

## ABSTRAK

Seiring dengan peningkatan kebutuhan masyarakat akan tenaga listrik yang diikuti dengan berbagai macam tantangan perubahan yang dihadapi oleh PLN, pada tanggal 21 April 2020 PLN melakukan transformasi dengan salah satu fokus utama yang ingin dicapai adalah *customer focused*. Salah satu usaha yang telah dilakukan PLN dalam melakukan perbaikan pelayanan kepada pelanggan ialah dengan melakukan digitalisasi layanan dengan meluncurkan aplikasi *smartphone* yang bernama PLN Mobile. Akan tetapi pada kenyataannya niat pelanggan dalam menggunakan aplikasi ini belum optimal dimana sampai bulan Juli 2020 jumlah pengguna aplikasi PLN Mobile kurang dari 1% dari total pelanggan PLN. Di wilayah PT PLN (Persero) UP3 Surakarta yang memiliki total 780.829 pelanggan, hanya 10.722 pelanggan yang menggunakan aplikasi PLN Mobile hingga bulan Juni 2020.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji niat penggunaan aplikasi PLN Mobile di Wilayah PT PLN (Persero) UP3 Surakarta dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* (Davis, 1989) sebagai model penelitian. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan subjek penelitian adalah pelanggan yang belum menggunakan aplikasi PLN Mobile. Pengaruh persepsi manfaat kegunaan dan kemudahan penggunaan pada sikap dan niat untuk menggunakan aplikasi PLN Mobile diukur dengan menggunakan satu analisis regresi linier sederhana dan dua analisis regresi linier berganda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap manfaat kegunaan dan keduanya berpengaruh positif terhadap sikap untuk menggunakan aplikasi PLN Mobile. Sementara itu sikap berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan aplikasi PLN Mobile. Sedangkan persepsi manfaat kegunaan tidak ditemukan adanya bukti pengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan aplikasi PLN Mobile. Dengan demikian sikap merupakan variabel mediasi secara parsial manfaat kegunaan dan kemudahan penggunaan pada niat untuk menggunakan aplikasi PLN Mobile.

Kata Kunci: *Technology Acceptance Model, intention to use, perceived ease of use, perceived usefulness.*

## **ABSTRACT**

*In line with the increasing public demand for electricity followed by various kinds of change challenges faced by PLN, on April 21 2020, PLN made a transformation with one of the main focuses to be achieved is customer focused. One of the efforts that has been made by PLN in improving service to customers is through digitizing services by launching a smartphone application called PLN Mobile. In fact, the customer's intention in using this application is not yet optimal, where until July 2020 the number of PLN Mobile application users is less than 1% of the total PLN customers. In the area of PT PLN (Persero) UP3 Surakarta, which has a total of 780,829 customers, only 10,722 customers have used the PLN Mobile application until June 2020.*

*This study aims to test the intention to use the PLN Mobile application in the area of PT PLN (Persero) UP3 Surakarta by using the Technology Acceptance Model (Davis, 1989) as a research model. This study uses quantitative research methods and the subjects of this study are customers who have not used the PLN Mobile application. The effect of perceived usefulness and ease of use on attitudes and intentions to use the PLN Mobile application was measured using one simple linear regression analysis and two multiple linear regression analysis.*

*The results of the analysis show that the perceived ease of use has a positive effect on the perceived usefulness and both of them have a positive effect on the attitude of using the PLN Mobile application. Meanwhile, attitudes have a positive effect on the intention to use the PLN Mobile application. In the other hand, there is not evidence that show perceived usefulness have a positive effect on the intention to use the PLN Mobile application. Thus, attitude is a partial mediating variable of the benefits of usability and ease of use on the intention to use the PLN Mobile application.*

*Keywords: Technology Acceptance Model, intention to use, perceived ease of use, perceived usefulness*