

ABSTRAK

MAYSA DEBORA. NIM 2019116157. Analisis Persepsi Kemudahan Dan Kegunaan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi myBCA (Studi Kasus Wilayah Jakarta). Di bawah bimbingan Ibu Euis Widiati, SE, MM

myBCA adalah aplikasi dari hasil inovasi yang dilakukan oleh Bank BCA dengan mengikuti perkembangan dengan menggunakan *video banking*. Kurangnya pengetahuan nasabah akan fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi myBCA sehingga nasabah lebih memilih untuk melakukan transaksi melalui *mobile banking* BCA, ATM atau datang ke kantor BCA langsung, rendahnya jumlah pengguna aplikasi myBCA dan kurangnya penyampaian edukasi dan promosi dari pihak Bank terhadap aplikasi baru myBCA terlihat pada jumlah pengguna yang masih rendah. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dampak dari persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan dalam meningkatkan minat penggunaan aplikasi myBCA. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden melalui kriteria pengambilan sampel yang diantaranya nasabah yang telah aktif menggunakan myBCA di area wilayah Jakarta karena penggunaan *mobile banking* di wilayah Jakarta sangat tinggi dan nasabah pengguna myBCA lebih dari 1 tahun. Data diolah menggunakan Excel serta IBM SPSS Versi 23. Metode analisis yang digunakan yakni analisis deskriptif kuantitatif, uji regresi linier berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi. Berdasarkan hasil analisa didapatkan bahwa secara simultan persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan memberikan pengaruh yang signifikan pada minat menggunakan myBCA dan secara parsial persepsi kemudahan memberikan pengaruh yang signifikan pada minat menggunakan myBCA serta persepsi kegunaan memberikan pengaruh yang signifikan pada minat menggunakan myBCA.

Kata kunci: Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Minat Menggunakan, Aplikasi myBCA.

ABSTRACT

MAYSA DEBORA. NIM 2019116157. Perception Analysis of Ease and Usefulness of Interest in Using the myBCA Application (Jakarta Area Case Study). Under the guidance of Mrs. Euis Widiati, SE, MM

myBCA is an application resulting from an innovation carried out by Bank BCA by following developments using video banking. Lack of customer knowledge of the features available on the myBCA application so that customers prefer to make transactions through BCA mobile banking, ATMs or come to the BCA office directly, the low number of myBCA application users and the lack of education and promotion from the Bank regarding the new myBCA application seen in the low number of users. This study aims to determine the impact of perceived convenience and perceived usefulness in increasing interest in using the myBCA application. The data collection technique in this study used a questionnaire distributed to 100 respondents through sampling criteria including customers who have actively used myBCA in the Jakarta area because the use of mobile banking in the Jakarta area is very high and customers have used myBCA for more than 1 year. The data were processed using Excel and IBM SPSS Version 23. The analytical methods used were quantitative descriptive analysis, multiple linear regression tests, hypothesis testing and the coefficient of determination. Based on the results of the analysis, it was found that simultaneously perceived convenience and perceived usefulness had a significant influence on the intention to use myBCA and partially, perceived convenience had a significant effect on the intention to use myBCA and perceived usefulness had a significant influence on the intention to use myBCA.

Keywords: Perceived Convenience, Perceived Usefulness, Interest in Using myBCA.