

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap niat untuk menggunakan aplikasi Jenius, (2) Pengaruh kegunaan yang dirasakan terhadap niat untuk menggunakan aplikasi Jenius, (3) Pengaruh keamanan terhadap niat untuk menggunakan aplikasi Jenius, (4) Pengaruh fitur terhadap niat untuk menggunakan aplikasi Jenius, (5) Pengaruh kepercayaan terhadap niat untuk menggunakan aplikasi Jenius. (6) Pengaruh kepercayaan memediasi kemudahan penggunaan terhadap niat untuk menggunakan aplikasi Jenius, (7) Pengaruh kepercayaan memediasi kegunaan yang dirasakan terhadap niat untuk menggunakan aplikasi Jenius, (8) Pengaruh kepercayaan memediasi keamanan terhadap niat untuk menggunakan aplikasi Jenius, (9) Pengaruh kepercayaan memediasi fitur terhadap niat untuk menggunakan aplikasi Jenius.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif pada pengguna aplikasi Jenius. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Jenius yang telah memiliki aplikasi Jenius. Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dan pengujian hipotesis menggunakan Structural Equation Model (SEM).

Implikasi dari penelitian ini adalah dalam upaya meningkatkan niat pelanggan untuk menggunakan, Jenius harus mempertahankan dan mencari cara untuk meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, persepsi keamanan, fitur. Perusahaan harus terus menjaga dan meningkatkan reputasi yang sudah baik, seperti dengan meningkatkan kinerja aplikasi, meningkatkan saran dan kritik dari pelanggan sebelumnya, meningkatkan keamanan saat bertransaksi agar perusahaan dapat mencapai hasil yang baik.

Kata kunci: Kemudahan Penggunaan, Kegunaan yang Dirasakan, Keamanan, Fitur, Kepercayaan Pelanggan, Niat untuk Menggunakan

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) The effect of ease of use on the intention to use the Jenius application, (2) The effect of perceived usefulness on the intention to use the Jenius application, (3) The effect of security on the intention to use the Jenius application, (4) The effect of features on the intention to use the Jenius application, (5) The effect of trust on the intention to use the Jenius application. (6) The effect of trust mediates ease of use on the intention to use the Jenius app, (7) The effect of trust mediates the perceived usefulness of the intention to use the Jenius app, (8) The effect of trust mediates security on the intention to use the Jenius app, (9) The effect of trust mediating features against the intention to use the Jenius application.

This research is a type of quantitative research on Jenius application users. The population used in this study is all Jenius customers who already have the Jenius application. Variable measurement in this study uses a Likert scale and hypothesis testing uses the Structural Equation Model (SEM).

The implication of this research is that in an effort to increase customer intention to use, Jenius must maintain and seek ways to increase perceived ease of use, perceived usefulness, perceived security, and features. Companies must continue to maintain and improve their good reputation, such as by improving application performance, improving suggestions and criticisms from previous customers, increasing security during transactions so that companies can achieve good results.

Keywords: Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Security, Features, Customer Trust, Intention to Use

