplikasi dan permainan daring freemium versi berbayar.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa TAM membutuhkan integrasi dengan variabel tambahan untuk meningkatkan prediksi penggunaan sistem (lihat Wu dan Wang 2005; Lu *et al.*, 2005; Lee, 2009). Menurut Putra *et al.* (2022), dalam konteks penggunaan produk ataupun layanan terdapat mekanisme pembentukan persepsi risiko yang pada akhirnya dapat mempengaruhi penggunaan produk ataupun layanan. Lebih lanjut, persepsi risiko telah diterapkan untuk menjelaskan perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan (Wu dan Chen 2005). risiko yang dirasakan mengacu pada jenis tertentu dari risiko finansial, kinerja produk, sosial, psikologis, fisik, ataupun waktu (Wu dan Chen, 2005).

Menurut teori keputusan perilaku, pola biaya-kinerja memiliki pengaruh positif pada kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan (Wu dan Wang, 2005). Di sisi lain, secara tidak langsung konsumen harus berurusan dengan biaya yang tidak dapat diabaikan dalam beralih menggunakan aplikasi. Sebagai contoh, dalam penelitian Kuisma *et al.* (2007) menunjukkan bahwa banyak konsumen menolak menggunakan perbankan daring karena mereka takut kerugian tersebut. Hal ini menjadi suatu pertimbangan bahwa konsumen akan berpikir ulang akan menggunakan aplikasi maupun permainan daring freemium versi berbayar. Di sisi lain, risiko kinerja mengacu pada kerugian yang ditimbulkan oleh kekurangan atau kegagalan fungsi aplikasi ataupun permainan daring. Menurut Yiu *et al.* (2007), kerusakan server web secara tiba-tiba dapat menyebabkan kerugian yang tidak terduga saat melakukan transaksi daring. Berdasarkan argumentasi tersebut, maka kami menyimpulkan bahwa:

Hipotesis 4: risiko finansial persepsian berpengaruh positif pada sikap beralih menggunakan aplikasi dan permainan daring freemium versi berbayar.

Hipotesis 5: risiko kinerja persepsian berpengaruh positif pada sikap beralih menggunakan aplikasi dan permainan daring freemium versi berbayar.

**GAMBAR 1. MODEL PENELITIAN**

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan, metode penetapan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, dengan beberapa kriteria pada sampel, seperti individu sebagai pengguna aplikasi dan permainan daring versi gratis yang belum melakukan pembelian pada aplikasi dan permainan daring freemium versi berbayar selama kurun waktu enam bulan sebelumnya. Lebih lanjut, pengumpulan data menggunakan metode survei daring. Dari hasil pengumpulan data, terdapat 200 data responden yang dapat dianalisis.

PENGUKURAN

Dalam penelitian ini, kami kami melakukan translasi dan modifikasi pengukuran terdahulu agar sesuai konteks penelitian. Dalam penelitian ini, kami melakukan translasi dan modifikasi pengukuran terdahulu agar sesuai konteks penelitian. Pada Pengukuran TAM, kami menggunakan pengukuran dari beberapa peneliti terdahulu, seperti, kegunaan persepsian dan kemudahan penggunaan persepsian (Wu dan Chen, 2005). Sedangkan, risiko persepsian, seperti, risiko kinerja dan risiko finansial (Featherman dan Pavlou, 2003). Lebih lanjut, untuk mengukur persepsi pada setiap pengukuran, kami menggunakan skala Likert 5 poin, dengan pilihan jawaban mulai dari sangat tidak setuju (1) hingga sangat setuju (5). Kami juga memasukkan beberapa pertanyaan demografis, seperti jenis kelamin, usia, dan lama waktu menggunakan aplikasi atau permainan daring freemium versi gratis.

HASIL PENELITIAN

Dalam melakukan analisis data, kami menggunakan SPSS untuk melakukan analisis deskriptif pada responden. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada Tabel 1, diketahui bahwa dari 226 responden yang berpartisipasi dalam responden berjenis kelamin laki-laki lebih mendominasi sebanyak 122 orang. Sedangkan, jika dilihat dari usia, pengguna didominasi oleh usia 15-20 tahun. Lebih lanjut, jika dilihat dari penggunaan aplikasi dan permainan daring, diketahui bahwa rata-rata lebih dari 5 bulan lebih mendominasi sebanyak 127 responden, dan penggunaan game versi tidak berbayar lebih mendominasi sebanyak 120 responden. Hasil analisis karakteristik responden disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Variabel	Kategori	Frekuensi
Jenis Kelamin	Laki-laki	122
	Perempuan	104
Usia	15- 20 Tahun	185
	21-25 Tahun	56
	26-30 Tahun	3
	31-35 Tahun	2
Lama waktu menggunakan Aplikasi atau Permainan daring Freemium versi tidak berbayar	1 Bulan	18
	3 Bulan	25
	5 Bulan	56
	Lebih dari 5 Bulan	127
Jenis Freemium tidak berbayar yang digunakan	Games	120
	Aplikasi	106

