

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perbankan di Indonesia memiliki peran yang sangat penting bagi perekonomian masyarakat Indonesia. Salah satu dari kategori perbankan di Indonesia adalah bank umum. Menurut Undang – undang Nomor 10 Tahun 1998 Bank umum didefinisikan sebagai lembaga yang melakukan kegiatan usaha secara konvensional atau didasarkan oleh prinsip syariah yang kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (Gischa, 2020). Bank umum merupakan lembaga umum keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit (Kompas.com, 2020).

Selain itu, bank juga melakukan aktivitas pelayanan jasa perbankan kepada masyarakat seperti jasa pengiriman uang, jasa pembayaran, dan jasa penampungan pembayaran tagihan. Jasa – jasa tersebut kemudahan bagi masyarakat dalam melaksanakan transaksi keuangan (Fauzia, 2021). Sebagai sebuah lembaga keuangan, Bank tentu saja memiliki berbagai jenis produk yang sudah di sesuaikan dengan kebutuhan masyarakat (cnnindonesia.com, 2022). Berikut jenis produk pada bank:

Tabel 1. 1: Jenis Produk Pada Bank

No	Jenis Produk	Bentuk Produk
1.	Penghimpun Dana	Tabungan, Deposito, dan Giro
2.	Penyalur Dana	Kredit
3.	Jasa Layanan	Transfer, Kartu Kredit, Setoran, dan Safe Deposit Box

Sumber: cnnindonesia.com (2022)

Pada tahun 2020, pencemaran virus Covid-19 sangat tinggi. Sehingga membuat masyarakat menjadi takut untuk berpergian keluar rumah. Pemerintah

Indonesia juga menerapkan sistem Pemberlakuan Pembatasan Masyarakat (PPKM) yang membuat masyarakat harus bekerja dari rumah (*Work From Home*). Pandemi membuat sektor perbankan memiliki peluang inovasi pada teknologi digital. Jumlah pemilik rekening bank di Indonesia masih belum banyak dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya. Sekitar 51% penduduk Indonesia yang masih belum mempunyai rekening bank yang dikarenakan kerumitan dalam membuka rekening baru pada bank konvensional yang mengharuskan para nasabahnya untuk mengantri di Customer Service dan membawa berkas – berkas yang diperlukan (liputan6.com, 2021).

Walaupun bank konvensional sudah menggunakan *Smart Banking* atau teknologi dalam perbankan yang bertujuan untuk mengurangi antrian dan jumlah kertas, tetapi Bank Konvensional masih membuat nasabah tidak puas dengan sistem yang mereka buat karena nasabah masih harus mengantri di teller yang membuat nasabah membuang waktu mereka. Selain itu, pengoperasian aplikasi dari bank konvensional juga masih kurang. (Kompas.com, 2021)

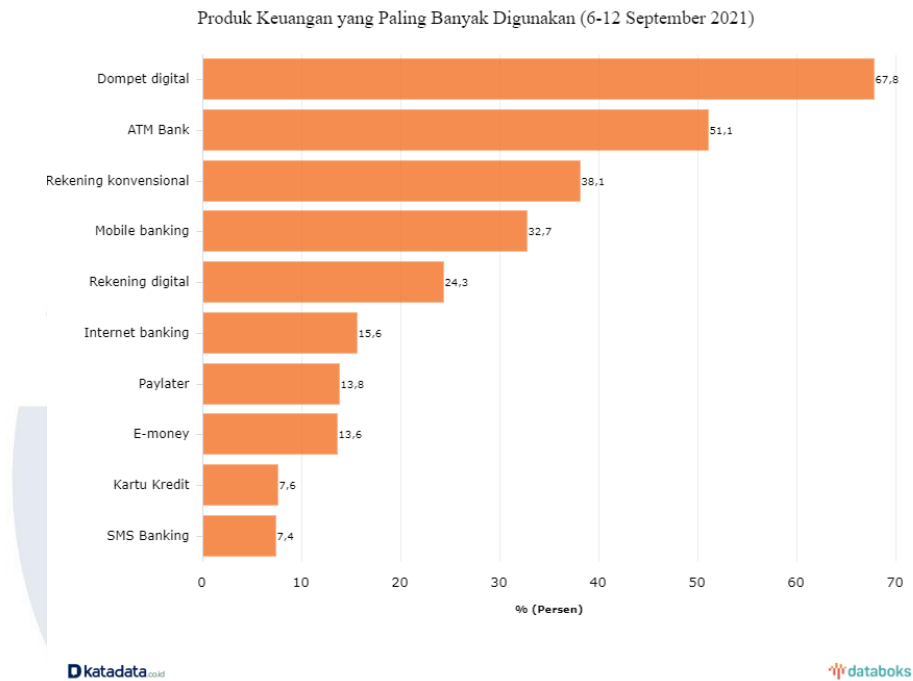
Selain itu, perkembangan teknologi juga mengharuskan masyarakat untuk bekerja keras dan berinovasi untuk menciptakan hal yang berkualitas dan lebih mudah digunakan. Salah satu bisnis online yang sudah berkembang adalah E-Commerce. Bisnis tersebut memberikan fasilitas untuk memasarkan produk mereka dan memberikan kemudahan bagi penjual dan pembeli. Sehingga membuat sektor perbankan mempunyai peluang agar masyarakat tidak harus pergi ke bank lagi. Selain bank konvensional yang bertransformasi, *Digital Banking* menjadi salah satu peluang untuk sektor perbankan tetap stabil. Selain itu, mempermudah masyarakat untuk melakukan aktivitas perbankan hanya dalam genggam tangan saja (Hidayah, 2020). Berikut ini adalah daftar bank digital yang ada di dunia:

