

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI
KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN KEMBALI**
(Studi pada Pengguna Aplikasi Bank Jago)

SKRIPSI



Nama : Clara Marito

Nim : 43118110199

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2024

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI
KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN KEMBALI
(Studi pada Pengguna Aplikasi Bank Jago)**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana
Jakarta



Nama : Clara Marito

Nim : 43118110199

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2024

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Clara Marito

Nim : 43118110199

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Februari 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Clara Marito

NIM. 43118110199

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Clara Marito
NIM : 43118110199
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN
PENGUNAAN, KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN KEMBALI (Studi pada Pengguna Aplikasi Bank
Jago)
Tanggal Sidang : 22 Maret 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Aldina Shiratina, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA

Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04243883



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Berkembangnya teknologi informasi membuat industri perbankan harus siap berubah dan bertransformasi. Sekarang teknologi informasi sudah memasuki era revolusi industri 4.0 era ini telah mengubah cara hidup masyarakat dalam bekerja dan berhubungan satu sama lain termasuk sektor perbankan yang mengalami banyak tantangan, terlebih dengan hadirnya *financial technology* (*fintech*) dan mitra teknologi dalam beberapa tahun terakhir. Era digital semakin melekat dalam merubah gaya kehidupan masyarakat di Indonesia, khususnya industri keuangan seperti perbankan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kepuasan pelanggan terhadap minat menggunakan kembali. Penelitian ini dilakukan terhadap 120 responden dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan alat analisis *Smart PLS*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan kembali. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan kembali. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan kembali.

Kata kunci: Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepuasan Pelanggan, Minat Menggunakan Kembali.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

The development of information technology makes the banking industry must be ready to change and transform. Now that information technology has entered the era of the industrial revolution 4.0, this era has changed the way people live in working and relating to each other, including the banking sector which has experienced many challenges, especially with the presence of financial technology (fintech) and technology partners in recent years. The digital era is increasingly inherent in changing the lifestyle of people in Indonesia, especially the financial industry such as banking. This study aims to determine the effect of perceived usefulness, perceived ease of use, customer satisfaction on behavioral intention to use. This study was conducted on 120 respondents using a quantitative approach. The data analysis used is Structural Equation Modeling (SEM) with Smart PLS analysis tools. The results of this study showed that perceived usefulness had no effect on behavioral intention to use. Perceived ease of use has a positive and significant effect on behavioral intention to use. Customer satisfaction has a positive and significant effect on behavioral intention to use.

Keywords : *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Customer Satisfaction, Behavioral Intention to Use.*



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan YME yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Menggunakan Kembali (Studi pada Pengguna Aplikasi Bank Jago)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk menyelesaikan strata 1 jurusan manajemen Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, khususnya Dr. Aldina Shiratina, S.E, M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M., Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak., C.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana Ph.D, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.

5. Kedua orang tua tercinta dan keluarga yang selalu memberikan dukungan moril maupun material, dorongan serta inspirasi yang tak ternilai.
6. Kepada seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
7. *I want to express my sincere gratitude to myself who never gave up until now, for all the hard work, effort, and dedication. It wasn't easy and took a long time, but we did it, we made it through. Thank you for all the hard work. I'm looking forward to the future and the next journey, let's not give up.*

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 22 Februari 2024

Clara Marito

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kontribusi Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	10
1. Manajemen	10
2. Manajemen Pemasaran	10
3. Perilaku Konsumen	11
4. Internet	13
5. <i>Mobile Apps</i>	13
6. Minat Menggunakan Kembali	14
7. Persepsi Kegunaan	16
8. Persepsi Kemudahan Penggunaan	17
9. Kepuasan Pelanggan	19
10. Penelitian Terdahulu	21
B. Pengembangan Hipotesis	26
1. Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Menggunakan Kembali	26
2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Kembali	26
3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Menggunakan Kembali	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	29
B. Desain Penelitian	29
C. Definisi dan Operasional Variabel	29
1. Variabel Independen	29
2. Variabel Dependen	30
D. Skala Pengukuran	32
E. Populasi dan Sampel Penelitian	32
1. Populasi Penelitian	32
2. Sampel Penelitian	33

F. Metode Pengumpulan Data	33
G. Metode Analisis Data.....	34
1. Statistik Deskriptif	34
2. <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	37
1. Sejarah PT Bank Jago Tbk	37
2. Karakteristik Responden	38
B. Hasil Pengolahan Data	42
1. Statistik Deskriptif	42
2. <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	45
C. Pembahasan	55
1. Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Menggunakan Kembali	55
2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Kembali	55
3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Menggunakan Kembali	56
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	57
B. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	67



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Pengguna Aplikasi Bank Jago & Pesaingnya	4
1.2	Pra Survei Penelitian	4
2.1	Penelitian Terdahulu	21
3.1	Operasional Variabel.....	31
3.2	Skala <i>Likert</i>	32
4.1	Statistik Deskriptif Persepsi Kegunaan	42
4.2	Statistik Deskriptif Persepsi Kemudahan Penggunaan	43
4.3	Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan	43
4.4	Statistik Deskriptif Minat Menggunakan Kembali	44
4.5	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	48
4.6	<i>Fornell-Larcker Criterion</i>	48
4.7	<i>Cross loading</i>	49
4.8	<i>Cronbach Alpha</i>	50
4.9	<i>Composite Reliabel</i>	51
4.10	<i>Coefficient Determination</i>	51
4.11	<i>Effect Size</i>	52
4.12	<i>Predictive Relevance (Q²)</i>	53
4.13	Uji Hipotesis	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Data Perkembangan Transaksi Bank Digital	2
2.1	Kerangka Pemikiran.....	28
4.1	Diagram <i>Pie</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
4.2	Diagram <i>Pie</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
4.3	Diagram <i>Pie</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	40
4.4	Diagram <i>Pie</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
4.5	<i>Outer loading</i> Belum Valid	46
4.6	<i>Outer loading</i> Valid	47
4.7	Uji Hipotesis	54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	67
2	<i>Smart PLS</i>	72
3	Jawaban Responden	78

