

# Persepsi Kemudahan Aplikasi Bank Jago (Studi Deskriptif pada Pemberi Komentar Instagram @jadijago Kurun Waktu November 2023 – Januari 2024)

*by Farach Devona*

---

**Submission date:** 10-Jul-2024 09:28AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2414553209

**File name:** VOL\_2\_NO\_3\_AGUSTUS\_2024\_HAL\_315-337.docx (342K)

**Word count:** 7659

**Character count:** 50324

## Persepsi Kemudahan Aplikasi Bank Jago (Studi Deskriptif pada Pemberi Komentar Instagram @jadijago Kurun Waktu November 2023 – Januari 2024)

Farach Devona, Meria Octavianti, Yuliana Dewi Risanti

Universitas Padjadjaran, Indonesia

Alamat: Jalan Raya Bandung Sumedang Km 21, Hegarmanah Kec. Jatinangor, Kabupaten Sumedang,  
Jawa Barat, 40161.

Korespondensi penulis: [farach.dvn@gmail.com](mailto:farach.dvn@gmail.com)

**Abstract.** The COVID-19 pandemic has accelerated the adoption of digital banking services, with one in three people becoming users. This has led to a significant digital transformation and an increase in the number of digital banks. Understanding the perception of ease of use is crucial for technology acceptance. This study aims to understand users' perceptions after using the Bank Jago application and identify which features influence this perception. The Technology Acceptance Model is the foundation of this research. A quantitative method is used by distributing questionnaires via Google Forms to 89 samples, selected through Simple Random Sampling from commenters on @jadijago's social media posts from November 2023 to January 2024. This research employs a descriptive approach to analyze the data obtained. The data is processed using descriptive statistics to present the frequency, mean, and distribution of users' perceptions of the ease of use of the Bank Jago application. The results indicate that respondents' ratings of Perceived Ease of Use (PEOU) are very high, with 48 respondents (53.93%) rating it in the top category. Among six indicators and 13 questions, the highest average is on the Controllable indicator (4.30) and the lowest on the Easy to Become Skillful indicator (4.03).

**Keywords:** Technology Acceptance Model, Perceived Ease of Use, Bank Jago, Digital Banking

**Abstrak.** Pandemi COVID-19 telah mempercepat penggunaan layanan perbankan digital, dengan menunjukkan bahwa 1 dari 3 orang merupakan seorang pengguna semenjak saat itu. Jumlahnya bank digital pun semakin bertambah sehingga secara tidak langsung terjadi transformasi digital yang masif. Maka dari itu, dalam hal transformasi digital ini, adopsi serta penerimaan akan teknologi sangatlah penting. Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam persepsi kemudahan yang terbentuk dalam pikiran pengguna setelah menggunakan Aplikasi Bank Jago secara langsung sebagai salah satu kunci penerimaan teknologi serta fitur apa saja yang memicu terbentuknya persepsi tersebut. Penelitian ini menjadikan Technology Acceptance Model sebagai landasan penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif melalui penyebaran kuisioner berupa google forms yang disebarluaskan secara daring melalui fitur direct message pada platform Instagram kepada 89 sampel. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik Simple Random Sampling terhadap pemberi komentar pada unggahan informatif media sosial @jadijago terkait pemaparan produk dan tutorial penggunaan produk atau layanan selama kurun waktu 3 bulan terakhir (November 2023 – Januari 2024). Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif untuk menganalisis data yang diperoleh, dengan tujuan untuk memberikan gambaran yang jelas dan terperinci. Data yang dikumpulkan akan diolah dan dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk menyajikan frekuensi, rata-rata, dan distribusi persepsi pengguna terhadap berbagai aspek kemudahan penggunaan Aplikasi Bank Jago. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa responden memberikan penilaian terhadap Perceived Ease of Use (PEOU) cenderung masuk dalam kategori sangat tinggi yaitu 48 responden (53,93%) dari total 6 indikator dengan 13 pertanyaan, rata-rata tertinggi jatuh kepada indikator Controllable (4,30) dan terendah pada indikator Easy to Become Skillful (4,03).

**Kata kunci:** Technology Acceptance Model, Perceived Ease of Use, Bank Jago, Digital Banking

## 1. PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 telah mempercepat penggunaan layanan perbankan digital, dengan angka 1 dari 3 pengguna konsumen mulai menggunakannya pada saat itu, sebagaimana disampaikan oleh Stalmachova (dalam Nurahmasari et al., 2023). Jumlahnya bank digital maupun fintech pun semakin bertambah seiring waktu karena adanya peningkatan permintaan atau *demand* dari masyarakat yang mulai mulai terbiasa melakukan transaksi secara digital. Bank dituntut mampu mengubah dirinya melalui transformasi digital untuk menjaga daya saing. Seiring pandemi Covid-19, ini merupakan waktu yang tepat untuk mempercepat proses transformasi digital terutama digitalisasi sistem pembayaran di Indonesia, sebagaimana yang disampaikan oleh Bank Indonesia (dalam Buletin Riset Kebijakan Perbankan, 2022).

Maka dari itu, dalam hal transformasi digital ini, adopsi serta penerimaan akan teknologi sangatlah penting. Salah satu teori yang paling sesuai menjelaskan fenomena tersebut atau lebih tepatnya menjelaskan bagaimana penerimaan individual terhadap teknologi atau sistem informasi adalah *Technology Acceptance Model (TAM)*. Teori atau model ini pertama kali dicetuskan oleh Fred Davis dalam Thesis-nya sebagai bentuk pemenuhan syarat meraih gelar Ph.D. di Massachusetts Institute of Technology tahun 1985 silam. Teori ini dikembangkan dari teori psikologi sosial, yakni *Theory of Reasoned Action* atau disebut sebagai TRA oleh Ajzen dan Fishbein tahun 1980 (Jogiyanto, 2007).

Asumsi teori ini adalah “faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan dalam mengadopsi ataupun menolak suatu teknologi dapat diidentifikasi dan diukur.” Adapun faktor-faktor yang menentukan penggunaan aktual (*actual usage*) adalah persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), dan minat penggunaan (*behavioral intention to use*). Persepsi kemudahan dan kegunaan keduanya mempunyai pengaruh ke minat penggunaan (Jogiyanto, 2007). Pemakai teknologi akan mempunyai minat penggunaan, jika mereka merasakan sendiri apakah teknologi tersebut mudah digunakan dan bermanfaat untuk kehidupannya.

Bank Jago hadir menjadi salah satu teknologi keuangan berupa bank digital di Indonesia yang menempati peringkat 4 bank terbaik di Indonesia tahun 2024 merujuk dari Forbes 2024 World’s Best Banks List (Peachman, 2024). Peringkat tahunan ini dapat dihasilkan dengan kolaborasi bersama firma riset pasar Statista yang telah mensurvei lebih dari 49.000 orang di 33 negara dan 17 bahasa yang berbeda. Kriteria-kriteria yang dijadikan sebagai penilaian oleh para pengguna dalam menentukan peringkat bank ini antara lain, yakni tingkat kepercayaan, syarat dan ketentuan (tarif dan biaya), layanan nasabah (waktu tunggu

dan tingkat bantuan pegawai), layanan digital (kemudahan penggunaan website dan aplikasi), dan kualitas fitur penasehat keuangan.

Apabila Bank Jago dapat menempati posisi 4 di Indonesia dengan penilaian kriteria tersebut, maka artinya aplikasi Bank Jago memiliki nilai atau *feedback* cukup baik pada setiap kriteria tersebut dari pengguna, termasuk kemudahan penggunaan aplikasi. Maka dari itu, peneliti terpacu untuk melakukan penelitian lebih mendalam serta lebih detail terhadap faktor-faktor apa yang akan sangat memengaruhi tingkat persepsi kemudahan penggunaan serta fitur-fitur apa yang paling relevan dan berkaitan erat dengan faktor-faktor tersebut.

Hal ini juga sudah lebih dahulu dibahas oleh Denny Indra Prastiawan, Siti Aisjah, dan Rofiaty pada tahun 2021 dengan judul penelitian “*The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Social Influence on The Use of Mobile Banking through the Mediation of Attitude Towards Use*” yang mana berusaha mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *mobile banking* melalui persepsi pengguna. Lebih tepatnya, nasabah mikro Bank DKI yang terletak di Surabaya. Penelitian ini juga berlandaskan pada *Technology Acceptance Model* (TAM). Maka dari itu variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, pengaruh sosial, sikap terhadap penggunaan, serta variabel penggunaan *mobile banking* Bank DKI itu sendiri. Selain karena model atau teori yang menjadi landasan, tentu saja kelima variabel ini sudah disesuaikan dengan karakteristik nasabah mikro Bank DKI yang menjadi target penelitian ini. Seperti halnya pada penelitian sebelumnya, penelitian ini menggunakan metode berupa pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuisioner yang disebarakan kepada 266 nasabah mikro Bank DKI (Prastiawan et al., 2021).

Penelitian Prastiawan ini membuahkan hasil, bahwa variabel persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, dan pengaruh sosial terbukti secara empiris mempunyai dampak langsung terhadap penggunaan *mobile banking* dan efek tidak langsung melalui sikap terhadap penggunaan. Penelitian ini dijadikan rujukan dalam penelitian skripsi kali ini dikarenakan adanya persamaan pada penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan berbagai variabel atau konstruksinya sebagai dasar penelitian dan konteks yang juga seirama dengan penelitian skripsi penulis, yakni pada bidang layanan perbankan. Akan tetapi, penelitian kali ini akan lebih berfokus pada salah satu variabel, yakni persepsi kemudahan (*perceived ease of use*).