Pada era digitalisasi ini, layanan perbankan digital telah banyak ditawarkan oleh industri perbankan di Indonesia. Layanan perbankan digital ini jauh berbeda dengan layanan perbankan konvensional secara umum. perbedaannya hanya terletak pada fitur layanan perbankan yang dapat dilakukan secara mandiri oleh nasabah melalui aplikasi - aplikasi perbankan di *smartphone* tanpa harus datang ke kantor cabang. Menurut peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) mengenai

Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum, pengertian *Digital Banking* adalah sebuah layanan perbankan elektronik yang dikembangkan dengan memaksimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani nasabah dengan lebih cepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhan dari nasabah, serta layanan tersebut dapat dilakukan secara mandiri oleh nasabah dengan memperhatikan aspek pengamanan (ojk.go.id)

Percepatan laju digitalisasi dalam perbankan semakin cepat. Semenjak di mulainya pandemi Covid-19, dimana transaksi digital sangat meningkat seiring dengan preferensi masyarakat dalam berbelanja online dengan sistem cashless yang dikarenakan pembatasan mobilitas. Digitalisasi dalam perbankan dilakukan melalui layanan - layanan yang memudahkan para nasabah untuk melakukan transaksi *Peer-to-Peer* (P2P), *Consumer-to-Business* (C2B), dan *Business-to-Consumer* (B2C) secara bersamaan dan lebih mudah. Katadata Insight Center (KIC) melakukan survei tentang produk keuangan yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. berdasarkan gambar 1.1 Dompot Digital merupakan produk keuangan berbasis teknologi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat untuk bertransaksi Disusul oleh ATM bank, rekening konvensional, mobile banking, rekening digital, internet banking. *Paylater*, *e-money*, kartu kredit, dan SMS banking (katadata.com,2022). Berikut adalah grafik dari Produk Keuangan yang paling Banyak Dikenal oleh masyarakat.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 1.1: Produk Keuangan yang paling Banyak Dikenal oleh masyarakat.

Sumber: Katadata.com, 2022

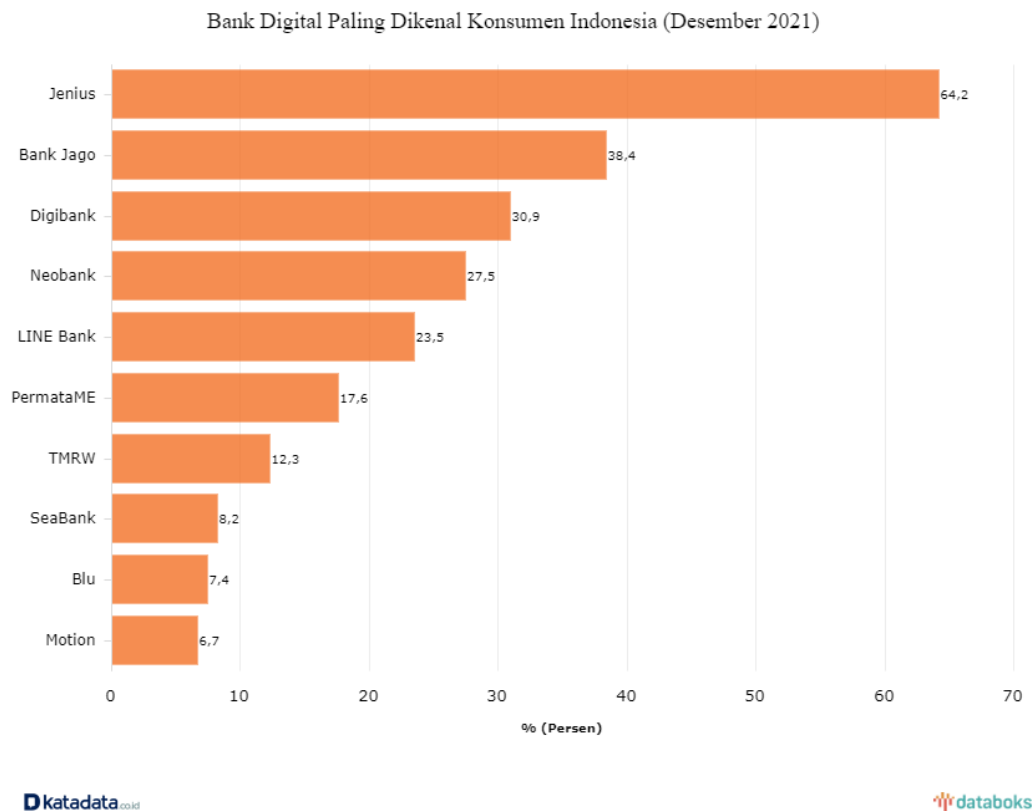
Indonesia merupakan pasar *digital economy* terbesar di Asia Tenggara. Sebesar 37% konsumen digital menggunakan layanan baru sebagai dampak sosial - ekonomi dari pandemi Covid-19. Dunia perbankan mulai memasuki ranah digital, dimana bank digital dapat membuat masyarakat lebih mudah untuk bertransaksi (Afriyadi, 2022). Di Indonesia, masyarakat juga sudah banyak menggunakan bank digital untuk melakukan transaksi apapun dan juga Indonesia berada di urutan kedua sebagai negara dengan pemilik jumlah rekening bank digital terbanyak di dunia (Katadata.com). Minat dari penggunaan teknologi bank digital semakin meningkat, banyak nasabah terutama anak muda yang beralih dari bank konvensional ke bank digital. Alasan utama yang membuat masyarakat beralih ke bank digital yaitu dengan adanya fitur yang menarik dengan pemberlakuan biaya yang relatif ringan (investbro.id).

