

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin canggih membawa dampak baik pada aspek kehidupan manusia. Perkembangan ini mengakibatkan manusia menjadi menyukai kemudahan dalam beraktifitas, salah satunya yaitu dalam bertransportasi. Data menunjukkan sebanyak 21,7 juta orang menggunakan layanan *ride-hailing* atau *sharing* tumpangan serta 75% pengguna internet menggunakan aplikasi *mobile* yang terkoneksi dengan pemetaan. Hal ini berarti bahwa kebutuhan transportasi *online* di Indonesia cukup tinggi. Saat ini perusahaan transportasi *online* di Indonesia sudah beragam salah satunya yaitu Maxim. Berdasarkan data dari laman id.taximaxim tahun 2020 tercatat pengguna maxim di akhir 2019 pengguna mengalami peningkatan pengguna sebanyak 31 kali dengan rata-rata pertumbuhan sebanyak 160% per sejumlah 500.000 pengguna. Hal ini tentunya dipengaruhi oleh tingginya minat pengguna terhadap aplikasi transportasi *online* Maxim. Tujuan penelitian ini dilakukan yaitu untuk mengetahui tingkat minat pengguna aplikasi Maxim pada masyarakat Indonesia dengan menerapkan metode pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* dan menganalisis bagaimana persepsi *trust* memengaruhi minat pengguna aplikasi transportasi *online* Maxim, memberikan rekomendasi untuk meningkatkan minat pelanggan terhadap layanan dari aplikasi Maxim dengan memanfaatkan variable *perceived ease of use, perceived usefulness, behavioural intention of use, perceived security, perceived privacy, perceived trust*. Dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa manfaat dan kepercayaan dari sisi keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi namun dari sisi kemudahan serta *privacy* tidak mempengaruhi minat pengguna terhadap aplikasi Maxim.

Kata kunci : Aplikasi Maxim, TAM (*Technology Acceptance Model*), *perceived ease of use, perceived usefulness, behavioural intention of use, perceived security, perceived privacy, perceived trust*.