Persepsi kemudahan penggunaan atau *perceived ease of use* merupakan salah satu persepsi yang juga mempengaruhi adanya persepsi akan kegunaan atau kebermanfaat (*perceived usefulness*) sebuah sistem atau teknologi. Hal ini dikarenakan hasil dari penelitian

yang telah dilakukan oleh Fred Davis, dapat disimpulkan bahwa apabila sebuah sistem atau teknologi yang ada dianggap terlalu susah untuk digunakan, meskipun teknologi tersebut bermanfaat pada keberlangsungan kinerja kita, maka tentu saja pengguna akan sulit untuk menerimanya atau bahkan sampai menggunakannya (Davis, 1989).

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) sendiri dapat diartikan sebagai tingkatan sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam penggunaan sistem atau teknologi tertentu akan membuatnya bebas dari usaha berlebih atau kemudahan. Hal ini merujuk pada pengertian kemudahan secara harfiah yang berarti bebas dari kesulitan atau usaha yang besar. Sebuah sistem atau teknologi, dalam konteks penelitian ini adalah aplikasi digital banking, apabila lebih mudah dalam penggunaannya dan membebaskan penggunaannya merasakan kesusahan dan terbebas dari usaha berlebih, cenderung lebih mudah diterima oleh masyarakat luas. Variabel persepsi kemudahan dibuat untuk mendeteksi atau menguji bahwa sistem atau teknologi yang ada dibuat bukan untuk mempersulit, memakan banyak waktu, dan menghambat kinerja pemakainya.

Hal ini juga semakin diperkuat dengan hasil penelitian dari Arahita dan Hatammimi 2015 (dalam Prastiawan et al., 2021) yang membuktikan adanya pengaruh signifikan persepsi kemudahan terhadap minat beli ulang. Keinginan untuk membeli ulang atau menggunakan ulang tentu saja tidak semata-mata karena kegunaan dari sistem atau teknologi terkait yang digunakan, melainkan juga karena kemudahan dalam penggunaannya seperti yang disampaikan pada penjelasan persepsi kegunaan diatas yang berhubungan erat atau bahkan dipengaruhi keberadaanya dengan persepsi kemudahan. Selain itu, hal ini kembali ditegaskan pada hasil penelitian oleh Siti Aisjah dan Rofiaty yang menyatakan adanya pengaruh secara langsung atau signifikan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan mobile banking, yang mendekati dengan objek penelitian ini yaitu digital banking.

Menurut Fred Davis pada tahun 1989, terdapat beberapa indikator yang dapat mengukur kemudahan pengguna dalam menggunakan sebuah sistem, teknologi atau aplikasi, yakni *Easy to Learn, Controllable atau Easy to Control, Clear & Understandable, Flexible, Easy to Become Skillful atau Easy to Master*, dan *Easy to Use* (Davis, 1989). Indikator yang dapat merepresentasikan variabel persepsi kemudahan seperti diatas, kemudian berikutnya akan diturunkan ke dalam bentuk alat ukur dan pernyataan untuk disampaikan kepada responden dalam bentuk kuisisioner. Diturunkannya indikator tersebut, juga pastinya mengacu pada penelitian terdahulu yang telah membahas hal serupa dan telah menguji validitas dan reliabilitas kuisisionernya.

Indikator *Easy to Learn*, sebagaimana yang disampaikan oleh Sati dan Ramaditya dalam penelitiannya yang bertajuk “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen yang Menggunakan Metland Card)”, memiliki pengertian berupa tingkat sejauh mana sebuah sistem mudah untuk dipelajari dan diadopsi oleh seorang individu. Dalam ruang lingkup e-commerce, dimensi ini mengacu pada sejauh mana sebuah website dapat dipelajari untuk nantinya digunakan sebagai media yang diakses sehari-hari. Berdasarkan pengertian tersebutlah, peneliti dapat menurunkannya ke dalam 2 alat ukur, yakni “Banyaknya sumber informasi dan tutorial memudahkan saya mempelajari fungsi dan cara menggunakan fitur dan layanan perbankan dalam Aplikasi Bank Jago” dan “Tampilan (*interface*) yang ramah bagi orang awam/pemula (*user-friendly*), membuat saya mudah mengadopsi penggunaan Aplikais Bank Jago” dengan masing2 item pernyataan “Banyaknya sumber informasi dan tutorial memudahkan saya mempelajari fungsi dan cara menggunakan fitur dan layanan perbankan dalam Aplikasi Bank Jago” dan “Tampilan (*interface*) yang ramah bagi orang awam/pemula (*user-friendly*), membuat saya mudah mengadopsi penggunaan Aplikasi Bank Jago”.

Kemudian, indikator *Controllable*, sebagaimana yang tertera dalam jurnal bertajuk “Analisa Pengaruh Perceived Ease Of Use Terhadap Behavior Intention Melalui Perceived Usefulness Sebagai Media Intervening pada Digital Payment Ovo” diartikan sebagai kemudahan yang dirasakan dalam mendapatkan apa yang mereka inginkan. Pengertian tersebutlah yang menjadi dasar terbentuknya alat ukur “Beragam fitur dalam Aplikasi Bank Jago dapat dikendalikan sesuai dengan keinginan pengguna” dengan item pernyataan “Saya dapat mengendalikan pengaturan fitur dalam Aplikasi Bank Jago sesuai dengan keinginan saya” sebagai pernyataan yang paling tepat untuk mencerminkan indikator *controllable*.

Kemudian, berikutnya terdapat indikator *Clear & Understandable* yang diturunkan menjadi 3 alat ukur dan pernyataan. Ketiga alat ukur tersebut berupa “Tampilan feedback visual yang jelas untuk tindakan pengguna memudahkan tanda kesuksesan Tindakan” , “Setiap fitur dan layanan perbankan dalam aplikasi Bank Jago mudah dipahami”, dan “Panduan penggunaan dalam berbagai format memudahkan pengguna lebih paham” dengan masing-masing item pernyataan “Saya menerima feedback visual seperti animasi atau perubahan warna saat saya melakukan tindakan tertentu sehingga saya paham bahwa tindakan tersebut gagal atau berhasil dilakukan”, “Saya mudah memahami setiap fitur atau layanan perbankan yang ada dalam Aplikasi Bank Jago”, dan “Beragam format panduan penggunaan Aplikasi Bank Jago berupa teks, gambar, dan video, memperjelas pemahaman

saya terkait informasi penggunaan”. Pernyataan-pernyataan ini dihasilkan dengan menganalisis pengertian *Clear & Understandable* sesungguhnya dalam jurnal “Analisa Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Behavior Intention Melalui Perceived Usefulness Sebagai Media Intervening pada Digital Payment Ovo” karya Michaela Louisa Muliadi dan Edwin Japarianto, yakni bermakna kejelasan dari segi tampilan, fitur, serta cara pengoperasian.

Berikutnya, indikator *Flexible* juga diturunkan menjadi alat ukur dan pernyataan dengan menganalisis secara mendalam pengertian ataupun faktor penentu penting dari variabel *Flexible* yang berasal dari jurnal dan penelitian terdahulu. Mengacu pada jurnal terdahulu karya Muliadi & Japarianto yang berjudul “Analisa Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Behavior Intention Melalui Perceived Usefulness Sebagai Media Intervening pada Digital Payment Ovo” dan karya Kevin Julianto Singgih dan Maria P S Yoseva yang bertajuk “Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Minat Penggunaan E-Payment Sebagai Alat Pembayaran Pada Dapur Nusantara”. Khusus pada indikator ini dihasilkan dari penggabungan 2 jurnal terdahulu untuk kemudian dianalisis agar menjadi lebih kompleks dan lengkap merepresentasikan indikator terkait. Menurut Muliadi et al, sebuah teknologi atau sistem dapat dikatakan *flexible* ketika dapat digunakan dimanapun dan kapanpun pengguna butuhkan. Selain itu, menurut Singgih et al., *flexible* dapat diartikan ketika sebuah teknologi dapat beradaptasi dengan teknologi dan sistem lain. Penggabungan kedua pengertian tersebutlah yang menghasilkan alat ukur “Variasi Bank Jago atau Bank Jago Syariah memberikan kebebasan memilih”, “Seluruh fitur dan layanan perbankan Aplikasi Bank Jago dapat diakses kapan saja”, “Call Center dan Customer Service 24 Bank Jago menerima pertanyaan, konsultasi, dan pengaduan dimana saja” dengan item pernyataan berikut, “Saya dapat berganti dari akun Jago ke Jago Syariah”, “Saya dapat mengakses fitur dan layanan perbankan Aplikasi Bank jago kapan saja”, dan “Saya dapat bertanya, berkonsultasi, dan mengajukan pengaduan dimana saja dengan Call Center dan Customer Service 24 jam Bank Jago”.

