

ABSTRAK

Perkembangan dan peningkatan jumlah pengguna teknologi *Internet of Things* di Indonesia, membawa perubahan pada era digitaslisasi dan peningkatan adopsi teknologi IoT di berbagai bidang. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan kebijakan dan strategi yang efektif untuk mempromosikan adopsi teknologi IoT, khususnya penggunaan smart home di Indonesia, mengingat pesatnya peningkatan penggunaan internet dan untuk mengatasi kesenjangan kesenjangan digital karena tingkat pendidikan dan pendapatan yang berbeda-beda. Memanfaatkan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan metodologi kuantitatif, survei ini dilakukan terhadap 427 pengguna *smart home* melalui formulir digital digital yang disebar di media sosial. Data dianalisis menggunakan variabel TAM dan variabel tambahan seperti *privacy*, *compatibility*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *behavioral intention to use* dan *actual system use*, dengan demografi (pendapatan dan pendidikan) sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *privacy*, *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* secara signifikan mempengaruhi sikap terhadap penggunaan *smart home*, yang pada gilirannya secara positif mempengaruhi *behavioral intention to use smart home*, sedangkan *compatibility* tidak. Tingkat pendidikan dan pendapatan melemahkan hubungan antara faktor eksternal dan niat untuk menggunakan *smart home*. Penelitian ini menyoroti dampak faktor demografis pada adopsi IoT dan memberikan wawasan bagi penyedia teknologi dan pembuat kebijakan untuk meningkatkan adopsi perangkat *smart home* di Indonesia.

Kata Kunci: *Internet of Things, Smart Home Technology, Smart Home Adoption, Technology Acceptance Model (TAM), Variabel Moderator.*