Teknologi digital selalu menjadi sorotan karena banyaknya populasi masyarakat Indonesia yang belum tersentuh oleh layanan keuangan formal (*Underserved Segment*). Sehingga menjadi potensi dan menjadi kesempatan besar

bagi institusi keuangan untuk berekspansi ke bank digital. Pengamat Institute for Development of Economics (Indef) Bhima Yudhistira (2021) mengatakan bahwa bisnis bank tradisional saat ini mulai terancam karena potensi dari bank digital di Indonesia diperkirakan bisa merebut 20% - 30% pangsa pasar bank tradisional dalam kurun waktu 5 tahun kedepan. Bhima juga mengatakan, segmen yang pertama kali akan bergeser adalah retail banking yang dimana sasarannya adalah pinjaman konsumsi dan modal usaha dengan skala kecil. (Liputan6.com, 2021) Meskipun bank digital terus bertumbuh, bank digital juga harus menghadapi tantangan yaitu menghadapi kekuatan dari bank konvensional yang juga membuat layanan digital mereka. Selain itu, strategi bank digital untuk menarik nasabah juga masih terbatas pada mereka yang kurang memahami tentang teknologi dan finansial.

Menurut OJK, pada tahun 2021, Saat ini sudah ada 14 bank digital di Indonesia. Dengan jumlah aset senilai Rp 2.775 triliun (lokadata.id, 2021). Jumlah ini bertumbuh dari tahun sebelum yang sebesar Rp 2.436 triliun (lokadata.id, 2021). Katadata (2020) melakukan survei tentang popularitas bank digital yang ada di Indonesia. Berikut beberapa bank digital yang paling dikenal oleh masyarakat di Indonesia.





Gambar 1.2: Bank Digital Paling Dikenal Konsumen Indonesia

Sumber: Katadata.com 2021

Berdasarkan gambar 1.2, Jenius yang dirilis oleh Bank BTPN pada tahun 2016. Jenius juga dikenal sebagai bank digital pertama di Indonesia. dalam survei tersebut, sebanyak 64,2% responden mengetahui Jenius sebagai bank digital. Bank Jago menyediakan layanan kepada nasabah dalam bentuk aplikasi, yaitu aplikasi Jago. Aplikasi tersebut bekerja menggunakan prinsip life centric. Sehingga mudah untuk digunakan. Dalam survei tersebut, sebanyak 38,4% responden mengetahui bank Jago sebagai bank digital. LINE Bank, Sebelumnya LINE dikenal sebagai aplikasi media sosial untuk mengirimkan pesan seperti WhatsApp dan Telegram. Namun, pada tahun 2021 LINE Bank hadir di Indonesia untuk memberikan layanan perbankan yang lebih fleksibel. LINE Bank juga merupakan hasil kerja sama antara Hana Bank dan LINE Financial Asia. dalam survei tersebut, sebanyak 23,5% responden mengetahui LINE Bank sebagai bank digital di Indonesia.

Berikut adalah dengan fitur – fitur dari masing – masing bank digital:

Tabel 1. 2: Fitur – fitur pada aplikasi Bank Digital

Fitur	Bank Jenius	JAGO	NeoBank	LINE Bank
Deposit	Fitur Mazi Server merupakan deposito berjangka dengan bunga yang tinggi	--	Neo WOW Instant adalah produk deposito NBC. Ada tiga pilihan tenor Neo WOW Instant, yakni 7 hari, 1 bulan, dan 3 bulan.	Nasabah LINE Bank bisa membuka hingga 10 deposito dalam satu akun pada waktu bersamaan. Penempatan deposito minimum adalah Rp 1 juta dan maksimum Rp 1 miliar. Jangka waktu penempatan antara 1-12 bulan dengan bunga 4,5% per tahun.
Tabungan	Fitur Flexi Saver yang merupakan tabungan fleksibel yang bisa diambil kapan saja.	Kantong Jago dan Kantong Bersama yang berfungsi untuk menabung bersama menggunakan satu kantong dengan orang lain.	Neo WOW adalah tabungan di Neobank yang memiliki keuntungan gratis transfer antar bank dan tidak ada minimum saldo mengendap.	LINE Bank memaksimalkan opsi multi-rekening dalam satu akun aplikasi. Para Nasabah dapat membuat hingga 8 rekening tabungan (1 utama, 7 sub-rekening), dan masing-masing rekening memiliki kartu debitnya sendiri.

