

ABSTRAK

Perkembangan otomotif di Indonesia yang terus meningkat dari tahun ke tahun memicu persaingan dari para perusahaan yang bergerak pada penjualan kendaraan roda empat untuk terus meningkatkan layanan kepada para konsumen baik saat penjualan maupun pasca penjualan. Dengan ditopang oleh semakin meningkatnya perkembangan teknologi di Indonesia, Auto2000 sebagai salah satu main dealer kendaraan roda empat merek Toyota yang memegang mayoritas penjualan di Indonesia, berusaha untuk memanfaatkan kondisi tersebut dengan meluncurkan aplikasi bernama *Auto2000 mobile* dengan tujuan untuk meningkatkan keterikatan dengan para konsumen secara online saat mengakses layanan. Namun kondisi yang terjadi adalah proses adopsi pada aplikasi tersebut belum diterima secara maksimal oleh konsumen Auto2000 saat ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan aplikasi *Auto2000 mobile* di kalangan konsumen Auto2000. Penelitian ini mengadopsi *Theory Acceptance Model* (TAM) hasil pengembangan untuk memprediksi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* dari *Auto2000 mobile*.

Pengambilan data pada penelitian ini dilakukan dengan metode survey dimana teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling*. Jumlah sampel yang didapat adalah sebanyak 105 orang konsumen Auto2000 yang memiliki pengetahuan terhadap aplikasi *Auto2000 mobile*. Data penelitian dianalisis dengan menggunakan PLS-SEM dengan didukung oleh perangkat lunak *SmartPLS*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Compatibility*, *Perceived Behavioral Control*, *Perceived Enjoyment*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Security* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* dari *Auto2000 mobile*.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi Auto2000 untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dari *Auto2000 mobile* sehingga dapat meningkatkan dan memperkuat layanan *Auto2000 mobile* khususnya dari sudut pandang konsumen.

Kata Kunci :

Technology Acceptance Model, Auto2000 mobile, PLS-SEM, SmartPLS