

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan konstruk-konstruk yang terdapat pada *Technology Acceptance Model* dalam mempengaruhi niat penggunaan aplikasi produk berbasis GPS untuk transportasi publik di kota Bandung. Penelitian ini menggunakan variabel moderator yaitu *personal innovativeness* untuk menganalisis dampaknya bagi pengaruh variabel *attitude toward using* terhadap variabel *behavioral intention to use*.

Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner kepada 100 orang sampel dan diolah secara kuantitatif dengan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS). Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana untuk membuktikan pengaruh antar masing-masing variabel secara parsial atau terpisah.

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh kesimpulan bahwa variabel *perceived ease of use* berpengaruh secara positif terhadap variabel *perceived usefulness*; variabel *perceived usefulness*, variabel *perceived enjoyment* dan variabel *perceived ease of use* berpengaruh secara positif terhadap variabel *attitude toward using*; variabel *perceived usefulness*, variabel *perceived enjoyment* dan variabel *attitude toward using* berpengaruh secara positif terhadap variabel *behavioral intention to use*; dan sebagai moderator variabel *personal innovativeness* secara negatif memoderasi hubungan pengaruh variabel *attitude toward using* terhadap variabel *behavioral intention to use*. Dengan demikian variabel *behavioral intention to use* yang berperan sebagai variabel dependen akan secara langsung mendapat pengaruh melalui variabel *attitude toward using* yang sebelumnya telah dipengaruhi oleh variabel-variabel lain. Variabel independen lain yang berperan sebagai pemberi pengaruh langsung adalah variabel *perceived enjoyment* dan *perceived usefulness*.

Kata kunci: *technology acceptance model, personal innovativeness, GPS application, public transportation, regression*