

ABSTRAK

Hesti Mulyaningrum, Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Promosi, Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Niat Menggunakan Ulang Aplikasi Pegipegi. Dibimbing oleh Prof. Dr. Mariana Tenreng S.E, MM.

Penelitian ini memiliki beberapa masalah pada kemudahan penggunaan yang dinilai bahwa fitur dalam aplikasi Pegipegi kurang dibuat sesederhana mungkin, promosi yang kurang maksimal dan perbaikan pada sistem aplikasi yang membuat kualitas layanan kurang maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan, promosi dan kualitas layanan elektronik terhadap niat menggunakan ulang aplikasi Pegipegi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang dikuantitatifkan. Sampel dalam penelitian ditetapkan berjumlah 160 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner berbentuk angket maupun *e-form*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan ulang, promosi berpengaruh positif terhadap niat menggunakan ulang, kualitas layanan elektronik berpengaruh positif terhadap niat menggunakan ulang. Selain itu kemudahan penggunaan, promosi dan kualitas layanan elektronik secara bersama-sama juga berpengaruh positif terhadap niat menggunakan ulang.

Kata kunci: kemudahan penggunaan, promosi, kualitas layanan, niat menggunakan ulang

ABSTRACT

Hesti Mulyaningrum, The Effect of Easy of Use, Promotion, Electronic Service Quality on Reuse Intention Pegipegi Application. Supervised by Prof. Dr. Mariana Tenreng S.E, MM.

This study has several problems with ease of use which are considered that the features in the Pegipegi application are not made as simple as possible, promotion is less than optimal and improvements to the application system that make the service quality less than the maximum. This study aims to analyze the effect of ease of use, promotion and quality of electronic services on the intention to reuse Pegipegi applications. The research method used in this study uses multiple linear regression analysis. The type of data used in this research is qualitative data which is quantitative. The sample in this study was determined to be 160 respondents using purposive sampling technique. The data collection method uses a questionnaire in the form of a questionnaire and e-form. The results showed that ease of use has a positive effect on intention to reuse, promotion has a positive effect on intention to reuse, the quality of electronic services has a positive effect on intention to reuse. In addition, ease of use, promotion and quality of electronic services together also positively influence the intention to reuse.

Keywords: easy of use, promotion, service quality, reuse intention