

ABSTRAK

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI DANA

Oleh:

Aditya Saputra

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* berpengaruh terhadap minat menggunakan Aplikasi Dana. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna Aplikasi Dana. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti yang berjumlah 130 responden. Jenis Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan metode analisis regresi berganda untuk didalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel independent yang mempengaruhi variabel dependent. Hasil analisis menyatakan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* secara parsial berpengaruh minat menggunakan Aplikasi Dana dan *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan Aplikasi Dana.

Kata Kunci : *Perceived ease of use*, *Perceived usefulness* dan Minat

ABSTRACT

THE EFFECT OF PERCEIVED EASE OF USE AND PERCEIVED USEFULNESS ON INTEREST IN USING DANA APPLICATIONS

By:

Aditya Saputra

The purpose of this study was to determine the effect of perceived ease of use and perceived usefulness on interest in using the Dana Application. The population selected in this study were all users of the Dana Application. The sampling method used in this study was a non-probability sampling method using a purposive sampling technique. The sampling was based on certain criteria determined by the researchers with 130 respondents. This type of study was quantitative by using multiple regression analysis method. The results of the study stated that perceived ease of use and perceived usefulness partially affected interest in using Dana Application partially and simultaneously.

Keywords: Perceived ease of use, Perceived Usefulness, Interest