Sumber: Data primer diolah (2021)

Selanjutnya dalam penelitian ini menggunakan persamaan *Structural Equation Modelling (SEM)* dan selanjutnya kami olah menggunakan alat olah Amos untuk melakukan analisis pengaruh pada setiap variabel. Tahap awal dalam penelitian ini adalah dilakukannya analisis faktor konfirmatori (*CFA*) dengan tujuan mengetahui pengukuran setiap indikator yang digunakan. Dari uji ini diperoleh hasil bahwa nilai *factor loading* dari indikator yang digunakan diatas 0,6. Sementara untuk hasil rerata variasi yang diekstarsikan seluruhnya di atas 0,5. Hasil ini mengindikasikan bahwa pengukuran dari indikator yang digunakan semuanya memiliki validitas diskriminan dan konvergen yang baik (Bagozzi dan Yi, 1988).

Lebih lanjut, pada uji reliabilitas, kami menggunakan analisis reliabilitas komposit dan *Cronbach Alpha*. Berdasarkan hasil analisis, nilai dari reliabilitas komposit berkisar antara 0,7 hingga 0,78. Sedangkan, nilai *Cronbach Alpha* diatas 0,7. Hasil ini menyatakan pengukuran yang digunakan memiliki reliabilitas yang baik (Bagozzi dan Yi, 1988). Hasil analisis validitas dan reliabilitas disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Validitas dan Reliabilitas

Indikator	Loading (λ)	Cronbach alpha	CR	AVE
Kemudahan Penggunaan				
Kemudahan Penggunaan 1	0,801	.753		
Kemudahan Penggunaan 2	0,81	.750		
Kemudahan Penggunaan 3	0,769	.754		
Kemudahan Penggunaan 4	0,753	.755	0,836	0,63
Risiko finansial				
Risiko finansial persepsian 1	0,697	.756		
Risiko finansial persepsian 2	0,722	.753	0,670	0,51
Risiko Kinerja				
Risiko kinerja 1	0,828	.759		
Risiko kinerja 2	0,891	.745	0,878	0,79
Kegunaan Persepsian				
kegunaan persepsian 1	0,756	.744		
kegunaan persepsian 2	0,756	.774		
kegunaan persepsian 3	0,81	.777	0,753	0,59
Sikap				
Sikap 1	0,907	.734		
Sikap 2	0,868	.737	0,881	0,78
Niat				
Niat 1	0,733	.743		
Niat 2	0,907	.734		
Niat 3	0,828	.739	0,865	0,68

Sumber: Data primer diolah (2021)

Tahap selanjutnya adalah dilakukannya uji *Goodness Of Fit* atau uji kesesuaian pada model yang ada dalam penelitian ini. Dari Sembilan komponen *Goodness of Fit* yang ada, dalam penelitian ini memberikan hasil delapan komponen bersatus baik dan satu lainnya mendapatkan hasil cukup baik. *Chi-square* dalam hasil uji data diperoleh sebesar 144.2 sudah cukup baik. Adapun secara terperinci hasil dari uji *Goodness Of Fit* tersaji dalam Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Goodness Of Fit

GOF	Hasil Analisis	Cut-Off Value	Status
<i>Chi Square</i>	144.2	Diharapkan kecil	Cukup Baik
<i>Significance Probability</i>	0,01	$\geq 0,05$	Baik
<i>CMIN/DF</i>	1,151	$\leq 2,0$	Baik
<i>GFI</i>	0,927	$\geq 0,80$	Baik
<i>RMSEA</i>	0,49	$\leq 0,80$	Baik
<i>AGFI</i>	0,94	$\geq 0,80$	Baik
<i>TLI</i>	0,955	$\geq 0,90$	Baik
<i>NFI</i>	0,909	$\geq 0,90$	Baik
<i>CFI</i>	0,965	$\geq 0,90$	Baik

Sumber: Data primer diolah (2021)

Tahap selanjutnya setelah uji *Goodness Of Fit* adalah melakukan analisis model struktural (lihat Tabel 4). Hasil dari analisis model struktural menunjukkan bahwa nilai *CR* antara variabel kegunaan persepsian pada sikap adalah 2,861 dengan signifikansi 0,04, yang berarti masih di bawah 0.05 maka hipotesis 1 diterima. Sedangkan, nilai *CR* antara variabel kemudahan penggunaan pada sikap adalah 2274 dengan signifikansi 0,23 ($>0,05$) maka hipotesis 2 ditolak. Lebih lanjut, *CR* antara variabel sikap pada niat adalah 8,927 dengan signifikansi 0,00, maka hipotesis 3 diterima. Lebih lanjut, Nilai *CR* antara resiko finansial persepsian pada sikap adalah 1,588 dengan signifikansi 0,112, maka hipotesis 4 ditolak. Sedangkan, nilai *CR* antara risiko kinerja persepsian pada sikap adalah 7.495 dengan signifikansi 0,00 maka hipotesis 5 diterima.

