

ABSTRAK

Sofhie Herista Charliana (1219240218) : “Pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* Terhadap *Continuance Intention* (Penelitian Pada Generasi Z dan Milenial Pengguna Aplikasi Dana Di Kecamatan Cibiru Kota Bandung)”.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena meningkatnya penggunaan transaksi tanpa uang tunai (*cashless*) yang disebabkan oleh pandemi covid-19 disertai dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini. Hal tersebut membuka peluang bagi perusahaan *start-up* untuk membuat inovasi produk berupa *digital payment*, salah satunya aplikasi *e-wallet* Dana. Namun, dalam perkembangannya masih terdapat keluhan dari pengguna mengenai kesulitan penggunaan dan kurangnya manfaat yang dirasakan saat menggunakan aplikasi, sehingga mengakibatkan pada belum konsistennya niat keberlanjutan pengguna dalam menggunakan aplikasi Dana.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan dari *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* pada generasi z dan milenial pengguna aplikasi Dana di Kecamatan Cibiru Kota Bandung.

Untuk menjawab pertanyaan penelitian di atas, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan jenis teknik *purposive sampling*. Penentuan jumlah sampel menggunakan teori Lemeshow dengan hasil 97 sampel. Kemudian, data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji korelasi, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji parsial, uji simultan, dan uji koefisien determinasi menggunakan program SPSS versi 29.

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*, *perceived usefulness* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*. Adapun, secara simultan diketahui bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *continuance intention*. Nilai *R Square* sebesar 60,1% dan sisanya 39,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci: *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Continuance Intention*