Indikator Easy to Become Skillful direpresentasikan dengan 2 alat ukur, yakni atau pernyataan, yakni “Beragam versi Aplikasi Bank Jago meningkatkan kemahiran penggunaan dalam berbagai perangkat” dan “Pengaturan dalam Aplikasi Bank Jago dapat dikuasai sesuai keinginan pengguna” dengan item pernyataan “Saya mahir mengoperasikan Aplikasi Bank Jago di berbagai macam perangkat (Andorid, Apple, Windows)” dan “Saya menguasai cara pengaturan Aplikasi Bank Jago sesuai dengan keinginan saya”. Kedua pernyataan ini dirasa cukup menggambarkan dan menjabarkan pengertian harfiah yang terdapat dalam jurnal

karya Michaela Louisa Muliadi dan Edwin Japarianto, yakni *easy to become skillful* berarti kemudahan dalam menguasai cara menguasai cara mengoperasikan.

Serta indikator yang terakhir, yakni *Easy to Use* diturunkan langsung dari penelitian terdahulu karta Venkatesh et al. pada tahun yang bertajuk “User acceptance of information technology: Toward a unified view”. Dalam penelitian tersebut disampaikan pengertian dari indikator *Easy to Use* yang kemudian menghasilkan 2 alat ukur, yakni “Seluruh fitur dan layanan perbankan dapat digunakan dengan mudah” dan “Tampilan antarmuka Aplikasi Bank Jago tidak menimbulkan kesulitan penggunaan” dengan item pernyataan “Saya dapat dengan mudah menggunakan seluruh fitur dan layanan perbankan Aplikasi Bank Jago” dan “Saya tidak merasa kesulitan dengan tampilan Aplikasi Bank Jago”. Pengertian *Easy to Use* dalam penelitian tersebut, yakni apabila fitur yang ada didalam teknologi mudah untuk dioperasikan dan tidak menimbulkan kesulitan.

Setelah peneliti menjabarkan dan menjelaskan secara mendetail mulai dari latar belakang fenomena, teori dasar, penelitian terdahulu yang relevan, pengertian setiap konstruk terkait, serta penjelasan mengenai penurunan alat ukur dan item pernyataan dari setiap indikator, peneliti tertarik untuk secara spesifik meneliti satu konstruk, yakni persepsi kemudahan yang terdiri dari 6 indikator. Peneliti ingin mengetahui nilai rata-rata setiap indikator dan item, indikator yang paling berpengaruh (berdasarkan nilai rata-rata tertinggi), indikator yang paling tidak berpengaruh (berdasarkan nilai rata-rata terendah), item mana yang lebih berpengaruh (nilai rata-ratanya lebih tinggi) dibandingkan item lain dalam satu indikator yang sama (hanya pada indikator terendah dan tertinggi) dan penyebabnya, serta yang terakhir adalah relevansi atau contoh fitur aplikasi Bank Jago yang relevan dengan indikator dengan nilai rata-rata tertinggi dan terendah.

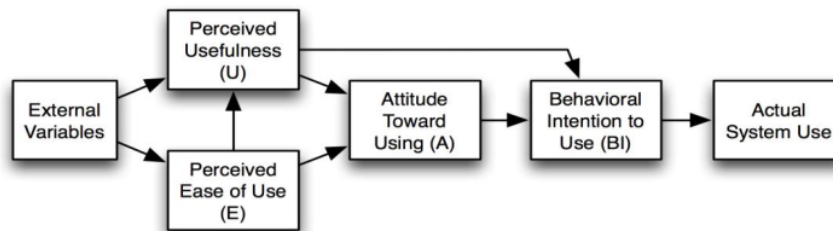
## 2. KAJIAN TEORITIS

Penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)* atau Model Penerimaan Teknologi yang merupakan model yang pertama kali diperkenalkan oleh Davis et al. pada tahun 1986. Model ini dikembangkan atau diadopsi berdasarkan teori psikologi sosial terdahulu, yakni *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang diperkenalkan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1980. Teori ini merupakan salah satu yang seringkali digunakan untuk menjelaskan sikap atau perilaku penerimaan pengguna akan suatu hal atau bidang. Dapat juga dikatakan bahwa teori inilah yang menyatakan reaksi dan persepsi seseorang terhadap suatu hal, maka akan menentukan sikap dan perilakunya terhadap hal tersebut. Akan tetapi, pada *Technology Acceptance Model (TAM)* sendiri lebih dikhususkan dalam bidang teknologi,



yakni dengan menambahkan 2 konstruk utama ke dalam model *Theory of Reasoned Action* (TRA). Dua konstruk tersebut ialah persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) (Jogiyanto, 2007). Dengan kata lain menjelaskan persepsi atau reaksi seseorang dalam proses penerimaan, pengadopsian, sampai penggunaan sebuah teknologi informasi yang akan mempengaruhi sikap dan perilaku penerimanya terhadap teknologi tersebut.

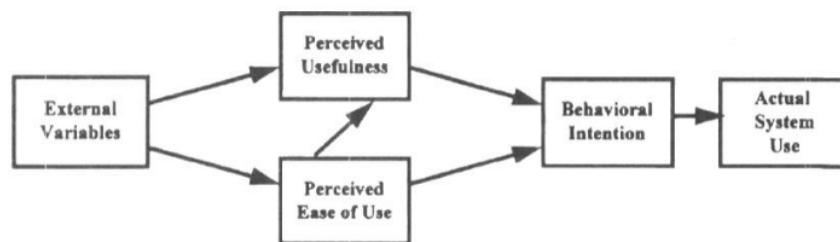
Model ini dibangun khusus untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer dan pencetusnya, Fred Davis, menciptakan model TAM dengan menggantikan beberapa variabel pada *Theory of Reasoned Action* (TRA) dengan memasukan dua variabel penerimaan teknologi, yakni persepsi akan kemudahan penggunaan atau *perceived ease of use* dan persepsi akan kegunaan atau *perceived usefulness* dan hanya menggunakan komponen keyakinan (*beliefs*) dan sikap (*attitude*) dari TRA. Maka dari itu, seperti yang ada pada saat ini, model tersebut terdiri dari beberapa variabel berikut, yakni persepsi akan kemudahan penggunaan atau *perceived ease of use* dan persepsi akan kegunaan atau *perceived usefulness*, sikap dalam menggunakan teknologi atau *attitude toward using platform*, dan minat perilaku menggunakan atau *behavioral intention to use*, dan penggunaan aktual atau (*actual system use*). Beberapa faktor tersebutlah yang menjadi tolak ukur penerimaan sebuah teknologi seperti yang tertera pada bagan model di bawah ini (Jogiyanto, 2007).



Gambar 1.1 *Technology Acceptance Model* (TAM)

Variabel-variabel yang tertera diatas berusaha menjelaskan dan memprediksi perilaku pengguna teknologi informasi yaitu berdasarkan pada kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), minat (*intention*), dan hubungan perilaku pengguna (*user behavior relationship*). Selain itu, tujuan lainnya adalah untuk memberikan penjelasan teoritis untuk keberhasilan penerapan inovasi teknologi yang ada.

Akan tetapi, pada penelitian ini, peneliti memutuskan untuk menggunakan versi final dari Technology Acceptance Model (TAM) yang keluar pada tahun 1996 sebagai buah hasil kolaborasi Fred D. Davis dengan Venkatesh (Chuttur, 2009). Pada model final ini, variabel sikap penggunaan atau *attitude towards using* tidak lagi digunakan atau dihilangkan sehingga menyisakan eksternal variable, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, minat penggunaan, dan penggunaan aktual atau sesungguhnya. Meskipun, pada variabel ini ditemukan pengaruh langsung persepsi kegunaan terhadap pengguna aktual atau sesungguhnya, namun disaat yang bersamaan pengeliminasian variabel ini dilakukan guna menghilangkan pengaruh langsung yang tidak dapat dijelaskan yang diamati dari karakteristik system terhadap variabel sikap (Chuttur, 2009). Selain itu, menurut Davis pada penelitian di tahun 1986 dan 1989 menemukan, bahwa *attitudes* atau sikap tidak sepenuhnya memediasi pengaruh persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) terhadap minat penggunaan atau *behavioral intention to use* (Davis, 1989).



Gambar 1.2 Model Final *Technology Acceptance Model* (TAM)

(sumber: sis.binus.ac.id)

Selain itu, beberapa penelitian juga mencoba mengembangkan model penerimaan teknologi ini dengan menambah konstruk atau variabel eksternal. Variabel-variabel ini dapat dikelompokkan dalam beberapa kategori, yakni seperti halnya, variabel individual, organisasi, kultur, dan karakteristik-karakteristik tugas (Jogiyanto, 2007). Dalam penelitian ini, variabel eksternal yang dimaksud, yakni berupa informasi umur, jenjang pendidikan, pekerjaan, domisili, kebiasaan pengguna sebagaimana seperti yang akan dicantumkan dalam kuisioner penelitian. Variabel eksternal ini, tidak akan secara langsung dimasukkan dalam analisis regresi peneliti, namun hanya akan dijelaskan secara deskriptif untuk sekadar memaparkan gambaran responden secara keseluruhan.

Berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM), model ini terdiri dari beberapa tahapan proses, dimana faktor eksternal seperti halnya *followers* atau pengikut atau orang

yang terpapar teknologi (dalam konteks ini followers atau pengikut instagram official Bank Jago), memicu timbulnya minat untuk menggunakan teknologi, serta mendorong pada penggunaan aktual atau langsung dari teknologi terkait, dalam konteks penelitian ini adalah aplikasi *digital banking*, yakni Bank Jago.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif menggunakan analisis deskriptif. Menurut Iqbal Hasan (dalam Nasution, 2017), analisis deskriptif merupakan metode analisis data penelitian yang digunakan untuk menguji generalisasi hasil penelitian berdasarkan satu sampel. Proses ini melibatkan pengujian hipotesis deskriptif untuk menentukan apakah hipotesis penelitian dapat digeneralisasikan. Hasil dari analisis ini menunjukkan sejauh mana hipotesis penelitian dapat diterapkan secara umum atau terbatas pada sampel yang diteliti.

