

INTISARI

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat dan penggunaan aktual layanan lowongan kerja pada aplikasi Jogja Smart Service (JSS) di Kota Yogyakarta, dalam konteks *Smart City* dan *e-government*. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan model *Technology Acceptance Model 2* (TAM 2), data dikumpulkan melalui kuesioner online dari 60 pengguna JSS. Hasil analisis regresi linear menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* (persepsi kegunaan) dan *Perceived Ease of Use* (persepsi kemudahan penggunaan) secara signifikan dan positif memengaruhi *Intention to Use* (niat untuk menggunakan), yang pada gilirannya secara kuat memengaruhi *Usage Behavior* (perilaku penggunaan aktual).

Lebih lanjut, studi ini menemukan bahwa Pengaruh Sosial, Citra, Relevansi Pekerjaan, dan Demonstrasi Hasil secara signifikan berkontribusi pada Persepsi Kegunaan. Namun, Kualitas Keluaran (*Output Quality*) tidak terbukti secara signifikan memengaruhi Persepsi Kegunaan. Sebuah temuan penting adalah Pengaruh Sosial terbukti secara signifikan memengaruhi Citra, yang menunjukkan bahwa pengaruh sosial berperan dalam membentuk persepsi citra layanan. Mengenai moderasi, baik *Experience* maupun Kesukarelaan dan Pengalaman (*Experience* dan *Voluntariness*) tidak ditemukan memiliki pengaruh signifikan dalam memoderasi hubungan yang dihipotesiskan. Kesimpulan ini menegaskan bahwa adopsi layanan JSS sangat bergantung pada manfaat, kemudahan, dan berbagai faktor eksternal, namun tidak pada efek moderasi dari pengalaman. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan layanan publik digital.

Kata Kunci: Jogja Smart Service, Layanan Lowongan Kerja, Technology Acceptance Model 2 (TAM 2), Penerimaan Teknologi, E-Government.

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors influencing the intention and actual usage of job vacancy services on the Jogja Smart Service (JSS) application in Yogyakarta City, within the context of *Smart City* and *e-government*. Using a quantitative approach with the *Technology Acceptance Model 2* (TAM 2), data were collected through an online questionnaire from 60 JSS users. The results of the linear regression analysis indicate that *Perceived Usefulness* and *Perceived Ease of Use* significantly and positively influence *Intention to Use*, which in turn strongly influences *Usage Behavior*.

Furthermore, this study found that *Subjective Norm*, *Image*, *Job Relevance*, and *Result Demonstrability* significantly contribute to *Perceived Usefulness*. However, *Output Quality* was not found to significantly influence *Perceived Usefulness*. A key finding is that *Subjective Norm* was proven to significantly influence *Image*, indicating that social influence plays a role in forming the perception of service image. Regarding moderation, neither *Experience* nor *Experience Voluntariness* was found to have a significant influence in moderating the hypothesized relationships. This conclusion asserts that the adoption of JSS services is highly dependent on benefits, ease of use, and various external factors, but not on the moderating effects of experience. These findings provide important implications for the development of digital public services.

Keywords: Jogja Smart Service, Job Vacancy Services, Technology Acceptance Model 2 (TAM 2), Technology Acceptance, E-Government.