

ABSTRACT

EMERSON GUNAWAN

03011210032

THE INFLUENCE OF BENEFIT, TRUST, AND USER CONVENIENCE TOWARDS CUSTOMER INTENTION USING MOBILE BANKING AT PT. BANK MAYBANK INDONESIA TBK

(xv+, 84 pages; 13 figures; 57 tables; 8 appendixes)

Maybank2u ID App experienced a decline in customer intention which resulted in increased negative reviews by benefit, trust and user convenience. The objective of this study are investigate whether benefit, trust and user convenience have partial and simultaneous influence on customer intention using mobile banking.

Benefit, trust and user convenience play an important role in increasing customer intention can encourage increased positive reviews.

In this research, the writer used quantitative, descriptive, causal research design and IBM SPSS. The sampling technique used was purposive sampling. The sample size was 130 respondents.

This research passed the validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression test and the equation is $Customer\ Intention = 1.989 + 0.103\ Benefit + 0.369\ Trust + 0.301\ User\ Convenience$. The results of hypothesis test showed that benefit, trust and user convenience have partial or simultaneous influence on customer intention using mobile banking an and adjusted R square value of 50.8%.

Recommendations for Maybank2u ID App can be improved by doing a simpler design and features, use strong authentication methods and adds transactions for 1-3 months.

Keywords: Benefit, Trust, User Convenience, Customer Intention

References: 33 (2020-2024)

ABSTRAK

EMERSON GUNAWAN

03011210032

PENGARUH MANFAAT, KEPERCAYAAN DAN KENYAMANAN PENGGUNA TERHADAP NIAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING PADA PT. BANK MAYBANK INDONESIA TBK

(xv+, 84 halaman; 13 gambar; 57 tabel; 8 lampiran)

Aplikasi Maybank2u ID mengalami penurunan niat nasabah yang berakibat pada meningkatnya ulasan negatif oleh manfaat, kepercayaan dan kenyamanan pengguna. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah manfaat, kepercayaan dan kenyamanan pengguna memiliki pengaruh secara parsial dan simultan terhadap niat nasabah dalam menggunakan mobile banking.

Manfaat, kepercayaan dan kenyamanan pengguna memainkan peran penting dalam meningkatkan niat pelanggan dapat mendorong peningkatan ulasan positif.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan desain penelitian kuantitatif, deskriptif, kausal dan IBM SPSS. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Jumlah sampel sebanyak 130 responden.

Penelitian ini lolos uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda dan persamaannya adalah $Niat\ Nasabah = 1,989 + 0,103\ Manfaat + 0,369\ Kepercayaan + 0,301\ Kemudahan\ Pengguna$. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa manfaat, kepercayaan dan kenyamanan pengguna memiliki pengaruh secara parsial maupun simultan terhadap niat nasabah menggunakan mobile banking dan nilai adjusted R square sebesar 50,8%.

Rekomendasi untuk Maybank2u ID App dapat ditingkatkan dengan merancang desain dan fitur yang lebih sederhana, menggunakan metode otentikasi yang kuat dan menambahkan transaksi selama 1-3 bulan.

Kata kunci: Manfaat, Kepercayaan, Kenyamanan Pengguna, Niat Nasabah
Referensi 33 (2020-2024)