

ABSTRACT

VERONICA

03011210031

THE INFLUENCE OF PERCEIVED EASE OF USE AND PERCEIVED USEFULNESS ON INTENTION TO USE PERMATAMOBILE X IN MEDAN WITH TRUST AS A MEDIATING VARIABLE

(xvi + 86 pages; 9 figures; 50 tables; 8 appendixes)

In the current modern era, the financial sector has started to digitalize, and this can be seen through the utilization of mobile banking applications. PT Bank Permata Tbk is one of the banks in Indonesia that launched a mobile banking application, namely PermataMobile X, which offers around 200 features. However, the level of intention to use PermataMobile X is still considered quite low. Therefore, the purpose of his research is to analyze the influence of perceived ease of use and perceived usefulness on intention to use PermataMobile X in Medan with trust as a mediating variable.

This quantitative research collects data through questionnaires in Google Forms which are distributed to 100 PermataMobile X users in Medan who are chosen using purposive sampling. This research analyzes data using the partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in SmartPLS.

The research result indicates that perceived ease of use and perceived usefulness have a significant influence on trust toward PermataMobile X in Medan, and perceived usefulness has a significant influence on intention to use PermataMobile X in Medan. However, perceived ease of use and trust have no significant influence on intention to use PermataMobile X in Medan, and perceived ease of use and perceived usefulness have no significant influence on intention to use PermataMobile X in Medan through trust.

Kata Kunci: Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Intention to Use, Trust, PermataMobile X

Referensi: 35 (1989-2024)

ABSTRAK

VERONICA

03011210031

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN PERMATAMOBILE X DI MEDAN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(xvi + 86 halaman; 9 gambar; 50 tabel; 8 lampiran)

Di era modern saat ini, perusahaan sektor keuangan telah mulai melakukan digitalisasi, dan hal ini dapat terlihat melalui penggunaan aplikasi mobile banking. PT Bank Permata Tbk merupakan salah satu bank di Indonesia yang meluncurkan aplikasi mobile banking, yaitu PermataMobile X yang menawarkan sekitar 200 fitur. Namun, minat untuk menggunakan PermataMobile X dinilai masih cukup rendah. Oleh karena itu, tujuan penelitian tersebut adalah untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap niat menggunakan PermataMobile X di Medan melalui kepercayaan sebagai variabel mediasi.

Penelitian kuantitatif ini mengumpulkan data melalui kuesioner di Google Forms yang disebarakan kepada 100 pengguna PermataMobile X di Medan yang dipilih menggunakan purposive sampling. Penelitian ini menganalisis data menggunakan model partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) di SmartPLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan terhadap PermataMobile X di Medan, dan persepsi manfaat memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan PermataMobile X di Medan. Namun, persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan PermataMobile X di Medan, dan persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan PermataMobile X di Medan melalui kepercayaan.

Kata Kunci: Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, niat menggunakan, kepercayaan, PermataMobile X

Referensi: 35 (1989-2024)