

ABSTRAK

Telkomsel sebagai operator terbesar memiliki 157.39 juta pelanggan pada tahun 2016 di Indonesia menyediakan aplikasi MyTelkomsel Apps yang tersedia di Android dan iOS dengan berbagai fitur dan layanan yang dapat membantu pelanggan tetapi adopsi aplikasi tersebut belum cukup signifikan dari total pelanggan Telkomsel, saat ini jumlah user MyTelkomsel mencapai 11 juta (7%) dan per bulan diakses rata-rata oleh 1 juta user (1%) maka diperlukan kajian mengenai faktor kunci yang mempengaruhi behavioral intention untuk adopsi aplikasi MyTelkomsel Apps dari pengguna aplikasi tersebut dengan tujuan mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam mengadopsi aplikasi MyTelkomsel Apps.

Pendekatan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah model penerimaan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) yang telah dimodifikasi dengan variabel konstruk *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Trust*, *Price Value* dan *Habit*, variabel dependen terdiri dari *Behavioral Intention* sedangkan *Age* dan *Gender* sebagai variabel moderasinya.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online. Penyebaran informasi melalui social media, whatsapp dan broadcast SMS selama kurang lebih satu bulan. Jumlah responden yang didapatkan adalah 518 responden dengan 508 responden yang dinyatakan valid. Prosentase responden yang dinyatakan valid jika responden pernah menggunakan MyTelkomsel Apps. Untuk memastikan kuesioner diisi target responden yang tepat, maka responden menjawab dua screening question dengan benar. Pengolahan data menggunakan metode *Partial Least Square (PLS)* dengan bantuan software aplikasi SmartPLS 3.0.

Dari hasil pengolahan didapatkan model dengan nilai R-Square sebesar 0,707 sehingga model ini dapat memprediksi niat dari responden dalam melakukan adopsi aplikasi MyTelkomsel Apps dengan kemampuan prediksi sebesar 70,7%. Terdapat empat variabel dalam Modified UTAUT2 yang terbukti memiliki pengaruh signifikan positif terhadap niat untuk melakukan adopsi aplikasi MyTelkomsel Apps oleh pelanggan Telkomsel yaitu *Performance Expectation (2,628)*, *Habit (5,189)*, *Trust (3,137)* dan *Behavior Intention (3,264)*.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat beberapa faktor yang menjadi pengaruh signifikan terhadap adopsi aplikasi MyTelkomsel Apps oleh pelanggan Telkomsel terhadap *Behavior Intention* yaitu *Performance Expectancy*, *Habit* dan *Trust* dalam niat mengadopsi aplikasi MyTelkomsel Apps.

Kata Kunci : MyTelkomsel Apps, UTAUT, Penerimaan pelanggan, Adopsi teknologi