Sumber: Investbro.id

Salah satu bank digital yang dikenal oleh masyarakat Indonesia adalah PT. Bank Jago Tbk. Bank Jago merilis aplikasi bank digital mereka pada tahun 2021 yang menyediakan layanan kepada nasabah dengan prinsip *Life Centric* sehingga mudah untuk digunakan oleh para nasabah (Rini, 2021). Selain itu, Bank Jago juga berkolaborasi dengan Gojek dimana aplikasi Bank Jago sudah terhubung oleh aplikasi tersebut. Bank Jago juga mempunyai fitur untuk Top Up e-wallet seperti GoPay, OVO, DANA, ShopeePay dan LinkAja. Aplikasi Bank Jago dapat diakses melalui App Store dan Google Play Store. (Kompas.com)

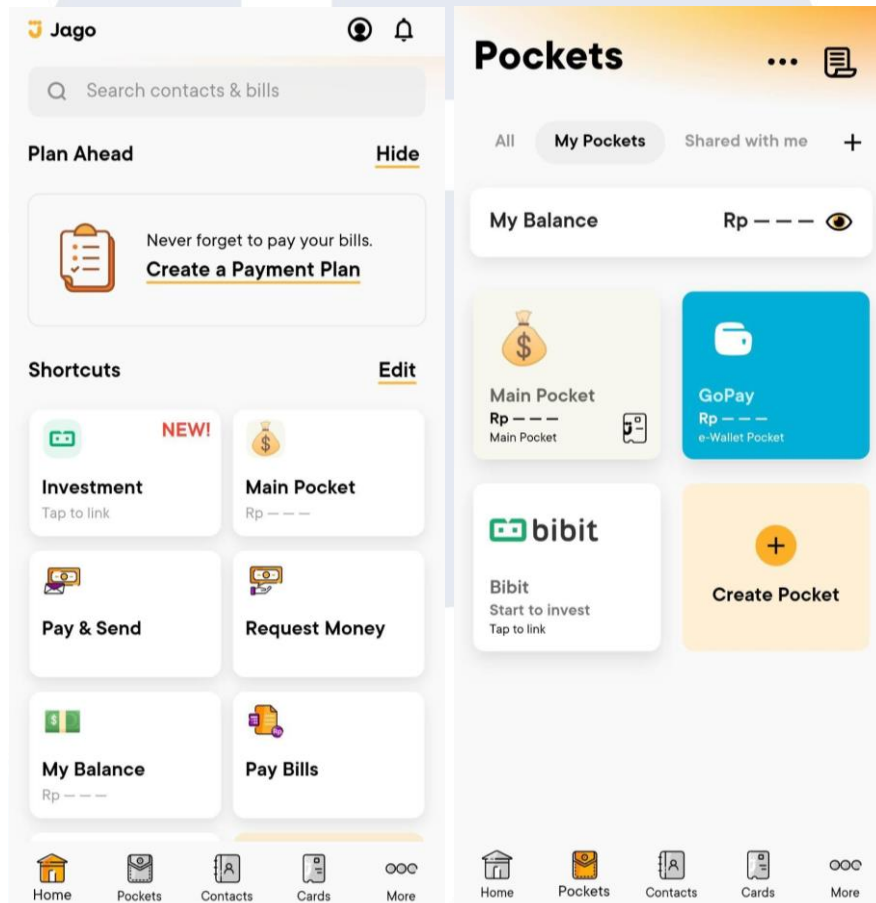


Gambar 1.3: Logo Bank Jago

Sumber: mediaindonesia.com 2022

Selain fitur untuk Top Up e-wallet, Aplikasi Bank Jago juga memiliki fitur lain, yaitu Fitur Transfer antar Bank secara Gratis, dimana aplikasi Bank Jago menyediakan fasilitas transfer antar bank tanpa biaya administrasi sebanyak 25 kali dalam sebulan. Fitur Kantong, dimana aplikasi Bank Jago menyediakan fitur kantong yang dapat membantu para nasabah memisahkan antara uang tabungan, bermain, dan belanja. Selain itu, didalam fitur tersebut nasabah dapat membuat kantong baru, menghapus, atau menggunakannya bersama teman dan keluarga. Lalu ada Fitur Kunci Kantong yaitu, aplikasi Bank Jago memiliki fitur kantong kunci yang mirip dengan deposito dimana para nasabah bisa menaruh uang dengan mendapatkan bunga bunga yang lebih tinggi seperti pada deposito berjangka, namun yang membedakan adalah tidak ada aturan waktu tertentu. Fitur Arisan, pada aplikasi Bank Jago nasabah bisa menemukan fitur tersebut yang cukup unik dan

jarang ada pada aplikasi bank digital lain. Para nasabah dapat menggunakan aplikasi dengan cara menentukan jumlah uang untuk arisan dan mengocok melalui aplikasi Bank Jago. Setelah hasil dari kocokan tersebut keluar, aplikasi tersebut akan secara otomatis mengirim uang arisan tersebut kepada pemenangnya. (Kompas.com, 2022)