Selain itu, Iqbal Hasan juga menjelaskan bahwa, statistik deskriptif berfungsi menerangkan keadaan, gejala, atau persoalan dalam bukunya. Dalam penarikan kesimpulan pada statistik deskriptif (jika ada) hanya ditujukan pada kumpulan data yang ada. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data berupa rata-rata atau mean yang termasuk dalam ukuran nilai pusat. Selain itu, menurut Suryoatmon (dalam Nasution, 2017), statistika deskriptif adalah cabang statistika yang fokus pada pengumpulan, penyajian, dan analisis data melalui penentuan nilai-nilai statistik serta pembuatan diagram atau grafik. Tujuannya adalah menyajikan data dalam bentuk yang lebih mudah dipahami dan dibaca, sehingga informasi yang terkandung dapat diinterpretasikan dengan jelas dan efisien.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data kuantitatif melalui kuesioner online yang dikembangkan dengan fitur *google forms*. Kuesioner ini disebarluaskan secara daring melalui pesan langsung (*direct message*) kepada sampel responden yang telah ditentukan. Sampel tersebut terdiri dari pemberi komentar pada unggahan akun Instagram resmi @jadijago selama 3 bulan terakhir. Dari penyebaran kuisoner tersebut, hasil penelitian ini harus terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas bertujuan mengetahui apakah suatu instrumen dikatakan valid atau tidak valid dalam mengukur suatu variabel penelitian (Slamet & Wahyuningsih, 2022). Sedangkan, Uji reliabilitas sendiri dilakukan untuk melihat konsistensi alat ukur yang apabila sudah digunakan berkali-kali atau di ulang tetap konsisten dan dapat diandalkan, seperti yang dikemukakan oleh Ghozali (dalam Slamet & Wahyuningsih, 2022). Reliabilitas dilakukan untuk menguji instrumen yang digunakan dapat digunakan beberapa atau berulang kali untuk mengukur objek yang sama.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Jenis Kelamin Responden

**Table 1. Jenis Kelamin Responden**

(sumber: Data primer peneliti dengan SmartPLS)

No	Jenis Kelamin	f	%
1.	<30	29	32,58
2.	30-5	60	67,42
Total		89	100

Berdasarkan hasil analisis dapat dilihat bahwa sebanyak 29 responden atau 32,58% adalah laki-laki sedangkan 60 responden atau 67,42% adalah perempuan. Dengan demikian, responden perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki. Hasil yang diperoleh sesuai atau sejalan dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Bank Jago dalam Annual Report 2021 yang menyatakan, bahwa mayoritas *gender* atau jenis kelamin nasabah Bank Jago pada tahun 2021 adalah perempuan (Bank Jago, 2021).

Selain itu, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nugraha Pukuh dan Hayu Fadlun Widyasthika (dalam Buletin Riset Kebijakan Perbankan, 2022), dengan 1.249 total responden yang terdiri dari 667 responden laki-laki dan 582 responden perempuan. Terdapat 87,11% dari total responden perempuan menggunakan e-banking (internet dan mobile banking) dan atau fintech yang mana lebih banyak dibandingkan dengan responden laki-laki yang menggunakan e-banking dan atau fintech dengan persentase 86,51% dari total pengguna laki-laki, yakni sebanyak 667 responden. Meskipun, terdapat sedikit perbedaan persentase yang mana perempuan lebih unggul sedikit dengan laki-laki dalam aspek penggunaan e-banking dan atau fintech, tetap saja perempuan dan laki-laki memiliki keinginan dan peluang yang sama untuk menggunakan layanan keuangan digital.

##### Jenjang Pendidikan

##### Tabel Jenjang Pendidikan

**Table 2. Jenjang Pendidikan**

(sumber: Data primer peneliti dengan SmartPLS)

No	Size	f	%
1.	SMA/Sederajat	24	26,97
2.	Diploma	2	2,25
3.	Sarjana (S1)	59	66,29
4.	Magister (S2)	3	3,37
5.	Doktor (S3)	1	1,12
Total		89	100

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa responden terbanyak berpendidikan Sarjana (S1) dengan persentase sebesar 66,29% atau 59 responden, selanjutnya SMA/Sederajat dengan persentase sebesar 26,97% atau 24 responden, Magister (S2) yaitu 3,37% atau 3 responden, Diploma 2,25% atau 2 orang dan Doktor (S3) 1,12% atau 1 orang.

Hasil analisis ini sejalan dengan penelitian Kose dengan nilai kefisiern 0,430 yang berarti adanya pengaruh yang positif antara tingkat pendidikan dengan keputusan penggunaan (Köse & Güleriyüz, 2020). Selain itu, hasil diatas juga didukung oleh penelitian terdahulu yang menyatakan, bahwa tingkat pendidikan seseorang berpengaruh terhadap keputusan penggunaan dengan  $p$  sebesar 0,0007; serta dua penelitian lainnya (Izogo et al., 2012 and Gupta & Varma, 2019).

Hasil analisis ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Nugraha Pukuh dan Hayu Fadlun Widyasthika (dalam Buletin Riset Kebijakan Perbankan, 2022), disebutkan bahwa dari 100% atau total 1.249 responden dengan 998 responden dengan pendidikan tersier (perguruan tinggi) dan 251 responden non-tersier (SMA kebawah), responden yang berpendidikan tersier (perguruan tinggi) lebih banyak menggunakan e-banking (internet dan mobile banking) dan atau fintech, yakni sebesar 92,48% dari total 998 dibandingkan dengan responden berpendidikan non-tersier (SMA kebawah) sebesar 64,14% dari total 251 responden. Hasil ini selaras dengan penelitian Jünger and Mietzner (2020), Singh and Dutta (2020) dan Wiercioch (2021). Individu dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi memiliki tingkat adopsi layanan keuangan digital yang lebih tinggi. Tingkat pendidikan yang baik menciptakan literasi keuangan yang lebih baik pula sehingga konsumen memiliki pengetahuan untuk memilih layanan keuangan, salah satunya bank digital (Buletin Riset Kebijakan Perbankan, 2022).

### Persepsi Kemudahan (PEOU) pengguna terhadap Aplikasi Bank Jago

Pada bagian ini akan dibahas mengenai analisis mengenai *Perceived Ease of Use* (PEOU) secara deskriptif. Hasil data yang diperoleh melalui kuesioner diolah dan dikategorikan menjadi lima kategori yakni sangat rendah, rendah, sedang, tinggi dan sangat tinggi. Hal ini bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam menginterpretasikan data yang didapatkan. Pertama, peneliti menjumlahkan hasil data setiap responden. Selanjutnya peneliti membuat kategori dan membaginya ke dalam lima kategori (sangat rendah, rendah, sedang, tinggi dan sangat tinggi) berdasarkan jumlah kategori atau banyaknya kelas yang sudah ditentukan. Lalu peneliti menentukan nilai indeks minimum, maksimum, interval, serta jarak interval dengan rumus berikut ini (Sugiyono, 2017).

Penelitian ini menghasilkan perhitungan berupa nilai indeks maksimum sebesar 65, nilai indeks minimum sebesar 13, interval sebesar 52, dan jarak interval sebesar 10,4. Setelah peneliti mengetahui jarak interval dari setiap kategori, tahap terakhir yakni data kuesioner tersebut akan diklasifikasikan ke dalam lima kategori yang telah ditentukan sesuai dengan letak jarak intervalnya.

**Table 3. Kategori Perceived Ease of Use (PEOU)**

(sumber: Data primer peneliti dengan SmartPLS)

No	Kategori	Rentang
1.	Sangat Rendah	13 – 23,4
2.	Rendah	23,5 – 33,8
3.	Sedang	33,9 – 44,2
4.	Tinggi	44,3 – 54,6
5.	Sangat Tinggi	54,6 – 65

Setelah dikelompokkan ke dalam lima kategori di atas, maka jawaban responden mengenai *Perceived Ease of Use* (PEOU) ditampilkan pada tabel berikut.

**Table 4. Gambaran Tanggapan Responden Terhadap Perceived Ease of Use (PEOU)**

(sumber: Data primer peneliti dengan SmartPLS)

No	PEOU	f	%
1.	Sangat Tinggi	48	53,93
2.	Tinggi	29	32,58
3.	Sedang	6	6,74
4.	Rendah	6	6,74
5.	Sangat Rendah	0	0,00
Total		89	100

Berdasarkan hasil analisis, dapat dilihat bahwa responden memberikan penilaian terhadap *Perceived Ease of Use* (PEOU) cenderung masuk dalam kategori sangat tinggi yaitu 48 responden (53,93%). Selanjutnya menilai *Perceived Ease of Use* (PEOU) dalam kategori tinggi 32,58%, sedang dan rendah masing-masing 6,74%.

