

## ABSTRAK

Telkomsel, Indosat Ooredoo, Tri Hutchison, dan XL Axiata sebagai operator seluler yang meraih posisi empat teratas berdasarkan *Top Brand Award 2017*, telah menyediakan aplikasi *self-service* (MyTelkomsel, myIM3, BimaTRI, dan myXL) yang dapat membantu pengguna dalam melakukan cek/pembelian pulsa, pembelian paket layanan, informasi SIM card, dan cek poin.

Walaupun keempat aplikasi sudah menghadirkan fitur yang dapat membantu penggunaan kartu provider sebagai penunjang aktivitas dan komunikasi sehari-hari, tidak satupun dari keempat aplikasi ini termasuk kedalam sepuluh besar aplikasi yang paling banyak diakses oleh masyarakat di Indonesia pada tahun 2017. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui variabel - variabel apa saja yang memengaruhi minat dan perilaku pengguna aplikasi *self-service* operator seluler.

Tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan pengujian dan menganalisis variabel - variabel yang memengaruhi minat dan perilaku pengguna aplikasi *self-service* operator seluler di Kota Bandung. Pendekatan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah model UTAUT 2 yang telah dimodifikasi oleh Indrawati dan Marhaeni pada tahun 2015. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, *Habit*, *Behavioral Intention*, *Use Behavior*, sedangkan *Age* dan *Gender* sebagai variabel moderasinya.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara *online* melalui social media *Line* dan *Whatsapp* selama kurang lebih dua bulan. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 400 orang yang berdomisili di Kota Bandung dan menggunakan paling sedikit satu aplikasi *self-service* operator seluler. Dalam pengujian hipotesis, teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan *software SmartPLS 3.0*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Habit*, *Price Value*, *Hedonic Motivation*, dan *Performance Expectancy* mampu memengaruhi *Behavioral Intention* sebesar 74.8%, sedangkan *Habit* dan *Hedonic Motivation* mampu memengaruhi *Use Behavior* sebesar 34.3%. Kemudian diketahui bahwa *Age* hanya memoderasi hubungan *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention* dan *Gender* terbukti tidak memoderasi hubungan antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent*.

Kata Kunci : Aplikasi *self-service* operator seluler, UTAUT 2, Minat Penggunaan, Perilaku Penggunaan