

## ABSTRAK

PT. PLN (Persero) merupakan perusahaan milik negara Indonesia yang mempunyai tugas menyediakan tenaga listrik bagi kepentingan umum. PLN selalu dituntut untuk memberikan pelayanan terbaik, kecepatan merespon, dan menjaga mutu pelayanan kepada seluruh pelanggan agar kepuasan pelanggan dapat terpenuhi secara merata. Salah satu upaya PLN untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan kepuasan pelanggan adalah dengan menghadirkan aplikasi *Mobile* yaitu PLN Mobile. Namun, seiring dengan implementasi yang sudah berjalan selama 3 tahun, penggunaan aplikasi PLN Mobile oleh pelanggan masih rendah, khususnya di PLN Unit Induk Distribusi Sulawesi Utara Sulawesi Tengah dan Gorontalo sehingga menjadi tantangan bagi perusahaan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat meningkatkan penggunaan aplikasi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pelanggan untuk menggunakan aplikasi PLN Mobile menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) berkaitan dengan penerimaan aplikasi. Model ini dipilih karena yang paling relevan dengan kondisi adopsi PLN Mobile.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Data dikumpulkan dari 385 responden valid pelanggan PLN. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan *Variance Based-Structural Equation Modelling* (VB-SEM) dengan *software* SmartPLS versi 3.2.9.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lima dari tujuh variabel UTAUT2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi PLN Mobile dengan urutan terbesar hingga terkecil yaitu *price value*, *habit*, *social influence*, *hedonic motivation*, dan *performance expectancy*. Sedangkan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior* ada tiga yaitu *behavioral intention*, *facilitating condition*, dan *habit*. Oleh karena itu, model ini dapat digunakan perusahaan untuk meningkatkan niat perilaku dan penggunaan pelanggan terhadap aplikasi PLN Mobile dengan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut.

Kata kunci: Aplikasi *Mobile*, Indonesia, Adopsi, PLN Mobile, UTAUT 2