

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Ketersediaan Fitur, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Jenius Pada BTPN.
Nama : Fitri Dwiyan Triaspuri
Program Studi : S-1 Manajemen

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Ketersediaan Fitur dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan. Objek penelitian ini adalah pengguna *mobile banking* wilayah Jakarta Pusat. Penelitian ini dilakukan terhadap 180 responden dengan menggunakan teknik *non probability sampling*. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Ketersediaan Fitur, dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan Aplikasi Jenius Pada BTPN. Sedangkan secara bersama-sama variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Ketersediaan Fitur, dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Jenius. Hal ini terbukti dari hasil F hitung lebih besar dari F Tabel.

Kata kunci : Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Ketersediaan Kepercayaan, Minat Menggunakan.

ABSTRACT

Title : *The Effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Availability of Features, and Trust on Interest in Use Jenius Application of BTPN.*
Name : Fitri Dwiyan Triaspuri
Study Program : *Business Management, Bachelor Degree Program*

This research was conducted to determine the effect of perceived ease of use, perceived usefulness, availability of features and trust on interest in use. The object of this research is the mobile banking user in the Central Jakarta area. This research was conducted on 180 respondents using non probability sampling techniques. The data analysis used was validity test, reliability test, multiple linear regression analysis test. The results showed that partially, the variables of Perception of Ease, Perception of Benefit, Availability of Features, and Trust had a positive and significant effect on interest in using the Jenius application at BTPN. Meanwhile, the variables of Perception of Ease, Perception of Benefit, Availability of Features, and Trust have a positive and significant effect on Interest in Using the Jenius Application. This is evident from the results of F count greater than F Table.

Keywords: Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Availability of Features, Trust, Interest in Use