Gambar 1 4: Fitur yang ada pada aplikasi Bank Jago

Sumber: Aplikasi Bank Jago 2022

Aplikasi Bank Jago juga telah berkolaborasi dengan aplikasi Bibit. aplikasi Bibit sendiri adalah aplikasi reksa dana yang membantu para investor pemula mulai berinvestasi dengan optimal sesuai dengan level resiko tanpa perlu pengalaman (Bibit.com, 2022). Aplikasi Bank Jago Secara otomatis juga terintegrasi dengan aplikasi tersebut. Selain itu, dapat memungkinkan para nasabah untuk bisa membuka rekening Jago melalui platform Bibit. Para nasabah juga tidak dikenakan

biaya transaksi saat melakukan pembelian reksa dana pada Bibit menggunakan aplikasi Jago. Sejak aplikasi Bank Jago diluncurkan pada tahun 2021, pertumbuhan pengguna atau nasabah dari Bank Jago meningkat. Direktur utama Bank Jago, Kharim Siregar mengatakan bahwa keinginan tinggi masyarakat terhadap aplikasi Bank Jago mendorong jumlah nasabah *funding* mencapai 3,9 nasabah pada akhir agustus 2022 (Keuangan.kontan.co.id).

Tabel 1. 3: Data Jumlah Unduhan dan Rating Aplikasi Bank Digital Di Indonesia

Aplikasi	Jumlah Pengunduh	Rating Google Play Store	Rating App Store
Jenius	5 juta	3,9/5	4,3/5
Jago	1 juta	3,6/5	3,8/5
Neobank	10 juta	4,1/5	3,8/5
LINE Bank	1 juta	3,2/5	3,4/5

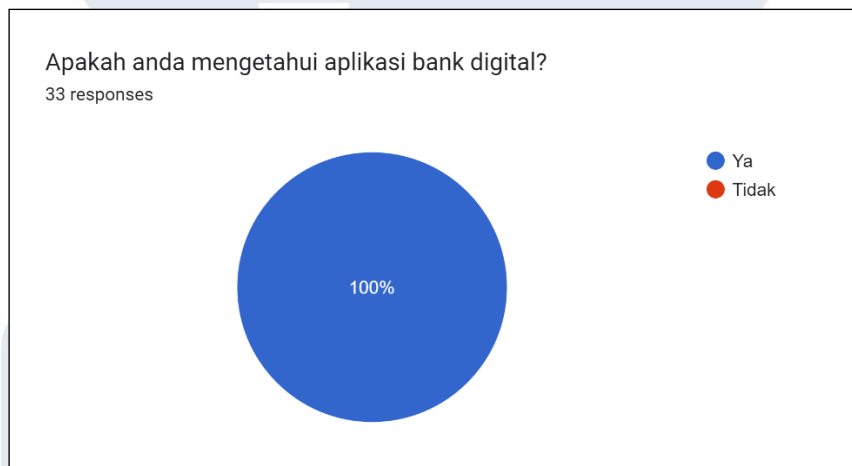
Sumber: Google Play Store dan App Store

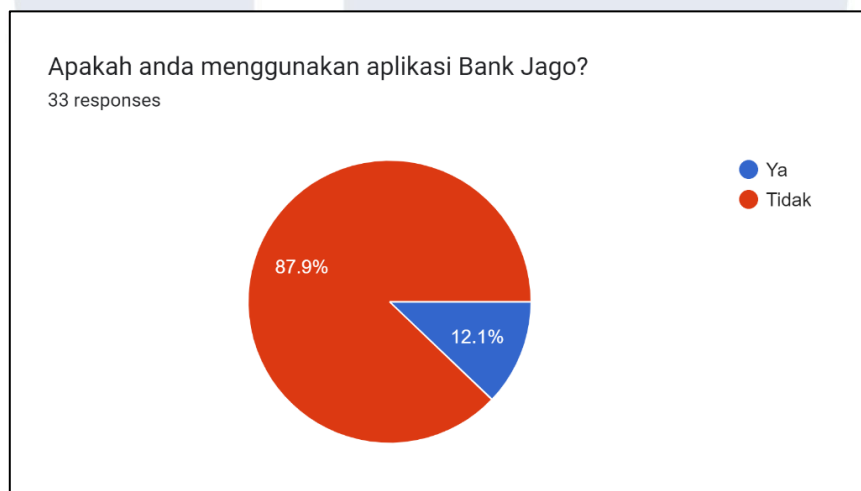
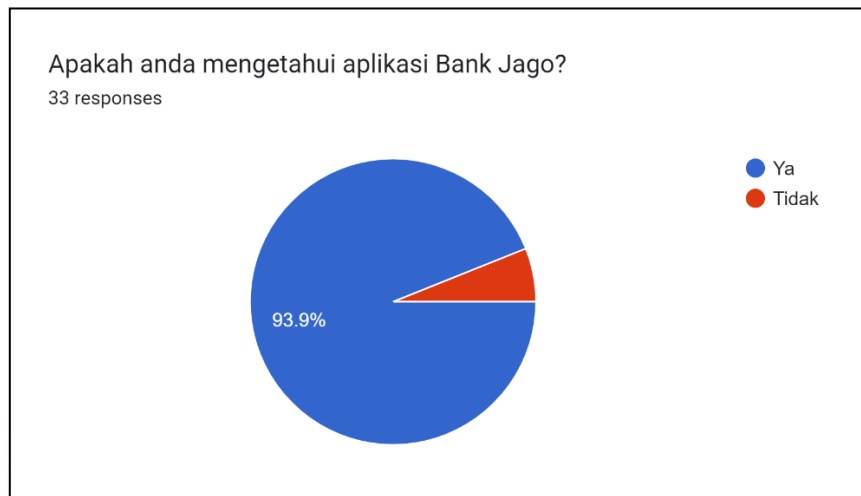
Berdasarkan tabel 1.4, jumlah pengunduh aplikasi Jenius sebesar 5 juta *downloader* dengan rating Google Play Store 3,9 dan App Store 4,3. Sehingga Jenius memiliki rating yang lebih rendah pada Google Play Store dan para pengguna android berharap agar proses dari transaksi berjalan lebih baik untuk kedepannya. Jumlah pengunduh Aplikasi Jago sebesar 1 juta *downloader* dengan rating Google Play Store 3,6 dan App Store 3,8. Sehingga Jago memiliki rating yang lebih rendah pada Google Play Store dan beberapa transaksi juga tidak sampai tujuan. Para pengguna juga berharap agar proses transaksi dapat dikelola dengan baik. Jumlah pengunduh Aplikasi NeoBank sebesar 10 juta *downloader* dengan rating Google Play Store 4,1 dan App Store 3,8. Sehingga Neobank memiliki rating yang lebih rendah pada App Store. Para pengguna IOS juga berharap sistem verifikasi wajah di perbaiki. Dan yang terakhir adalah jumlah pengunduh dari aplikasi LINE Bank sebesar 1 juta *Downloader* dengan rating pada Google Play Store 3,2 dan App Store