Hasil ini sesuai dengan apa yang dijelaskan dalam Technology Acceptance Model (TAM), bahwa *perceived ease of use* merupakan salah satu komponen yang menentukan penerimaan pengguna terhadap sebuah teknologi, yang mana dalam konteks ini, yaitu bank digital. Hal ini dibuktikan dengan komponen *perceived ease of use* dalam penelitian ini menempati kategori “Sangat Tinggi.” Sebagaimana penelitian ini menggunakan pengguna

aktual Bank Jago sebagai responden penelitian, menunjukkan bahwa tingkat *perceived ease of use* yang sangat tinggi memengaruhi tingkat penguasaan aktual teknologi oleh pengguna karena berdasarkan bagan Technology Acceptance Model (TAM), runtutan proses penerimaan diawali oleh proses persepsian kemudian selanjutnya ke penggunaan aktual.

Hasil ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Darmawan Napitupulu dengan penelitiannya yang berfokus pada penerimaan *e-learning* melalui pendekatan TAM. Dari hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan, bahwa variabel persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) secara keseluruhan menempati tingkat paling tinggi dibandingkan dengan variabel lainnya, yakni sebesar 69.80% (Napitupulu, 2017).

Hasil ini menggunakan rentang skala Likert 1-5, dan membaginya ke dalam 5 kategori dengan rentang yang sama. Total rentang berjumlah 4, terdapat total 5 kategori, dan panjang interval setiap kategori adalah sebesar 0,8 sehingga beirkut adalah kategori dan rentanya: otal rentang:

**Table 5.Total Rentang Rata-Rata Indikator**

(sumber: Data primer peneliti dengan SmartPLS)

No	Kategori	Rentang
1.	Sangat Rendah	1.00 – 1.80
2.	Rendah	1.81 - 2.60
3.	Sedang	2.61 - 3.40
4.	Tinggi	3.41 - 4.20
5.	Sangat Tinggi	4.21 - 5.00

**Table 6.Total Rentang Rata-Rata Indikator**

(sumber: Data primer peneliti dengan SmartPLS)

Indikator	Item	Descriptive Statistics	Min	Max	Mean
<i>Easy To Learn</i>	PEOU1	Banyaknya sumber meningkatkan kemudahan mempelajari fungsi dan cara menggunakan fitur dan layanan perbankan.	2	5	4.11
	PEOU2	Tampilan ( <i>interface</i> ) Aplikasi Bank Jago yang ramah pengguna ( <i>user-friendly</i> ), meningkatkan penerimaan saya untuk menggunakannya.	2	5	4.18
<b>Nilai rata-rata indikator <i>Easy to Learn</i></b>					<b>4.15</b>

<i>Controllable</i>	PEOU3	Beragam fitur dalam Aplikasi Bank Jago dapat dikendalikan sesuai dengan keinginan pengguna.	3	5	4.30
<b>Nilai rata-rata indikator <i>Controllable</i></b>					<b>4.30</b>
<i>Clear &amp; Understandable</i>	PEOU4	Tampilan feedback visual yang jelas untuk tindakan pengguna memudahkan tanda kesuksesan tindakan.	2	5	4.02
	PEOU5	Setiap fitur dan layanan perbankan dalam aplikasi Bank Jago mudah dipahami.	3	5	4.22
	PEOU6	Panduan penggunaan dalam berbagai format memudahkan pengguna lebih paham.	3	5	4.10
<b>Nilai rata-rata indikator <i>Clear &amp; Understandable</i></b>					<b>4.11</b>
<i>Flexible</i>	PEOU7	Variasi Bank Jago atau Bank Jago Syariah memberikan kebebasan memilih.	1	5	3.93
	PEOU8	Seluruh fitur dan layanan perbankan Aplikasi Bank Jago dapat diakses kapan saja.	3	5	4.39
	PEOU9	<i>Call Center dan Customer Service 24 Bank Jago menerima pertanyaan, konsultasi, dan pengaduan dimana saja.</i>	1	5	3.91
<b>Nilai rata-rata indikator <i>Flexible</i></b>					<b>4.08</b>
<i>Easy to Become Skillful</i>	PEOU10	Beragam versi Aplikasi Bank Jago meningkatkan kemahiran penggunaan dalam berbagai perangkat.	1	5	3.91
	PEOU11	Pengaturan dalam Aplikasi Bank Jago dapat dikuasai sesuai keinginan pengguna.	2	5	4.15
<b>Nilai rata-rata indikator <i>Easy to Become Skillful</i></b>					<b>4.03</b>
<i>Easy to Use</i>	PEOU12	Seluruh fitur dan layanan perbankan dapat digunakan dengan mudah.	3	5	4.25
	PEOU13	Tampilan antarmuka Aplikasi Bank Jago tidak menimbulkan kesulitan penggunaan.	3	5	4.29
<b>Nilai rata-rata indikator <i>Easy to Use</i></b>					<b>4.27</b>



Indikator *Controllable* sebesar 5 dinilai paling tinggi diantara 5 indikator variabel persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) lain, yakni sebesar 4,30, dibandingkan variabel lain secara berurutan berupa *Easy to Use, Easy to Learn, Clear & Understandable, Flexible, dan Easy to Become Skillful*. Namun, keenam indikator ini dijawab responden dengan jawaban mayoritas Setuju (4) dan Sangat Setuju (5). Secara keseluruhan karakteristik-karakteristik ini sangat cocok menggambarkan variabel persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) sebagai salah satu faktor yang sangat kuat memengaruhi penerimaan teknologi.

Nilai tertinggi dan satu-satunya item dalam indikator *Controllable* adalah item “Beragam fitur dalam Aplikasi Bank Jago dapat dikendalikan sesuai dengan keinginan pengguna” atau item PEOU3 dengan mayoritas jawaban Sangat Setuju (5), hal ini menandakan bahwa item ini sesuai dengan salah satu nilai yang berusaha ditonjolkan oleh Aplikasi Bank Jago, yakni dapat mengatur preferensi sesuai keinginan untuk bertransaksi dengan nyaman, salah satunya dapat mengontrol kartu debit dari aplikasi (mengunci, menghapus, dan mengganti kartu). Selain itu, hasil yang didapatkan ini selaras apabila melihat dari fakta yang dipaparkan dalam buku *Gen Z Marketing; Menggali Potensi dan Memahami Karakteristik Gen Z dalam Menerapkan Pemasaran Digital* bahwa, salah satu cara interaksi yang dipilih oleh generasi Z dalam penggunaan produk digital, salah satunya aplikasi dan media sosial adalah dengan personalisasi (Yulianto A et al.,2023). Generasi Z lebih memilih pengalaman yang dipersonalisasi dan disesuaikan dengan preferensi mereka. Sebagaimana yang telah diketahui sebelumnya, bawah Bank Jago yang merupakan bank digital dengan total lebih dari 1 juta nasabah yang didominasi oleh generasi Z sebesar 53% dan milenial mencapai 41% sebagian besar dikarenakan adanya kolaborasi antara Bank Jago dengan aplikasi investasi Bibit yang memikat ketertarikan investasi generasi muda karena kemudahannya dan konektivitas yang dapat diatur antar aplikasi. Tentu saja hal tersebut sangat cocok dan relevan dengan hasil yang didapatkan.

Kemudian indikator yang menempati urutan kedua dengan nilai rata-rata sebesar 4.27 adalah *Easy to Use*. Nilai rata-rata ini termasuk dalam kategori sangat tinggi. Terdapat 2 item atau alat ukur yang representasikan indikator ini, yakni “Tampilan antarmuka Aplikasi Bank Jago tidak menimbulkan kesulitan penggunaan” (PEOU13) dengan nilai rata-rata sebesar 4,29 yang kemudian diikuti item atau alat ukur “Seluruh fitur dan layanan perbankan dapat digunakan dengan mudah” (PEOU12) dengan nilai rata-rata 4,25. Hal ini menunjukkan, bahwa rata-rata responden yang merasa lebih banyak setuju, bahwa tampilan aplikasi Bank Jago tidak menimbulkan kesulitan, dibandingkan dengan perasaan pengguna terhadap kemudahan penggunaan seluruh fitur dan layanan perbankan. Sebagaimana tampilan

antarmuka yang intuitif dan user-friendly sangat mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan. Desain antarmuka yang baik biasanya memiliki tata letak yang jelas, navigasi yang sederhana, dan elemen visual yang membantu pengguna dalam menyelesaikan tugas mereka tanpa kebingungan. Selain itu, tampilan antarmuka secara tidak langsung lebih spesifik dibandingkan dengan fitur dan layanan yang lebih general. Responden mungkin menemukan lebih mudah untuk menilai elemen spesifik seperti tampilan antarmuka dibandingkan dengan keseluruhan fitur dan layanan yang mungkin bervariasi dalam kompleksitas dan kegunaan. Kemudian, yang terakhir, pengalaman awal pengguna dengan antarmuka yang mudah digunakan dapat menciptakan kesan positif yang berkelanjutan, bahkan ketika fitur lainnya mungkin memerlukan lebih banyak waktu untuk dikuasai. Hal ini sering terjadi karena antarmuka adalah hal pertama yang dilihat dan digunakan oleh pengguna. Maka dari itu, menurut Davis, dalam Technology Acceptance Model (TAM) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) sangat dipengaruhi oleh desain antarmuka yang intuitif (Davis, 1989).

Indikator dengan nilai rata-rata tertinggi ketiga, yakni *Easy to Learn* (4,15) memiliki 2 item pengukuran dengan “Tampilan (*interface*) Aplikasi Bank Jago yang ramah pengguna (*user-friendly*), meningkatkan penerimaan saya untuk menggunakannya” dengan nilai rata-rata atau PEOU2 sebagai satu dari dua item dalam indikator tersebut yang memiliki nilai rata-rata 4,18 dan item “Banyaknya sumber meningkatkan kemudahan mempelajari fungsi dan cara menggunakan fitur dan layanan perbankan” dengan rata-rata 4,11. Hal ini menunjukkan, bahwa rata-rata responden yang merasa lebih banyak setuju, bahwa tampilan aplikasi Bank Jago yang *user-friendly* lebih dirasakan langsung pengaruhnya oleh pengguna, dibandingkan dengan banyaknya sumber pembelajar penggunaan fitur dan layanan perbankan. Meskipun nilai ini juga tinggi, namun sedikit lebih rendah dibandingkan dengan nilai rata-rata untuk antarmuka yang ramah pengguna. Ini menunjukkan bahwa meskipun banyaknya sumber daya yang tersedia penting, namun pengguna lebih menghargai antarmuka yang mudah digunakan secara langsung.

Desain antarmuka yang ramah pengguna seringkali menjadi faktor kunci dalam adopsi teknologi karena dapat mengurangi beban kognitif pengguna dan membuat interaksi dengan aplikasi menjadi lebih intuitif. Sebuah studi oleh Venkatesh dan Davis (2000) dalam model Technology Acceptance Model (TAM) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan secara signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan teknologi (Venkatesh & Davis, 2000). Desain antarmuka yang baik meningkatkan pengalaman pengguna secara

keseluruhan, sehingga pengguna lebih mungkin untuk menerima dan menggunakan teknologi tersebut (Liesa-Orús et al., 2023).

Sebaliknya, meskipun banyaknya sumber daya untuk mempelajari fitur dan layanan juga penting, hal ini tidak seefektif desain antarmuka dalam meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan. Studi oleh Guner dan Acarturk (2020) mendukung temuan ini, yang menunjukkan bahwa user-friendly interface lebih efektif dalam meningkatkan penerimaan teknologi dibandingkan dengan ketersediaan sumber daya pelatihan (Venkatesh, 2000). Dalam konteks aplikasi Bank Jago, fitur-fitur seperti desain antarmuka yang bersih dan mudah dipahami (user-friendly interface), menu navigasi yang intuitif, serta panduan pengguna yang jelas dan mudah diakses dapat secara langsung mendukung persepsi kemudahan penggunaan. Fitur-fitur ini memungkinkan pengguna untuk dengan cepat memahami dan menggunakan aplikasi tanpa mengalami kesulitan, yang secara langsung berkontribusi pada nilai rata-rata tinggi untuk indikator *user-friendly interface*.

Selain itu, fitur yang paling relevan adalah desain antarmuka yang sederhana dan intuitif, yang memastikan pengguna dapat dengan mudah menavigasi dan menggunakan aplikasi tanpa kebingungan. Hal ini kembali berhubungan lagi dengan fokus utama Bank Jago yang berusaha mendengarkan kebutuhan pengguna dengan membuat aplikasi sebagai *life-centric finance solution* yang memandang pengelolaan uang bisa lebih sederhana, kolaboratif, dan inovatif. Maka dari itu, tampilan (*interface*) dapat dibuat sesederhana mungkin dengan hanya menampilkan fitur yang dibutuhkan dan menyembunyikan fitur yang tidak diperlukan (Siaran Pers Jakarta, 2021)

Selanjutnya indikator dengan nilai rata-rata tertinggi keempat, yakni *Clear & Understandable* dengan total 4 item pengukuran (PEOU4, PEOU5, dan PEOU6,) dengan rata-rata total sebesar 4,11 (kategori tinggi). Nilai tertinggi pada indikator *Clear & Understandable* adalah item “setiap fitur dan layanan perbankan dalam aplikasi Bank Jago mudah dipahami” (PEOU5) sebesar 4,22, diikuti dengan item “panduan penggunaan dalam berbagai format memudahkan pengguna lebih paham” (PEOU6) sebesar 4,10 dan item “tampilan *feedback* visual yang jelas untuk tindakan pengguna memudahkan tanda kesuksesan tindakan” (PEOU4) sebesar 4,02. Hal ini menunjukkan bahwa responden rata-rata merasakan mudahnya mengoperasikan aplikasi Bank Jago apabila setiap fitur dan layanan perbankan dalam aplikasi Bank Jago mudah dipahami, baru kemudian memerhatikan panduan penggunaan yang dapat diakses dalam berbagai format, serta cenderung kurang memerhatikan tampilan *feedback* visual yang jelas untuk menunjukkan keberhasilan atau

kegagalan proses transaksi sebagai faktor penentu mudah atau tidaknya penggunaan aplikasi Bank Jago.

Penjelasan mengapa item pertama lebih berpengaruh daripada item lainnya terhadap persepsi kemudahan aplikasi Bank Jago dapat dilihat dari beberapa perspektif. Pertama, kemudahan dalam memahami setiap fitur dan layanan merupakan fondasi utama dalam interaksi pengguna dengan aplikasi. Jika pengguna merasa fitur-fitur tersebut mudah dipahami, mereka cenderung merasa lebih nyaman dan percaya diri dalam menggunakan aplikasi. Sebaliknya, jika mereka harus bergantung pada panduan tambahan atau feedback visual untuk memahami fungsi dasar, ini menunjukkan bahwa desain dasar aplikasi mungkin tidak cukup intuitif.

5  
Penelitian sebelumnya mendukung temuan ini. Menurut Davis (1989) dalam model Technology Acceptance Model (TAM), persepsi kemudahan penggunaan secara langsung mempengaruhi sikap pengguna terhadap adopsi teknologi (Davis, 1989). Penelitian lain oleh Gefen dan Straub menekankan bahwa kemudahan dalam memahami fitur dasar aplikasi merupakan faktor kritis dalam adopsi dan penggunaan berkelanjutan teknologi informasi (Gefen et al., 2003; Liesa-Orús et al., 2023).

Kaitannya dengan aplikasi Bank Jago, fitur yang relevan dengan item "setiap fitur dan layanan perbankan dalam aplikasi Bank Jago mudah dipahami" termasuk desain antarmuka yang intuitif dan deskriptif, serta navigasi yang sederhana. Fitur seperti panduan onboarding interaktif dan struktur menu yang logis mendukung persepsi ini. Untuk item "panduan penggunaan dalam berbagai format memudahkan pengguna lebih paham", fitur yang relevan mencakup tutorial video, artikel bantuan dalam aplikasi, dan dukungan chat langsung. Ini memberikan sumber daya tambahan bagi pengguna yang membutuhkan bantuan lebih lanjut. Sebagai contoh, penelitian oleh Roca et al. (2006) menunjukkan bahwa dukungan aplikasi dengan konten yang jelas dan mudah diakses - dalam bentuk panduan video atau artikel - memberi keuntungan pada persepsi kemudahan penggunaan aplikasi (Roca et al., 2006).

Sedangkan untuk item "tampilan feedback visual yang jelas untuk tindakan pengguna memudahkan tanda kesuksesan tindakan", fitur yang relevan mencakup notifikasi instan, konfirmasi visual setelah transaksi berhasil, dan indikator status proses yang jelas serta panduan interaktif dan video tutorial yang mudah diakses oleh pengguna. Meskipun penting, feedback visual ini tampaknya kurang dominan dalam membentuk persepsi kemudahan penggunaan dibandingkan dengan kemudahan memahami fitur utama. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa pengguna lebih menghargai dan merasa terbantu oleh kemudahan dalam memahami fitur dan layanan utama aplikasi dibandingkan dengan panduan

tambahan atau feedback visual. Ini menekankan pentingnya desain antarmuka yang intuitif dan fungsional sebagai prioritas utama dalam pengembangan aplikasi perbankan.

Kemudian, indikator berikutnya adalah *Flexible* yang memiliki nilai rata-rata yang termasuk dalam kategori tinggi, yakni 4,08 dari 3 item atau alat ukurnya. Ketiga item tersebut, yakni item “Seluruh fitur dan layanan perbankan Aplikasi Bank Jago dapat diakses kapan saja” (PEOU8) dengan rata-rata sebesar 4.39, kemudian disusul oleh item “Variasi Bank Jago atau Bank Jago Syariah memberikan kebebasan memilih” (PEOU7) dengan nilai rata-rata sebesar 3.93, dan serta diakhiri oleh item “Call Center dan Customer Service 24 Bank Jago menerima pertanyaan, konsultasi, dan pengaduan dimana saja” (PEOU9) dengan nilai rata-rata 3.91. Hal ini menunjukkan, bahwa fleksibilitas dalam ranah waktu merupakan salah satu yang paling dirasakan efektif atau berpengaruh oleh pengguna terbukti dari nilainya rata-rata yang paling tinggi. Kemudian, disusul dengan fleksibilitas pengguna untuk dapat memiliki kebebasan memilih variasi Bank Jago atau Bank Jago Syariah sesuai dengan kepribadian atau tujuannya dan terakhir berupa fleksibilitas tempat atau keberadaan saat hendak melontarkan pertanyaan, melakukan konsultasi, maupun mengajukan pengaduan terkait aplikasi Bank Jago.

Item "Seluruh fitur dan layanan perbankan Aplikasi Bank Jago dapat diakses kapan saja" (PEOU8) lebih berpengaruh dibandingkan dengan item "Variasi Bank Jago atau Bank Jago Syariah memberikan kebebasan memilih" (PEOU7) karena aksesibilitas waktu memberikan pengguna kemampuan untuk mengelola keuangan mereka dengan fleksibilitas maksimal. Kemampuan untuk mengakses layanan kapan saja sangat penting dalam dunia digital yang selalu aktif, di mana kebutuhan untuk melakukan transaksi atau mengelola akun dapat muncul kapan saja tanpa terikat oleh jam operasional tradisional. Jurnal oleh Davis (1989) dalam *MIS Quarterly* menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, yang mencakup fleksibilitas akses, sangat krusial dalam penerimaan teknologi (Davis, 1989). Ini diperkuat oleh Venkatesh dan Davis (2000) yang menemukan bahwa aksesibilitas waktu sangat meningkatkan kepuasan pengguna karena mengurangi hambatan temporal (Venkatesh & Davis, 2000)

Di sisi lain, item "Variasi Bank Jago atau Bank Jago Syariah memberikan kebebasan memilih" (PEOU7) memang penting karena memberikan pengguna opsi untuk memilih layanan yang sesuai dengan preferensi dan nilai pribadi mereka, namun tidak seberpengaruh fleksibilitas waktu karena pilihan layanan tidak selalu digunakan secara terus-menerus. Sementara itu, item "Call Center dan Customer Service 24 Bank Jago menerima pertanyaan, konsultasi, dan pengaduan dimana saja" (PEOU9) meskipun penting untuk dukungan

pengguna, dianggap paling kurang berpengaruh dibandingkan dua item lainnya. Ini karena pengguna mungkin tidak membutuhkan layanan pelanggan sesering mereka memerlukan akses langsung ke fitur dan layanan perbankan. Menurut Parasuraman, dalam *Journal of Marketing* menekankan pentingnya responsivitas layanan pelanggan (Parasuraman et al., 1985). Akan tetapi, Zeithaml menunjukkan bahwa meskipun kritis, aspek ini tidak sepenting aksesibilitas langsung dan kebebasan memilih dalam mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan teknologi (Zeithaml et al., 1996).

Hal ini berarti fitur layanan perbankan 24/7, termasuk transfer dana, pembayaran tagihan, dan pengelolaan akun, yang sangat dihargai oleh pengguna karena memberikan fleksibilitas maksimal dalam mengatur keuangan mereka kapan saja. Dibandingkan dengan fleksibilitas fitur memiliki Penggunaan Bank Jago konvensional ataupun syariah, karena pada dasarnya pilihan ini hanya akan muncul saat awal pengguna hendak memasuki atau *log in* ke dalam aplikasi Bank Jago, setelah menghapus unduhan atau *log out* sehingga tidak terlalu sering ditemui. Selain itu, fitur layanan pelanggan 24/7, meskipun penting untuk dukungan pengguna, dianggap kurang berpengaruh karena pengguna tidak selalu mendapatkan permasalahan dan membutuhkan bantuan pelanggan secara langsung.

Serta yang terakhir adalah indikator *Easy to Become Skillful* dengan nilai rata-rata sebesar 4,03. Nilai tersebut termasuk dalam kategori tinggi. Terdapat 2 item atau alat ukur yang menjabarkan indikator ini menjadi lebih mendetail, yakni “Pengaturan dalam Aplikasi Bank Jago dapat dikuasai sesuai keinginan pengguna” (PEOU11) dengan nilai rata-rata 4.15, yang kemudian diikuti oleh item “Beragam versi Aplikasi Bank Jago meningkatkan kemahiran penggunaan dalam berbagai perangkat” (PEOU10) dengan nilai rata-rata 3.91. Hal ini menunjukkan, bahwa pengguna merasa pengaturan dalam aplikasi Bank Jago cukup mudah untuk dikuasai, memberikan mereka kemampuan untuk menyesuaikan aplikasi sesuai kebutuhan dan preferensi mereka. Sedangkan, ketersediaan berbagai versi aplikasi yang kompatibel dengan berbagai perangkat ini masih jauh dari kata berpengaruh karena pada dasarnya hanya dapat diakses pada *smartphone*, meskipun dengan berbagai versi di IOS maupun Android.

Hal ini menunjukkan bahwa pengguna merasa bahwa kemudahan dalam menyesuaikan pengaturan aplikasi sesuai kebutuhan dan preferensi mereka sangat penting. Pengaturan yang intuitif dan mudah dipahami meningkatkan rasa kontrol dan kepuasan pengguna, sehingga mereka merasa aplikasi lebih bermanfaat dan relevan bagi mereka. Sebaliknya, meskipun ketersediaan berbagai versi aplikasi yang kompatibel dengan berbagai perangkat penting, pengaruhnya lebih rendah karena aplikasi ini terutama diakses melalui *smartphone*, baik di

IOS maupun Android. Pengguna lebih menghargai kemampuan untuk menyesuaikan aplikasi sesuai kebutuhan mereka dibandingkan kompatibilitas lintas perangkat yang mungkin jarang mereka gunakan. Jurnal oleh Venkatesh dalam *MIS Quarterly* mendukung pentingnya kemudahan penyesuaian dan persepsi kegunaan dalam adopsi teknologi (Venkatesh et al., 2003).

Sebagai contoh, fitur dalam aplikasi Bank Jago yang memungkinkan pengguna untuk menyesuaikan tata letak dashboard, mengatur notifikasi, dan mengelola preferensi keuangan mereka memberikan mereka kemampuan untuk mengatur aplikasi agar sesuai dengan gaya hidup dan kebutuhan spesifik mereka. Sebaliknya, meskipun kompatibilitas aplikasi dengan berbagai perangkat penting, hal ini kurang berpengaruh karena pengguna lebih sering mengakses aplikasi melalui satu perangkat yang sama.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Dapat disimpulkan, bahwa penelitian ini berhasil menghitung nilai rata-rata setiap indikator beserta item pernyataannya yang berjumlah total 13. Indikator "*Controllable*" memiliki nilai tertinggi di antara indikator persepsi kemudahan (*perceived ease of use*). Indikator ini diwakili oleh item "Beragam fitur dalam Aplikasi Bank Jago dapat dikendalikan sesuai dengan keinginan pengguna" (PEOU3), yang menunjukkan bahwa kontrol terhadap fitur aplikasi adalah faktor penting bagi pengguna. Sejalan dengan nilai yang berusaha ditonjolkan oleh Aplikasi Bank Jago, yakni dapat mengatur preferensi sesuai keinginan untuk bertransaksi dengan nyaman, salah satunya fitur dapat mengontrol kartu debit dari aplikasi (mengunci, menghapus, dan mengganti kartu). Selain itu, fakta yang dipaparkan dalam buku *Gen Z Marketing; Menggali Potensi dan Memahami Karakteristik Gen Z dalam Menerapkan Pemasaran Digital* bahwa, salah satu cara interaksi yang dipilih oleh generasi Z dalam penggunaan produk digital, salah satunya aplikasi dan media sosial adalah dengan personalisasi.

Selain indikator *Controllable* dengan nilai rata-rata tertinggi, indikator *Easy to Become Skillfull* menempati urutan terakhir dengan nilai rata-rata terendah. Terdapat 2 item dalam indikator ini yang telah dihitung nilai rata-ratanya. Item PEOU11 pengaturan dalam Aplikasi Bank Jago dapat dikuasai sesuai keinginan pengguna nilai rata-ratanya lebih besar dari PEOU10 keberagaman versi/ perangkat dimana dapat mengakses Aplikasi Bank Jago. Hal ini disebabkan karena pengguna merasa pengaturan dalam aplikasi Bank Jago cukup mudah untuk dikuasai, memberikan mereka kemampuan untuk menyesuaikan aplikasi sesuai kebutuhan dan preferensi mereka. Sedangkan, ketersediaan berbagai versi aplikasi yang

kompatibel dengan berbagai perangkat ini masih jauh dari kata berpengaruh karena pada dasarnya hanya dapat diakses pada *smartphone*, meskipun tersedua berbagai versi di IOS maupun Android. Pengguna lebih menghargai kemampuan untuk menyesuaikan aplikasi sesuai kebutuhan mereka dibandingkan kompatibilitas lintas perangkat yang mungkin jarang mereka gunakan.

Peneliti mendatang didorong untuk melakukan kajian kualitatif, seperti wawancara mendalam atau studi kasus, untuk menguak kompleksitas interaksi pengguna dengan perbankan digital secara lebih mendalam. Pendekatan ini memungkinkan eksplorasi nuansa dan detail yang tidak terungkap dalam penelitian kuantitatif atau survei, sehingga memperkaya pemahaman tentang perilaku pengguna

#### DAFTAR REFERENSI

- Bank Jago. (2021). Annual Report Bank Jago 2021.
- Buletin Riset Kebijakan Perbankan, 3 101. (2022).
- Chuttur, M. (2009). Overview of the Technology Acceptance Model: Origins, Developments and Future Directions. *Sprouts*, 9–10. [http://aisel.aisnet.org/sprouts\\_all](http://aisel.aisnet.org/sprouts_all)
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Gupta, R., & Varma, S. (2019). A structural equation model to assess behavioural intention to use biometric enabled e-banking services in India. *Int. J. Business Information Systems*, 31(4).
- Izogo, E. E., Chinedu Nnaemeka-Phd, O. C., Onuoha, O. A., & Sylva Ezema-Db, K. S. (2012). Impact of Demographic Variables on Consumers' Adoption of E-banking in Nigeria: An Empirical Investigation. *European Journal of Business and Management*, 4(17), 27–33. <https://www.researchgate.net/publication/283504884>
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan* (1st ed.). C. V ANDI OFFSET (Penerbit ANDI).
- Köse, T., & Gülerüyz, E. (2020). Determinants of Internet Banking Adoption in Turkey. *Journal of Yasar University*, 15, 167–176. <https://www.researchgate.net/publication/341434462>
- Liesa-Orús, M., Latorre-Coscolluela, C., Sierra-Sánchez, V., & Vázquez-Toledo, S. (2023). Links between ease of use, perceived usefulness and attitudes towards technology in older people in university: A structural equation modelling approach. *Education and Information Technologies*, 28(3), 2419–2436. <https://doi.org/10.1007/s10639-022-11292-1>
- Napitupulu, D. (2017). Kajian Penerimaan e-Learning dengan Pendekatan TAM. *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu*, 41–47. <https://www.researchgate.net/publication/318862539>



# Persepsi Kemudahan Aplikasi Bank Jago (Studi Deskriptif pada Pemberi Komentar Instagram @jadijago Kurun Waktu November 2023 – Januari 2024)

## ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1 repository.ub.ac.id 2%  
Internet Source

2 www.ojk.go.id 1%  
Internet Source

3 e-journal.nalanda.ac.id 1%  
Internet Source

4 dspace.uii.ac.id 1%  
Internet Source

5 eprints.iain-surakarta.ac.id 1%  
Internet Source

6 adoc.pub 1%  
Internet Source

7 Submitted to Universitas Sebelas Maret 1%  
Student Paper

8 www.scribd.com 1%  
Internet Source

repository.its.ac.id

9	Internet Source	1 %
10	<a href="https://repository.stei.ac.id">repository.stei.ac.id</a> Internet Source	<1 %
11	<a href="https://jurnal.stie-aas.ac.id">jurnal.stie-aas.ac.id</a> Internet Source	<1 %
12	<a href="https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id">jurnalmahasiswa.unesa.ac.id</a> Internet Source	<1 %
13	Nur Fitriyani, Fatmayanti Fatmayanti. "Pengaruh Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di PT Bank BSI KCP Nagan Raya 2", Journal of Economics, Bussiness and Management Issues, 2023 Publication	<1 %
14	Submitted to Universitas Kristen Satya Wacana Student Paper	<1 %
15	<a href="https://journal.uc.ac.id">journal.uc.ac.id</a> Internet Source	<1 %
16	Submitted to Submitted on 1692601482233 Student Paper	<1 %
17	<a href="https://repository.petra.ac.id">repository.petra.ac.id</a> Internet Source	<1 %
18	<a href="https://bikdw.ukdw.ac.id">bikdw.ukdw.ac.id</a> Internet Source	

<1 %

19

[repository.usu.ac.id](https://repository.usu.ac.id)

Internet Source

<1 %

20

[123dok.com](https://123dok.com)

Internet Source

<1 %

21

Dede Mahmudah. "Persepsi Aparat Pemerintah Kota Jambi terhadap Kegunaan dan Kemudahan Penggunaan Media Pengaduan Berbasis Aplikasi", Jurnal Studi Komunikasi dan Media, 2018

Publication

<1 %

22

Nurma Murti Hapsari, R. Rizky S Prawiradilaga, Muhardi Muhardi. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, dan Kualitas Informasi terhadap Minat Masyarakat Kota Bogor dalam Penggunaan Layanan Telemedicine (Studi Pada Pengguna Aplikasi Halodoc, Alodokter, Yesdok)", Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM, 2023

Publication

<1 %

23

[journal.appihi.or.id](https://journal.appihi.or.id)

Internet Source

<1 %

24

[repository.unej.ac.id](https://repository.unej.ac.id)

Internet Source

<1 %

25	<a href="https://repository.unhas.ac.id">repository.unhas.ac.id</a> Internet Source	<1 %
26	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	<1 %
27	<a href="https://journal.widyakarya.ac.id">journal.widyakarya.ac.id</a> Internet Source	<1 %
28	<a href="https://zombiedoc.com">zombiedoc.com</a> Internet Source	<1 %
29	Submitted to Universitas Brawijaya Student Paper	<1 %
30	<a href="https://oaji.net">oaji.net</a> Internet Source	<1 %
31	<a href="https://repository.unika.ac.id">repository.unika.ac.id</a> Internet Source	<1 %
32	Iskandar Sam, Maulidia Imastary T. "ANALISIS PELAKSANAAN GOOD UNIVERSITY GOVERNANCE, SISTEM PENGENDALIAN INTERN DAN HUBUNGANNYA DENGAN KUALITAS LAYANAN DI UNIVERSITAS JAMBI", Jambi Accounting Review (JAR), 2022 Publication	<1 %
33	<a href="https://journal.admi.or.id">journal.admi.or.id</a> Internet Source	<1 %
34	<a href="https://www.lantaibursa.id">www.lantaibursa.id</a> Internet Source	<1 %

35	<a href="http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id">ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id</a> Internet Source	<1 %
36	<a href="http://ejournal.ummuba.ac.id">ejournal.ummuba.ac.id</a> Internet Source	<1 %
37	<a href="http://ijrpr.com">ijrpr.com</a> Internet Source	<1 %
38	Submitted to UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Student Paper	<1 %
39	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1 %
40	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	<1 %
41	<a href="http://perpusnwu.web.id">perpusnwu.web.id</a> Internet Source	<1 %
42	<a href="http://repository.radenintan.ac.id">repository.radenintan.ac.id</a> Internet Source	<1 %
43	<a href="http://repository.stiedewantara.ac.id">repository.stiedewantara.ac.id</a> Internet Source	<1 %
44	Anwar, Ahmad Luthfi Mubarokul. "Peningkatan Islamic Branding dan Brand Image Terhadap Consumer Decision Dengan Mediasi Brand Trust pada Air Mineral dalam	<1 %

# Kemasan Merek Kh-Q", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2023

Publication

---

45	<a href="https://repository.trisakti.ac.id">repository.trisakti.ac.id</a> Internet Source	<1 %
46	<a href="http://www.neliti.com">www.neliti.com</a> Internet Source	<1 %
47	<a href="http://ejournal-s1.undip.ac.id">ejournal-s1.undip.ac.id</a> Internet Source	<1 %
48	<a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source	<1 %
49	<a href="http://pt.scribd.com">pt.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
50	<a href="http://research.ou.nl">research.ou.nl</a> Internet Source	<1 %
51	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Internet Source	<1 %
52	<a href="http://fdocumenti.com">fdocumenti.com</a> Internet Source	<1 %
53	<a href="http://id.scribd.com">id.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
54	<a href="http://j-innovative.org">j-innovative.org</a> Internet Source	<1 %
55	<a href="https://repository.fe.unj.ac.id">repository.fe.unj.ac.id</a> Internet Source	<1 %

---

56	<a href="http://repository.metrouniv.ac.id">repository.metrouniv.ac.id</a> Internet Source	<1 %
57	<a href="http://www.openarchives.org">www.openarchives.org</a> Internet Source	<1 %
58	<a href="http://www.tempointeractive.com">www.tempointeractive.com</a> Internet Source	<1 %
59	<a href="http://www.wi-inf.uni-due.de">www.wi-inf.uni-due.de</a> Internet Source	<1 %
60	Sukasna Sukasna, Kusrini Kusrini, Sudarmawan Sudarmawan. "EVALUASI PENERIMAAN PENGGUNA COMPUTER BASED TEST DENGAN PENDEKATAN TAM DI KULON PROGO", Respati, 2017 Publication	<1 %
61	<a href="http://dora.dmu.ac.uk">dora.dmu.ac.uk</a> Internet Source	<1 %
62	<a href="http://jurnal.stiemuarateweh.ac.id">jurnal.stiemuarateweh.ac.id</a> Internet Source	<1 %
63	<a href="http://ojs.unud.ac.id">ojs.unud.ac.id</a> Internet Source	<1 %
64	<a href="http://repository.ubharajaya.ac.id">repository.ubharajaya.ac.id</a> Internet Source	<1 %
65	<a href="http://sci-conf.com.ua">sci-conf.com.ua</a> Internet Source	<1 %

---

66

[usowc.org](https://www.usowc.org)

Internet Source

&lt;1 %

67

Submitted to University of Malaya

Student Paper

&lt;1 %

68

[konsultasiskripsi.com](https://www.konsultasiskripsi.com)

Internet Source

&lt;1 %

69

[repositori.uin-alauddin.ac.id](https://www.repositori.uin-alauddin.ac.id)

Internet Source

&lt;1 %

70

Endarti Puriyanti. "PENGARUH KONSEP DIRI TERHADAP PRESTASI BELAJAR MATA PELAJARAN PKn SISWA KELAS IV DAN V SD SD NEGERI PANDEYANYOGYAKARTA TAHUN PELAJARAN 2014/2015", Academy of Education Journal, 2014

Publication

&lt;1 %

71

Findy Meileny, Tri Indra Wijaksana. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia", Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis, 2020

Publication

&lt;1 %

Exclude quotes  OnExclude matches  OffExclude bibliography  On



# Persepsi Kemudahan Aplikasi Bank Jago (Studi Deskriptif pada Pemberi Komentar Instagram @jadijago Kurun Waktu November 2023 – Januari 2024)

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

**/0**

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16

PAGE 17

PAGE 18

PAGE 19

PAGE 20

---

PAGE 21

---

PAGE 22

---

PAGE 23

---