Tabel 4. Hasil Analisis Struktural SEM

Hubungan Struktural	Beta	The unstandardized Weights <i>CR</i>	<i>P-value</i>	Hipotesis
Kegunaan Persepsian -> Sikap	0,117	2,861	0,04	Hipotesis 1 diterima
Kemudahan Penggunaan->sikap	0.200	2274	0,23	Hipotesis 2 ditolak
Sikap ->Niat	0,70	8,927	0,00	Hipotesis 3 diterima
Risiko finansial-> Sikap	0,121	1,588	0,112	Hipotesis 4 ditolak
Risiko Kinerja ->sikap	0,086	7,495	0,00	Hipotesis 5 diterima

Sumber: Data primer diolah (2021)

PEMBAHASAN

Dari hasil pengujian model, dapat dilihat bahwa terdapat beberapa temuan yang dapat menjelaskan model pada penelitian ini. Jika dilihat berdasarkan pengujian, diketahui bahwa kegunaan persepsian berpengaruh positif pada sikap menggunakan aplikasi dan permainan daring freemium versi berbayar. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Wu dan Chen (2005) yang menyatakan bahwa kegunaan persepsian berpengaruh positif terhadap sikap. Seseorang yang percaya akan fungsi dari penggunaan aplikasi dan permainan daring freemium versi berbayar akan cenderung memakai layanan tersebut.

Di sisi lain, hasil penelitian diketahui menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan persepsian tidak berpengaruh positif pada sikap menggunakan aplikasi dan permainan daring freemium versi berbayar. Hal ini didukung oleh penelitian Yang dan Zhou (2011) yang menemukan bahwa kemudahan penggunaan persepsian tidak berpengaruh pada sikap. Berbagai kemudahan yang ditawarkan atas penggunaan aplikasi dan permainan daring freemium versi berbayar seperti contohnya akses layanan berbayar yang tidak terbatas tidak mempengaruhi keputusan untuk memakai

layanan tersebut. Seseorang lebih mengutamakan fungsi daripada kemudahan dari layanan yang ditawarkan tersebut.

Jika dilihat dari sisi risiko yang ditimbulkan, risiko finansial persepsian tidak berpengaruh positif pada sikap beralih menggunakan aplikasi dan permainan daring freemium versi berbayar. Hasil penelitian dari Lu *et al.* (2005) menemukan bahwa seseorang tidak mempertimbangkan risiko ketika menggunakan uji coba gratis dan sangat berhati-hati ketika mereka memutuskan untuk menggunakan produk secara terus-menerus. Di sisi lain, jika permainan atau layanan freemium menjadi kebutuhan dan dapat digunakan secara gratis, maka pengguna tidak akan beralih.

Sedangkan, jika dilihat dari sisi kinerja, risiko kinerja persepsian berpengaruh positif pada sikap beralih menggunakan aplikasi dan permainan daring freemium versi berbayar. Menurut Putra *et al.* (2022) pengguna yang telah terlebih dahulu mencoba kinerja aplikasi dan permainan freemium melalui versi gratis, sehingga membuat pengguna dapat memperkirakan dan merasakan secara langsung terkait dengan risiko kinerja yang akan dirasakan, jika beralih ke versi berbayar.

Lebih lanjut, sikap terbukti berpengaruh positif pada niat menggunakan aplikasi dan permainan daring freemium versi berbayar. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (lihat Cheng dan Huang, 2013; Yang dan Zhou, 2011; Putra *et al.*, 2020; Putra *et al.*, 2022) yang menemukan bahwa sikap mempengaruhi niat untuk menggunakan aplikasi dan permainan daring freemium versi berbayar. Seseorang yang telah memiliki sikap positif pada penggunaan sebuah produk atau layanan, akan cenderung berniat untuk menggunakan aplikasi dan permainan daring freemium versi berbayar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, kami menemukan bahwa kegunaan persepsian berpengaruh positif pada sikap menggunakan aplikasi dan permainan daring freemium versi berbayar. Sedangkan, di sisi lain menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan persepsian tidak berpengaruh positif pada sikap menggunakan aplikasi dan permainan daring freemium versi berbayar. Kami juga menemukan bahwa risiko finansial persepsian tidak berpengaruh positif pada sikap beralih menggunakan aplikasi dan permainan daring freemium versi berbayar. Akan tetapi, risiko kinerja persepsian berpengaruh positif pada sikap beralih menggunakan aplikasi dan permainan daring freemium versi berbayar. Jika dikaitkan antara sikap dan niat, sikap berpengaruh positif pada niat menggunakan aplikasi dan permainan daring freemium versi berbayar.