3,4. Sehingga, aplikasi LINE Bank memiliki rating yang lebih rendah pada Google Play Store. (finansial.bisnis.com)

Masalah yang dialami oleh Bank Jago yaitu pada fitur transfer yang dimana, para nasabah melakukan transfer kesesama pengguna Bank Jago atau antar bank tetapi uang yang telah di transfer dari rekening pengirim tidak sampai ke rekening penerima dan saldo pengirim juga sudah terpotong. Nasabah juga sudah menghubungi *Customer Service* tetapi jawaban yang diberikan oleh *Customer Service* kurang memuaskan para nasabah yang sudah melaporkan hal tersebut. Selain itu, aplikasi Bank Jago yang sudah dikenal oleh banyak masyarakat tetapi memiliki rating yang rendah dari bank lainnya

Untuk mendapatkan insight yang lebih mendalam tentang Bank Digital khususnya Bank Jago, penulis melakukan survei mini terhadap 33 responden.

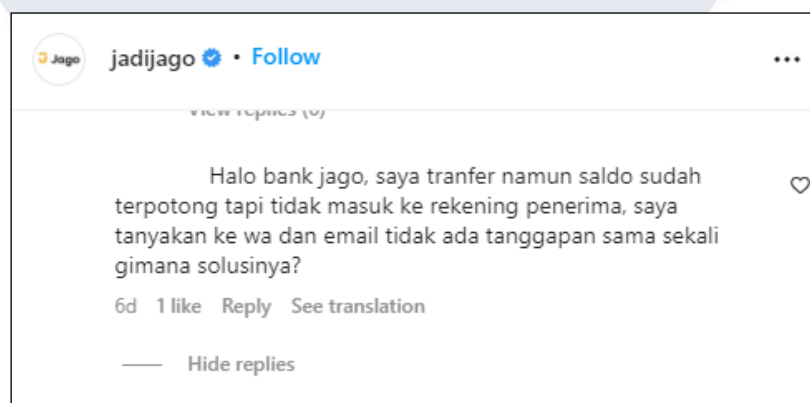




Gambar 1 5: Survei Bank Digital

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Menurut Menurut Venkatesh (2003) dalam Jogiyanto 2008, *performance Expectancy* diartikan sebagai tingkat sejauh mana seseorang meyakini bahwa menggunakan sistem akan membantunya mencapai keuntungan kinerja dalam pekerjaannya. Masyarakat yakin untuk menggunakan aplikasi *Digital Banking* dapat menyelesaikan semua transaksi mereka dengan cepat. berdasarkan tabel 1.3, *Performance Expectancy* pada fitur yang dimiliki aplikasi Bank Jago tersebut dapat menyelesaikan semua transaksi dimana saja. Sehingga *Performance Expectancy* berdampak terhadap *Intention to Use*. Akan tetapi, akan tetapi Bank Jago tidak memiliki fitur pembayaran *scan QR* (QRIS) dan pada saat transfer antar bank, dana yang di transfer tidak terkirim ke rekening tujuan seperti pada gambar 1.6 *screen capture* pada kolom komentar Instagram resmi dari Bank Jago



