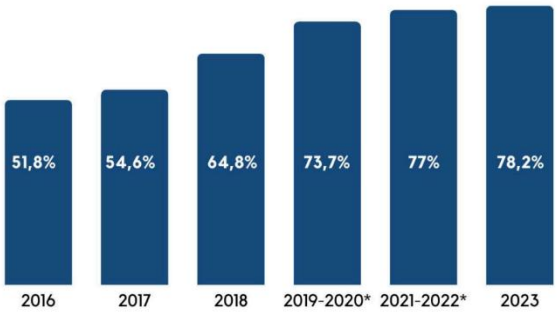
BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini, masyarakat hidup dalam era revolusi industri 4.0, di mana teknologi otomasi dan teknologi siber bersatu untuk menciptakan inovasi. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah membawa berbagai kemudahan bagi kehidupan manusia. Kehadiran teknologi digital secara signifikan telah mengubah cara manusia dalam menjalani kehidupan, gaya hidup, dan cara masyarakat mengakses pengetahuan, semuanya menjadi lebih terhubung dengan *gadget* dan internet.

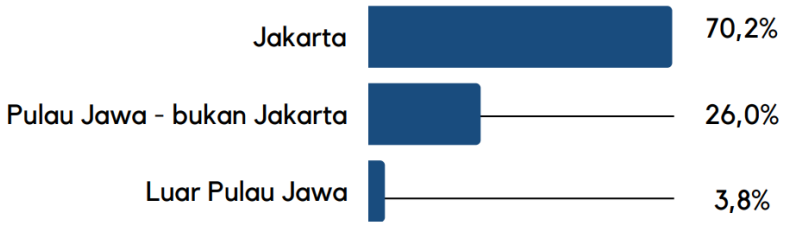


Gambar 1.1 Perkembangan Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia (2016-2023)

Sumber: APJII 2016-2023 (dalam *Annual Members Survey* 2023)

Menurut survei yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), bahwa pada tahun 2023, jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 221.563.479 jiwa, dari total populasi sebanyak 278.696.200 jiwa. Tingkat penetrasi internet di Indonesia tahun 2023 tercatat sebesar 78,2%, meningkat sebesar 1,4% dibandingkan periode sebelumnya (APJII dalam *Annual Members Survey*, 2023).

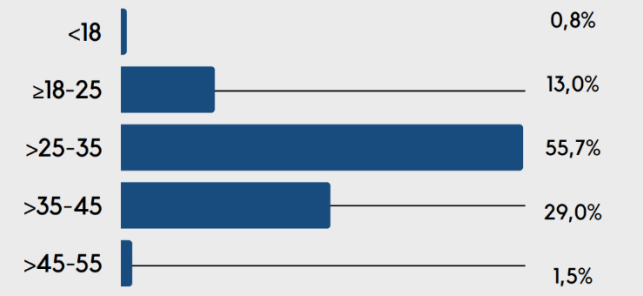
Pesatnya perkembangan teknologi, ditambah dengan tingginya penetrasi internet di Indonesia, membuka peluang besar bagi *startup* di sektor teknologi untuk meraih posisi terdepan di pasar. Banyak *startup* (perusahaan rintisan) bermunculan dengan menghadirkan produk *financial technology* (*fintech*) sebagai solusi pada sistem pembayaran baru yang dirancang untuk memudahkan pengguna, terutama bagi mereka yang terhubung dengan internet. *Fintech* berupaya menarik pelanggan dengan menawarkan produk dan layanan yang lebih ramah pengguna, efisien, transparan, dan otomatis dibandingkan dengan produk dan layanan konvensional (McKanzie, 2015).



Gambar 1.2 Sebaran Pangsa Pasar Pelaku *Fintech*

Sumber: *Annual Members Survey* 2024

Mayoritas perusahaan *financial technology* (*fintech*) di Indonesia masih terkonsentrasi di Pulau Jawa. Berdasarkan data *Annual Members Survey* (2024), pangsa pasar terbesar *fintech* berada di Jakarta (70,2%), diikuti oleh wilayah Pulau Jawa selain Jakarta (26%), dan wilayah di luar Pulau Jawa hanya mencakup 3,8%. Untuk memperluas penetrasi pasar, diperlukan pemahaman yang mendalam mengenai kebutuhan dan perilaku konsumen di berbagai daerah. Menyesuaikan layanan sesuai kebutuhan spesifik konsumen lokal dapat menjadi strategi yang efektif sekaligus mendukung terciptanya ekosistem inklusi keuangan yang lebih luas.



