

ABSTRAK

Judul : Pengaruh *Social Influence* dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Jenius Melalui Persepsi Kemanfaatan Sebagai Variabel Intervening.
Nama : Prendik Gesang Widodo
Program Studi : S1 Manajemen

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh *Social Influence* dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Jenius Melalui Persepsi Kemanfaatan. Populasinya adalah masyarakat yang berada di wilayah jabodetabek. Sampel yang digunakan berjumlah 90 orang, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Analisis data yang digunakan adalah *path analysis* dengan Minat untuk Menggunakan sebagai variabel dependen, Persepsi Kemanfaatan sebagai variabel intervening, *Social Influence* dan Persepsi Kemudahan sebagai variabel Independen. Dengan hasil penelitian *Social Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemanfaatan berpengaruh langsung terhadap Minat untuk Menggunakan, *Social Influence* berpengaruh langsung terhadap Minat untuk Menggunakan, Persepsi Kemudahan tidak berpengaruh langsung terhadap Minat untuk Menggunakan, *Social Influence* berpengaruh terhadap Minat untuk Menggunakan melalui Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Minat untuk Menggunakan melalui Persepsi Kemanfaatan.

Kata kunci : *Social Influence*, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, dan Minat untuk Menggunakan.

ABSTRACT

Title : *The Effect of Social Influence and Perceived of Ease towards the Intention in Using Jenius Application through Perceived Usefulness as Intervening Variable.*

Name : *Prendik Gesang Widodo*

Study Program : *Bachelor of Management (S1)*

The aim of his research is to know the effect of Social Influence and Perceived Ease of Use towards the intention in using Jenius application through the Perceived Usefulness. The population is the citizen in Jabodetabek area. The sample used is 90 people with the Purposive Sampling technique. The data analysis that is used is path analysis with the intention to Use as dependent variable, Perceived Usefulness as intervening variable, Social Influence and Perception Ease of Use as Independent variable. The result of this result shows that Social Influence has positive and significant impact towards the Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use has positive and significant impact toward the Perceived Usefulness, Perceived Usefulness affects directly towards the Interest to Use, Social Influence affects directly toward the Intention to Use, Perceived Ease of Use not affects directly toward the Intention to Use. Social Influence affects towards the Intention to Use through the Perception of Usefulness, Perception of Ease affects towards the Intention to Use through the Perception of Usefulness.

Keywords: Social Influence, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Intention to Use.