

ABSTRAK

Seperti yang kita ketahui bahwa teknologi di bidang ICT (*Information and Communication Technology*) terus mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan zaman. Perkembangan teknologi dilakukan secara terus-menerus untuk semakin mempermudah kehidupan manusia dalam berbagai bidang. Salah satu dari kemajuan teknologi yang ada, adalah penerapan ICT dalam bidang pemerintahan atau lebih dikenal dengan sebutan *e-government*. Pemerintah kota Bandung menyediakan layanan berbasis ICT yaitu aplikasi *panic button* (X-Igent) yang merupakan layanan bantuan *emergency* bagi masyarakat kota Bandung. Dengan adanya hal tersebut maka dilakukan penelitian mengenai penerimaan aplikasi tersebut dengan menggunakan pendekatan *technology acceptance model* (TAM).

Tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui bagaimana penerimaan aplikasi *panic button* (X-Igent). Melalui penelitian ini nantinya akan mengetahui bagaimana tanggapan responden terhadap masing-masing variabel (*perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude to use*, dan *behavioral intention*) pada penggunaan aplikasi *panic button* (X-Igent). Variabel yang digunakan adalah *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *attitude to use*, *behavioral intention*.

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 385 responden yang telah mendownload aplikasi *panic button* (X-Igent) dengan metode *convenience sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah *structural equation model* (SEM) dengan menggunakan estimasi *maximum likelihood*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan setiap variabel berkategori baik terhadap jawaban responden, yang mana hal tersebut menunjukkan bahwa penerimaan aplikasi *panic button* (X-Igent) sudah baik. *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness*, *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *attitude to use*, *perceived usefulness* tidak berpengaruh positif terhadap *attitude to use*, *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*, dan *attitude to use* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang ada didapatkan nilai R^2 terkecil yaitu pada pengaruh variabel *Perceived Ease of Use* terhadap variabel *Perceived Usefulness* dengan nilai R^2 sebesar 0.080 yang berarti bahwa pengaruh variabel *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness* adalah sebesar 8% dan sisanya 92% dipengaruhi oleh variabel diluar model ini. Oleh sebab itu untuk peneliti selanjutnya yang ingin meneliti objek yang sama atau memiliki kemiripan dengan objek pada penelitian ini, agar dapat mengetahui variabel yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini, disarankan untuk menambahkan variabel eksternal guna dapat mengetahui variabel lain yang mempengaruhi variabel *Perceived Usefulness*, variabel eksternal pada penelitian terdahulu yang ada yaitu seperti *Subjective Norm*, *Image*, *Job Relevance*, *Output Quality*, *Result Demonstrability*, *Experience*, dan *Voluntariness*.

Kata Kunci: *Attitude to Use; Behavioral Intention; Perceived Ease of Use; Perceived Usefulness; Technology Acceptance Model*