

Abstrak

Pada saat ini, kegunaan aplikasi menjadi primadona tersendiri bagi perusahaan dalam memasarkan, mengenalkan produk/jasa suatu perusahaan. Sehingga muncullah aplikasi-aplikasi di Indonesia. Salah satu aplikasi yang mengikuti tren ini adalah Uber taksi. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan peminat tingkat kualitas aplikasi Uber berdasarkan penilaian pengguna terhadap kualitas (actual) yang dirasakan dan kualitas (ideal) yang diharapkan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan pendekatan dimensi TAM yaitu persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, minat pengguna yang dinilai berdasarkan perspektif tingkat kinerja (*performance*) dan tingkat kepentingan (*importance*). Responden yang diteliti dalam penelitian ini berjumlah 100 pengguna dengan menggunakan teknik sampling insidental.

Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa secara keseluruhan terdapat nilai kesenjangan (*gap*) yang bernilai negatif antara kualitas aktual (*performance*) dan kualitas ideal (*importance*) sebesar (-0.12). Nilai kesenjangan (*gap*) paling besar adalah dimensi *information quality* dengan nilai (-0.28). Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas aktual yang dirasakan belum bisa memenuhi kualitas ideal yang diinginkan pengguna aplikasi Uber terutama dari atribut kualitas yang berhubungan dengan *facilitating condition* dalam aplikasi. Indikator yang menjadi prioritas perbaikan diantaranya adalah tampilan aplikasi yang menarik, adanya pengalaman positif saat menggunakan, informasi dalam format yang sesuai dan memiliki reputasi yang baik.

Kata Kunci: *Kualitas aplikasi, TAM, Importance Performance Analysis.*