

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerimaan pengguna terhadap aplikasi MySIIS menggunakan model modifikasi *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dan *In-Depth Interivew* di Telkom Regional 2. Tujuan utama adalah untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi *behavior intention* pengguna dalam menggunakan aplikasi ini. Dalam penelitian ini, dilakukan analisis terhadap variabel *Performace Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Perceived Credibility*, *Behavior Intention*, *Use Behavior*, dan *Perceived Organizational Support* sebagai variabel moderat. Metodologi *mix-method* digunakan, menggabungkan penelitian kuantitatif dan kualitatif.

Penelitian ini melibatkan 365 sampel pengguna digital MySIIS di Telkom Regional 2. Berdasarkan data laporan pengguna terhadap kendala atau gangguan, hasil pengujian *usability*, dan rekomendasi *stakeholders*, digunakan untuk mendukung penelitian. Sehingga, hasilnya menunjukkan bahwa *Performance Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Condition* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavior Intention*, sementara *Effort Expectancy* dan *Perceived Credibility* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan. Temuan ini mendukung adopsi MySIIS untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengguna dalam tugas sehari-hari.

Kesimpulan utama adalah bahwa *behavior intention* pengguna dalam menggunakan MySIIS dipengaruhi oleh *Performance Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Condition*. Permasalahan, seperti kesulitan dalam pencarian lokasi dan antarmuka yang belum sesuai ekspektasi, mempengaruhi *behavior intention* dan *use behavior* MySIIS. Meskipun dukungan dari organisasi dirasakan cukup baik, *Perceived Organizational Support* tidak signifikan dalam memoderasi hubungan antara niat perilaku dan penggunaan aplikasi MySIIS. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan wawasan penting bagi Telkom Indonesia dalam mengembangkan strategi transformasi digital dan pengalaman konsumen.

**Kata kunci:** Transformasi Digital, Teknologi Digital, UTAUT, *Perceived Credibility*, *Perceived Organizational Control*.