

## ABSTRAK

Jumlah pengguna *mobile phone* dan internet baik di dunia maupun Indonesia terus mengalami penetrasi yang meningkat. Segmen milenial memiliki potensi pasar yang sangat besar dalam menggunakan segala perkembangan yang bersifat digital. Telkomsel memiliki proporsi pelanggan milenial yang cukup besar dan turut serta dalam perkembangan layanan digital, salah satunya adalah dengan menyediakan LOOPkita sebagai aplikasi seluler dari kartu seluler LOOP.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat perilaku pelanggan dalam menggunakan layanan teknologi aplikasi LOOPkita dengan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2). Faktor-faktor UTAUT2 dimodifikasi dan terdiri dari *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, hedonic motivation, Price Value, Habit* dan *Content* sebagai variabel utama serta *Age, Gender* dan *Experience* sebagai moderat.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan kausal untuk menjelaskan persepsi pelanggan terhadap variabel dan meneliti hubungan sebab akibat antara variabel berdasarkan hipotesis di dalam penelitian. Penelitian menggunakan survei yang dilakukan dengan melakukan penyebaran kuisioner terhadap para pengguna kartu LOOP dengan usia milenial, berada di Jabodetabek dan Jabar dan sudah atau belum menggunakan aplikasi LOOPkita untuk memberikan persepsi terhadap adopsi menggunakan aplikasi LOOPkita. Teknik analisa data dilakukan menggunakan *Partial Least Squares* (PLS) sebagai salah satu metode dari *Structural Equation Modelling* (SEM) yang menjadi pelengkap dari metode regresi yang lemah dengan menggunakan pendekatan *Variance Based SEM*.

Hasil penelitian diperoleh bahwa deskriptif dari variabel-variabel modifikasi UTAUT2 LOOPkita dengan nilai indeks persetujuan berdasarkan persepsi pelanggan dari yang tertinggi hingga terendah adalah *Effort Expectancy, Facilitating Condition, Price Value, Hedonic Motivation, Social Influence, Content, Performance Expectancy, Behavior Intention, Use Behavior* dan *Habit*. Hasil penelitian diperoleh bahwa kausal dari hipotesis variabel-variabel dalam perilaku minat individu untuk menggunakan aplikasi LOOPkita yang berpengaruh positif ada 5, yaitu, *Effort Expectancy, Social Influence, Price Value* dan *Content* terhadap *Behavior Intention* dan *Behavior Intention* terhadap *Use Behavior*, sedangkan yang tidak berpengaruh positif ada 4, yaitu *Performance Expectancy, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Habit* terhadap *Behavior Intention*. Moderator *Age* memoderasi hubungan yang terjadi diantara variabel *Hedonic Motivation* dan *Price Value* terhadap *Behavior Intention* serta *Behavior Intention* terhadap *Use Behavior*. *Gender* memoderasi hubungan yang terjadi diantara variabel *Performance Expectancy* terhadap *Behavior Intention*. *Experience* memoderasi hubungan yang terjadi diantara variabel *Facilitating Condition* dan *Habit* terhadap *Behavior Intention*.

Kata Kunci: Milenial; *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*; LOOPkita; LOOP; Layanan Teknologi Aplikasi.