ABSTRAK

Telkomsel sebagai operator telekomunikasi dengan pangsa terbesar di Indonesia saat ini turut menyelaraskan perkembangan era digital ke dalam bisnisnya dengan menjadikan visinya yaitu menjadi penyedia layanan dan solusi gaya hidup *digital mobile* kelas dunia yang terpercaya. Disamping inovasi serta *improvement* pada *core* bisnisnya sebagai operator selular, Telkomsel juga meningkatkan layanan kepada pelanggan dengan perbaikan dan peningkatan di lokasi layanan *customer touch point* seperti di Grapari. Dalam rangka melakukan shifting pelayanan konvensional menuju layanan digital, Pada tahun 2015, Telkomsel menghadirkan mesin layanan *self-service* yang diberi nama MyGrapari yang tersebar ditempatkan pada lokasi Grapari di seluruh daerah di Indonesia.

Melalui penelitian ini dilakukan pengukuran persepsi pengguna MyGrapari terkait variabel-variabel dalam model yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu *modified UTAUT2*. Selain itu, penelitian ini juga mengevaluasi faktor-faktor apa saja yang berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan penggunaan MyGrapari, dengan menjelaskan hubungan antara variabel *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, hedonic motivation, habit* dan *trust* terhadap variabel *behavior intention* dan *use behavior*. Penelitian ini juga menguji dampak dari variabel *age* dan *gender* sebagai variabel moderasi dalam model yang digunakan dalam penelitian ini terhadap adopsi penggunaan MyGrapari oleh pelanggan.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunaan aplikasi *googledocs* dan *hardcopy* kepada 446 responden dengan minimum penggunaan MyGrapari sebanyak 1 kali dan terakhir menggunakannya dalam kurun waktu 3 bulan terakhir sejak tanggal pengisian kuisioner. Dari kuesioner yang disebar, diperoleh 323 kuesioner yang valid dan kemudian dipilih sampel sebanyak 300 dengan teknik simple random sampling. Teknik analisis yang dipakai untuk menginterpretasikan dan menganalisis data dalam penelitian adalah dengan teknik *Structural Equation Model* (SEM).

Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data, diketahui bahwa persepsi pengguna terhadap variabel *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, hedonic motivation, habit*, *trust* dan *behavior intention* menunjukkan nilai yang tinggi, berarti menunjukkan persepsi yang bagus pada variabel -variabel tersebut. Selain itu, diperoleh bahwa *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, hedonic motivation, habit* dan *trust* secara simultan mempengaruhi *behavior intention* dalam adopsi penggunaan MyGrapari sebesar 47,1%, sedangkan sisanya sebesar 52,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini, dan 4 variabel yang memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *behavior intention* yaitu *performance expectancy, effort expectancy, facilitating condition,* dan *hedonic motivation* dengan nilai pengaruh terbesar pada variabel *facilitating condition*.

Kata Kunci: Telkomsel, UTAUT2, *Behavioural Intention, Use Behaviour*