Gambar 1 6: Screen Capture komentar nasabah Bank Jago

Sumber: Instagram.com

Menurut Venkatesh (2003), *Effort Expectancy* adalah suatu tingkat kemudahan yang didapatkan oleh seseorang ketika menggunakan suatu sistem. Masyarakat menggunakan aplikasi bank digital untuk menyelesaikan transaksi dengan mudah dan bisa dilakukan dimana saja. Sehingga *Effort Expectancy* memiliki dampak terhadap *Intention to Use Application* Bank Jago

Menurut Riquelme dan Rios (2010), *Social Influence* adalah mengacu pada sejauh mana keputusan konsumen untuk menggunakan produk atau layanan

dipengaruhi oleh pendapat keluarga, kerabat, atau teman mereka. Masyarakat tertarik untuk menggunakan aplikasi *Digital Banking* apabila orang di sekitar mereka menggunakannya juga dan merekomendasikannya kepada mereka. Sehingga, *Social Influence* berdampak terhadap *Intention to Use Application Bank Jago*

Menurut Brown dan Venkatesh (2005), *Hedonic Motivation* atau Motivasi Hedonis adalah sejauh mana seseorang mendapat kesenangan dari teknologi yang digunakan oleh pengguna. Masyarakat mendapat kesenangan dan hiburan mereka saat menggunakan aplikasi bank digital. Sehingga hal tersebut sangat menarik perhatian masyarakat untuk menggunakan aplikasi tersebut. Sehingga, *Hedonic Motivation* berdampak terhadap *Intention to Use*. Akan tetapi, jika tampilan dari aplikasi digital baking kurang menarik, masyarakat tidak akan menggunakan aplikasi tersebut.

Menurut Beldad, Jong, dan Steehouder (2010), Kepercayaan (*Trust*) merupakan sebuah sikap dan tingkat kepercayaan seseorang terhadap sebuah situasi terhadap risiko kegiatan *online* yang rentan terhadap eksploitasi. Sehingga *Trust* berdampak terhadap *Intention to Use*. Akan tetapi, tingkat kepercayaan masyarakat untuk menggunakan aplikasi bank digital masih belum tinggi karena masyarakat masih takut apabila data yang mereka masukan tersebar secara illegal.

Selain itu, Keunggulan dari Bank Jago sendiri adalah telah bekerja sama dengan Go-Jek yang merupakan *e-wallet* terbesar di Indonesia yang mempunyai banyak pengguna dan rating yang tinggi pada aplikasinya, tetapi aplikasi Bank Jago masih memiliki pengguna dan rating aplikasi yang rendah dibandingkan NeoBank yang dimana aplikasi tersebut berada ditingkat bawah berdasarkan gambar 1.2 yang membahas tentang Bank Digital yang Paling dikenal Masyarakat Indonesia (katadata.com, 2022).

Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengambil tema “**Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Hedonic Motivation, dan Trust Terhadap Intention To Use Aplikasi Bank Jago**”

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Bank Digital saat ini sudah berkembang di Indonesia, akan tetapi bank digital ini masih lemah dalam kepercayaan keamanan data dan lainnya oleh generasi boomers, generasi X, dan generasi Y sehingga mereka masih menggunakan bank konvensional. Sedangkan untuk generasi Z mereka percaya untuk menggunakan bank digital karena beberapa bank digital seperti Bank Jago itu sendiri telah diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) menurut dari website www.jago.com. Sehingga pada penelitian ini peneliti mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

- 1.2.1. Apakah *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap *Intention to Use Digital Banking Bank Jago* ?
- 1.2.2. Apakah *Effort Expectancy* berpengaruh terhadap *Intention to Use Digital Banking Bank Jago* ?
- 1.2.3. Apakah *Social Influence* berpengaruh terhadap *Intention to Use Digital Banking Bank Jago* ?
- 1.2.4. Apakah *Hedonic Motivation* berpengaruh terhadap *Intention to Use Digital Banking Bank Jago*?
- 1.2.5. Apakah *Trust* berpengaruh terhadap *Intention to Use Digital Banking Bank Jago* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Intention to Use* aplikasi digital banking
2. Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Intention to Use* aplikasi digital banking
3. Pengaruh *Social Influence* terhadap *Intention to Use* aplikasi digital banking

4. Pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap *Intention to Use* aplikasi digital banking

5. Pengaruh *Trust* terhadap *Intention to Use* aplikasi digital banking

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang Peneliti lakukan adalah bertujuan untuk:

1.4.1. Bagi Peneliti

1.4.1.1. Untuk mengetahui Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Intention to Use* aplikasi digital banking

1.4.1.2. Untuk mengetahui Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Intention to Use* aplikasi digital banking

1.4.1.3. Untuk mengetahui Pengaruh *Social Influence* terhadap *Intention to Use* aplikasi digital banking

1.4.1.4. Untuk mengetahui Pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap *Intention to Use* aplikasi digital banking