Gambar 1.3 Pengguna Utama *Fintech* Berdasarkan Usia

Sumber: *Annual Members Survey* 2024

Dari segi usia, mayoritas pengguna *fintech* berada dalam rentang 26 – 35 tahun (55,7%), diikuti oleh kelompok usia 36 – 45 tahun (29%), dan usia 18 – 25 tahun (13%). Rentang usia ini umumnya mencakup generasi muda yang sudah terbiasa dengan teknologi serta membutuhkan solusi finansial yang cepat dan praktis. *Fintech* menjadi inovasi yang penting untuk melayani generasi muda yang mahir teknologi (*tech-savvy*) dan memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan serta adopsi *fintech* di masa depan.

Gambar 1.4 Perkembangan Jumlah Perusahaan *Fintech* di Indonesia (2017-2021)

Sumber: United Overseas Bank (UOB), PwC, Singapore Fintech Association

Perusahaan *fintech* di Indonesia menunjukkan pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh meningkatnya penggunaan internet dan percepatan digitalisasi akibat pandemi covid-19. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh United Overseas Bank (UOB), PwC, dan Singapore Fintech

Association (SFA) pada September 2021, jumlah perusahaan *fintech* di Indonesia terus meningkat setiap tahun. Pada 2017, terdapat 440 perusahaan *fintech*, dan angka ini naik signifikan sebesar 78,41%, mencapai 785 perusahaan pada September 2021. Data ini menempatkan Indonesia sebagai negara dengan jumlah perusahaan *fintech* terbanyak kedua di Asia Tenggara, setelah Singapura.

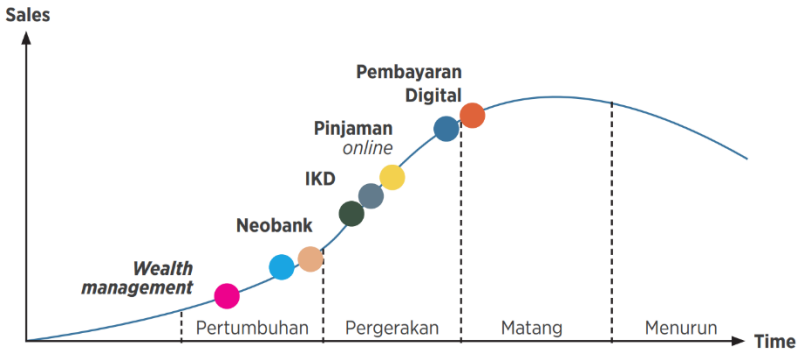
Hal ini terjadi karena pada masa pandemi covid-19, masyarakat tidak diizinkan untuk beraktivitas seperti biasanya dikarenakan kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), yang mana hal ini memaksa masyarakat untuk membatasi interaksi fisik, termasuk dalam aktivitas transaksi keuangan. Sehingga, perusahaan *fintech* dapat menjadi solusi yang aman dan efisien melalui beberapa jenis produknya seperti dompet digital, *mobile banking,* dan lainnya. Perubahan tersebut membentuk kebiasaan baru yaitu *cashless society* yang merupakan suatu perubahan transaksi yang semula menggunakan pembayaran tunai dan kini dilakukan secara non-tunai (Ayu, Aprianti, & Foster, 2024).

Gambar 1.5 Transaksi *Fintech* Indonesia

Sumber: Databoks (2021)

Bank Indonesia mencatat bahwa transaksi digital di Indonesia tumbuh pesat, meningkat sebesar 59% dari Desember 2020 hingga Desember 2021. Pertumbuhan ini sebagian besar didorong oleh peran aktif perusahaan *fintech* non-bank dalam mendukung terwujudnya masyarakat yang beralih ke transaksi tanpa uang tunai

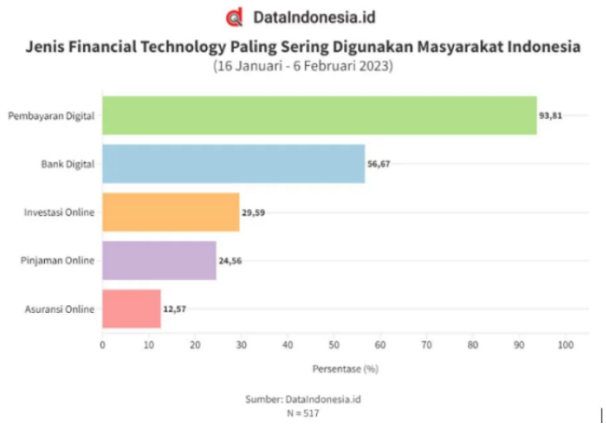
atau *cashless society*. Dengan populasi yang besar dan banyaknya masyarakat yang belum terjangkau oleh layanan keuangan formal, kondisi ini menciptakan peluang besar bagi *startup fintech* untuk berkembang di Indonesia.



Gambar 1.6 Tingkat Fase Kematangan *Fintech* Indonesia

Sumber: United Overseas Bank (UOB)

Pada tahun 2021, industri *fintech* di berbagai sektor menunjukkan tingkat kematangan yang berbeda-beda. Di antara semuanya, digital *payment* paling menonjol dan berkembang pesat daripada sektor lainnya. Hal ini didorong oleh semakin meningkatnya penggunaan transaksi tanpa uang tunai (*cashless*), serta kemitraan strategis antara perusahaan *fintech* dengan belanja daring, layanan transportasi, perbankan, dan *stakeholders* lainnya (AFTECH, 2021).

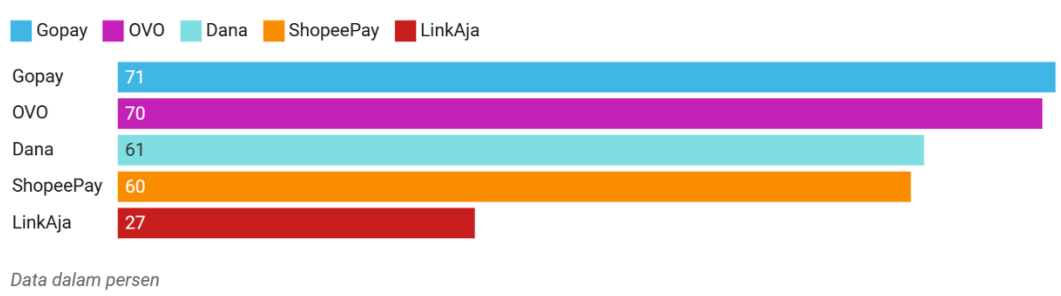


Gambar 1.7 Jenis *Fintech* Paling Sering Digunakan Masyarakat Indonesia

Sumber: DataIndonesia.id (2023)

DataIndonesia.id (2023) menyatakan bahwa layanan *fintech* dapat dikelompokkan ke dalam beberapa kategori utama, seperti pembayaran digital, perbankan digital, asuransi *online*, pinjaman *online*, dan *crowdfunding*. Berdasarkan survei konsumen *fintech* yang dilakukan secara *online* oleh DataIndonesia.id dengan 1.100 responden dari berbagai wilayah di Indonesia, hasilnya menunjukkan bahwa *digital payment* adalah layanan yang paling banyak digunakan oleh masyarakat (93,81%), diikuti oleh *digital banking* (56,67%), *online investment* (29,59%), *pay later* (24,56%), dan *online insurance* (12,57%).

Salah satu platform *digital payment* yang populer di Indonesia yaitu Dana, sebuah aplikasi dompet digital berbasis *open* platform yang diperkenalkan oleh Vincent Iswara pada 21 Maret 2018. Aplikasi ini bertujuan mendukung upaya pemerintah dalam mencapai tingkat inklusi keuangan sebesar 90%, sekaligus berkontribusi menempatkan Indonesia dalam jajaran 10 besar ekonomi terkuat di dunia pada tahun 2030. Sebagai aplikasi *e-wallet*, Dana menawarkan kemudahan transaksi di berbagai sektor bisnis yang telah menjadi mitranya.