Berdasarkan hasil penelitian, kami memberikan beberapa rekomendasi secara empiris dan praktis. Dari segi empiris, pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah objek penelitian agar hasil penelitian dapat digeneralisasi pada konteks lain. Dari sudut pandang praktis, bagi perusahaan pengembang layanan aplikasi dan permainan daring, hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar dalam

mengembangkan produk aplikasi dan permainan daring yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

Awa, H. O., Eze, S. C., Urieto, J. E., & Inyang, B. J. (2011). Upper echelon theory (UET): A major determinant of information technology (IT) adoption by SMEs in Nigeria. *Journal of Systems and Information Technology*.

Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the academy of marketing science*, 16(1), 74-94.

Carter, L., & Bélanger, F. (2005). The utilization of e-government services: citizen trust, innovation and acceptance factors. *Information systems journal*, 15(1), 5-25.

Cheng, H. H., & Huang, S. W. (2013). Exploring antecedents and consequence of online group-buying intention: An extended perspective on theory of planned behavior. *International Journal of Information Management*, 33(1), 185-198.

Cunningham, S., 1967. The major dimensions of perceived risk. In: D. Cox (Ed.), *Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior*. Harvard University Press, Cambridge, MA.

Dahiya, R., & Gayatri. (2017). Investigating Indian car buyers' decision to use digital marketing communication: an empirical application of decomposed TPB. *Vision*, 21(4), 385-396.

Davis, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13, 319 – 340

Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: a perceived risk facets perspective. *International journal of human-computer studies*, 59(4), 451-474.

Forsythe, S. M., & Shi, B. (2003). Consumer patronage and risk perceptions in Internet shopping. *Journal of Business research*, 56(11), 867-875.

George, A., & Kumar, G. G. (2013). Antecedents of customer satisfaction in internet banking: Technology acceptance model (TAM) redefined. *Global business review*, 14(4), 627-638.

Kaplan, L. B., Szybillo, G. J., & Jacoby, J. (1974). Components of perceived risk in product purchase: A cross-validation. *Journal of applied Psychology*, 59(3), 287.

Lee, J., Kim, J., & Choi, J. Y. (2019). The adoption of virtual reality devices: The technology acceptance model integrating enjoyment, social interaction, and strength of the social ties. *Telematics and Informatics*, 39, 37-48.

Lee, M. C. (2009). Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit. *Electronic commerce research and applications*, 8(3), 130-141.

Lu, H. P., Hsu, C. L., & Hsu, H. Y. (2005). An empirical study of the effect of perceived risk upon intention to use online applications. *Information management & computer security*.

Lu, Y., Zhou, T., & Wang, B. (2009). Exploring Chinese users' acceptance of instant messaging using the theory of planned behavior, the technology acceptance model, and the flow theory. *Computers in human behavior*, 25(1), 29-39.

Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International journal of electronic commerce*, 7(3), 101-134.

Putra, H. B., Pradita, N., & Hayuningtias, K. A. (2020). Prediksi Niat Penggunaan Aplikasi Dan Permainan Daring Freemium Versi Berbayar Dengan Menggunakan Model TPB. *Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(2), 130-143.

Putra, H. B., Pradita, N., & Mansyur, A. (2022). Integration Model TPB And Perceived Risk Of Intention Of Use Applications And Games Online Freemium Paid Version: Indonesian Students Context. *novbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* 9 (2021) 110-116

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*, 425-478.

Wu, J. H., & Wang, S. C. (2005). What drives mobile commerce?: An empirical evaluation of the revised technology acceptance model. *Information & management*, 42(5), 719-729.

Wu, L., & Chen, J. L. (2005). An extension of trust and TAM model with TPB in the initial adoption of on-line tax: an empirical study. *International Journal of Human-Computer Studies*, 62(6), 784-808.

Xie, Q., Song, W., Peng, X., & Shabbir, M. (2017). Predictors for e-government adoption: integrating TAM, TPB, trust and perceived risk. *The Electronic Library*.

Xie, Q., Song, W., Peng, X., & Shabbir, M. (2017). Predictors for e-government adoption: integrating TAM, TPB, trust and perceived risk. *The Electronic Library*.

Yang, H. C., & Zhou, L. (2011). Extending TPB and TAM to mobile viral marketing: An exploratory study on American young consumers' mobile viral marketing attitude, intent and behavior. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 19(2), 85-98.