1.4.1.5. Untuk mengetahui Pengaruh *Trust* terhadap *Intention to Use* aplikasi digital banking

1.4.2. Bagi Masyarakat

1.4.2.1. Masyarakat dapat mengetahui adanya aplikasi bank digital yang bernama Bank Jago.

1.4.2.2. Masyarakat dapat mengetahui fitur - fitur yang ada pada aplikasi bank digital yang bernama Bank Jago.

1.4.2.3. Masyarakat dapat mengetahui kemudahan penggunaan pada aplikasi bank digital yang bernama Bank Jago.

1.4.3. Bagi Perusahaan Bank Jago

1.4.3.1. Bank Jago dapat mengetahui keluhan pada nasabah yang menggunakan aplikasinya.

- 1.4.3.2. Bank Jago dapat mengetahui hasil dari penelitian ini sebagai referensi untuk kedepannya.
- 1.4.3.3. Bank Jago dapat meningkatkan jumlah user atau nasabah berdasarkan penelitian ini.
- 1.4.4. Manfaat Akademik
 - 1.4.4.1. Dapat memberikan ilmu pengetahuan mengenai pengaruh variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Hedonic Motivation* dan *Trust* terhadap *Intention to Use* serta dapat menjadi landasan dalam melakukan penelitian selanjutnya.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan permasalahan pada penelitian adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini membahas tentang pengaruh variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Hedonic Motivation* dan *Trust* terhadap *Intention to Use*.
2. Objek penelitian ini adalah perusahaan jasa dibidang keuangan yaitu Bank Jago.
3. Penelitian ini dilakukan dalam bentuk penyebaran kuesioner kepada masyarakat yang mengetahui aplikasi Bank Jago tetapi belum menggunakan aplikasi tersebut.
4. Penelitian ini menggunakan IBM SPSS 25 untuk menguji data
5. Target populasi pada penelitian ini adalah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi (JABODETABEK)

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penelitian ini, pembahasan yang dilakukan harus secara runtut agar dapat memberikan gambaran tentang alur yang tertuang dalam penelitian. Sistematika Penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini Peneliti menuliskan 6 (enam) sub - bab yang terdiri dari Latar Belakang Penelitian, Rumusan Masalah dan Pertanyaan penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Batasan Penelitian, dan Sistematika Penelitian.

BAB II : KERANGKA KONSEPTUAL

Pada bab ini Peneliti menguraikan konsep - konsep teori yang berkaitan dengan penelitian ini. Isi dari bab ini adalah Tinjauan Teori, Model Penelitian, Hipotesis, dan Penelitian Terdahulu

BAB III : METODE PENELITIAN

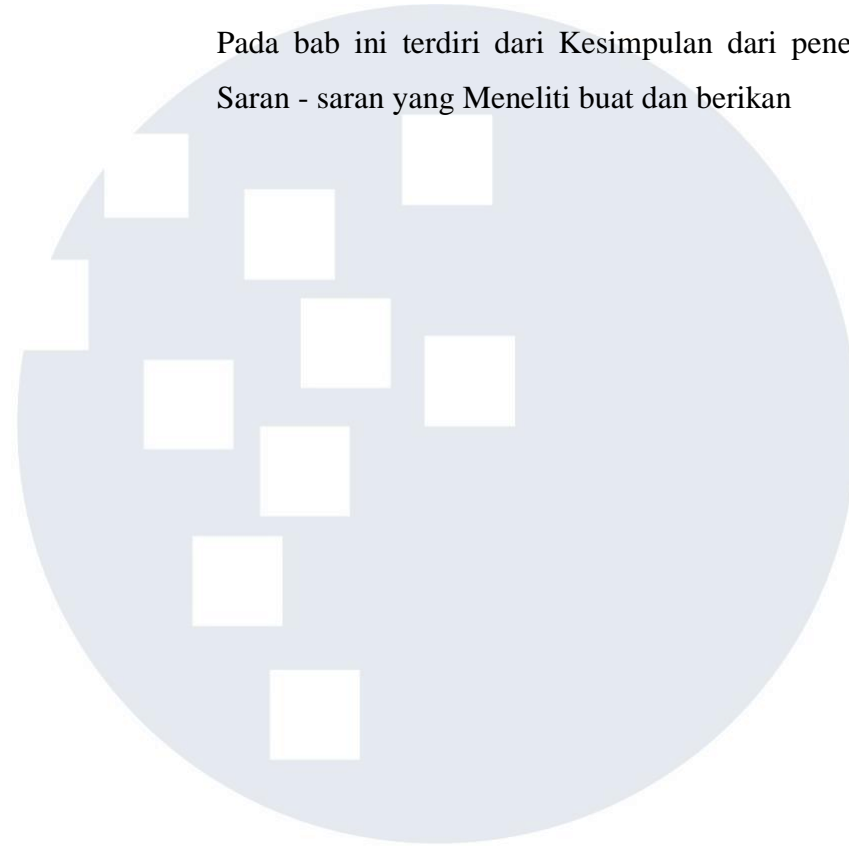
Pada bab ini Peneliti menguraikan cara- cara dan metodologi dalam penelitian. Isi dari bab ini adalah Gambaran Umum Objek Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Operasionalisasi Variabel, Teknik Analisis Data, dan Uji Hipotesis.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini Peneliti menguraikan hasil dari analisa penelitian ini yang bersifat kuantitatif dan membahas data yang sudah diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Isi dari bab ini adalah Karakteristik Responden, Analisis Statistik, Uji Hipotesis, dan Pembahasan.

BAB V : KESIMPULAN

Pada bab ini terdiri dari Kesimpulan dari penelitian dan Saran - saran yang Meneliti buat dan berikan



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA