

Analisis perilaku konsumen dalam penggunaan aplikasi pembayaran bergerak = Consumer behavior analysis in using mobile payment application

Radhi Aditya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20494254&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini menganalisis hubungan persepsi dan preferensi pada kepuasan dan tingkat penggunaan sistem pembayaran digital dan perbandingan pengaruh antara kelompok jenis kelamin dan kelompok umur. Di bagian akhir, juga dianalisis pengaruh tingkat penggunaan dengan kebiasaan menggunakan sistem pembayaran digital. Dimensi persepsi meliputi kemudahan penggunaan, kegunaan, kepercayaan, hedonisme, sosial, self-efficacy, sikap, dan keamanan. Untuk variabel preferensi, faktor yang dipelajari adalah jenis transaksi yang dilakukan pada sistem pembayaran digital. Untuk variabel kepuasan, faktor yang dipelajari adalah tingkat kepuasan pengguna dalam sistem pembayaran digital. Untuk dimensi tingkat penggunaan, item adalah intensitas pengguna dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital. Data yang dikumpulkan dari responden dianalisis menggunakan uji regresi linier. Dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara persepsi terhadap kepuasan, kepuasan terhadap preferensi, persepsi terhadap preferensi. Hubungan persepsi, kepuasan, dan preferensi terhadap tingkat penggunaan aplikasi sebagian didukung, dan hubungan tingkat penggunaan dan kebiasaan dalam menggunakan aplikasi juga didukung.

<hr>

This study analyzes the relationship of perception and preferences on satisfaction and the usage rate of the digital payment system and the comparison of test differences between gender and age groups. To conclude the research, we also analyze the relationship of usage rate to habit of using the digital payment system. The perception dimensions include ease of use, usefulness, trust, hedonism, social, self-efficacy, attitude, and security. For the preference variable, factors that were studied are the types of transactions carried out on the digital payment system. For the satisfaction variable, factors that were studied are the level of user satisfaction in the digital payment system. For the dimensions of the usage rate, the items are the user intensity in using the digital payment applications. The data collected from the respondents were analyzed using linear regression test. From the research, we can conclude that there is a relationship between perception to satisfaction, satisfaction to preference, perception to preference. The relationship of perception, satisfaction, and preference to application usage rate is partially supported, and the relationship of usage rate and habit in using the applications is also supported.