

## ABSTRAK

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) telah mengambil langkah-langkah transformasi digital termasuk pengembangan aplikasi *New Customer Experience* (NCX) untuk mengelola data pelanggan dan meningkatkan layanan. NCX adalah aplikasi customer relationship management yang digunakan di lingkungan CFU *Enterprise* Telkom. Namun, adopsi NCX belum sepenuhnya efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerimaan dan penggunaan aplikasi NCX di lingkungan CFU *Enterprise* Telkom. Penelitian ini menggunakan model modifikasi UTAUT2 untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi niat dan perilaku penggunaan aplikasi ini.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner daring kepada 53 responden yang merupakan karyawan CFU *Enterprise* Telkom dan pengguna aplikasi NCX. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Performance Expectancy* dan *Effort Expectancy* berpengaruh positif signifikan terhadap Behavioral Intention untuk menggunakan NCX. *Facilitating Conditions* dan *Habit* juga berpengaruh positif signifikan terhadap *Use Behavior* aplikasi NCX. *Individual Characteristics* yaitu *Gender* memoderasi pengaruh *Compatibility* terhadap *Behavioral Intention*.

Penelitian ini memberikan wawasan baru tentang faktor-faktor yang mendorong penerimaan dan penggunaan aplikasi *enterprise* di lingkungan perusahaan telekomunikasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu Telkom dalam meningkatkan kualitas aplikasi NCX dan mendorong adopsi yang lebih efektif.

Kata Kunci: Transformasi digital, *customer relationship management*, UTAUT2, PLS-SEM, Strategi bisnis digital, Analisis Penerimaan Aplikasi, UTAUT, Modifikasi UTAUT