Gambar 1.8 Survei Dompet Digital Paling Favorit di Indonesia 2024

Sumber: Databooks (2024)

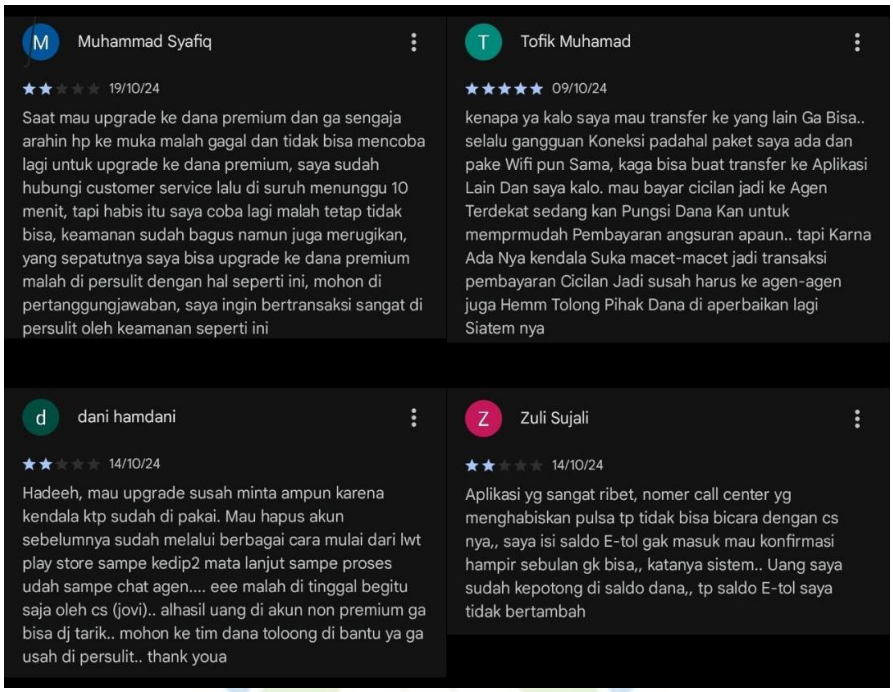
Mengutip data dari Databooks (2024), Dana menempati posisi ketiga sebagai platform dompet digital favorit di Indonesia, setelah Gopay dan OVO. Walaupun jumlah pengguna aktif bulanannya terus meningkat, Dana hanya menguasai 6% pangsa pasar pembayaran digital di Indonesia. Angka ini relatif kecil jika dibandingkan dengan dua pemain besar lainnya yang secara kolektif menguasai lebih dari 80% pasar. Situasi ini mendorong Dana untuk terus meningkatkan

kualitas layanan dan mempertahankan daya saingnya, terutama di tengah persaingan ketat dengan berbagai aplikasi pembayaran digital lainnya yang menawarkan fitur-fitur menarik.

Perceived ease of use (X1) atau kemudahan penggunaan yaitu persepsi dan perasaan pengguna yang menggambarkan sejauh mana pengguna merasa nyaman dan terbebas dari kesulitan ketika menggunakan suatu sistem informasi ataupun produk aplikasi, kepercayaan ini tumbuh dari keyakinan bahwa teknologi tersebut dapat meningkatkan produktivitas tanpa perlu usaha yang berlebihan (Davis, 1989). Faktor pertimbangan pengguna apakah akan terus menggunakan aplikasi tersebut atau meninggalkannya dan berganti pada aplikasi lainnya, dipengaruhi oleh kemudahan dalam penggunaan aplikasi khususnya bagi pemula, kemudian fitur yang disediakan apakah mudah dipelajari bagi orang awam atau tidak. Dengan demikian, semakin mudah aplikasi digunakan maka intensitas penggunaannya akan semakin sering dilakukan, begitupun sebaliknya.

Maka, penting bagi perusahaan untuk memperhatikan aspek *perceived ease of use* ini. Untuk mengetahui apakah aplikasi tersebut sudah cukup mudah digunakan atau masih sulit digunakan dapat dilihat dari ulasan di Google Play Store, berikut ditunjukkan beberapa keluhan pengguna aplikasi Dana:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG



Gambar 1.9 Keluhan Pengguna Terkait Sistem yang Rumit

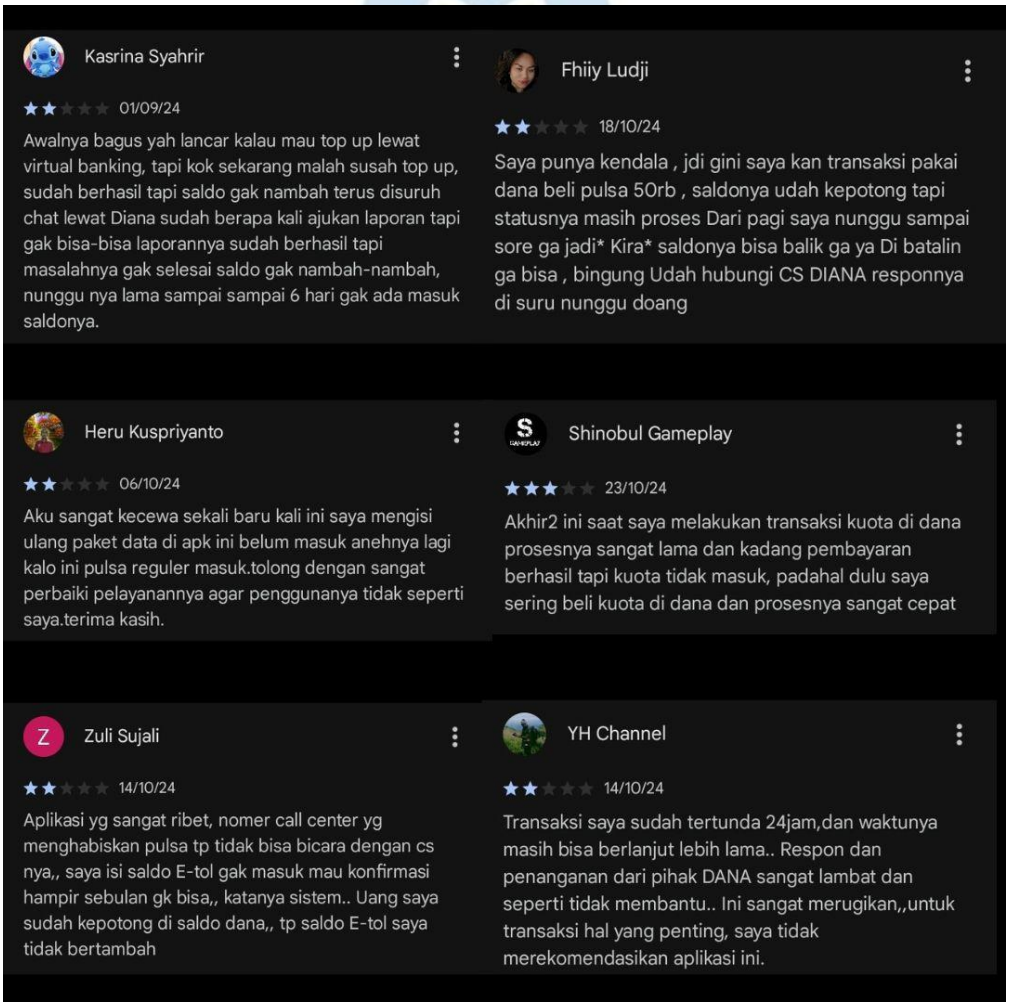
Sumber: Google Play Store (2024)

Keluhan pengguna ini diperkuat oleh Gambar 1.9, yang menampilkan ulasan para pengguna aplikasi Dana terkait berbagai gangguan akibat sistem yang dianggap rumit. Beberapa masalah yang sering dihadapi termasuk kesulitan dalam *upgrade* ke Dana Premium, hambatan saat melakukan transaksi ke aplikasi lainnya, serta proses verifikasi identitas yang dinilai terlalu rumit dan menyulitkan pengguna. Pengaduan ini jika tidak segera di atasi akan menimbulkan masalah, karena pengguna tidak bisa merasakan kemudahan dalam menggunakan aplikasi. Sehingga akan berdampak pada berkurangnya niat/keinginan untuk menggunakannya.

Perceived usefulness (X2) atau kegunaan yang dirasakan yakni sejauh mana pengguna percaya bahwa menggunakan suatu sistem informasi dapat membantu meningkatkan kinerja, serta pengguna juga memiliki pandangan terkait kebermanfaatan teknologi yang dapat mendukung efisiensi kerja, seperti meminimalisir waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan tugas (Davis, 1989).

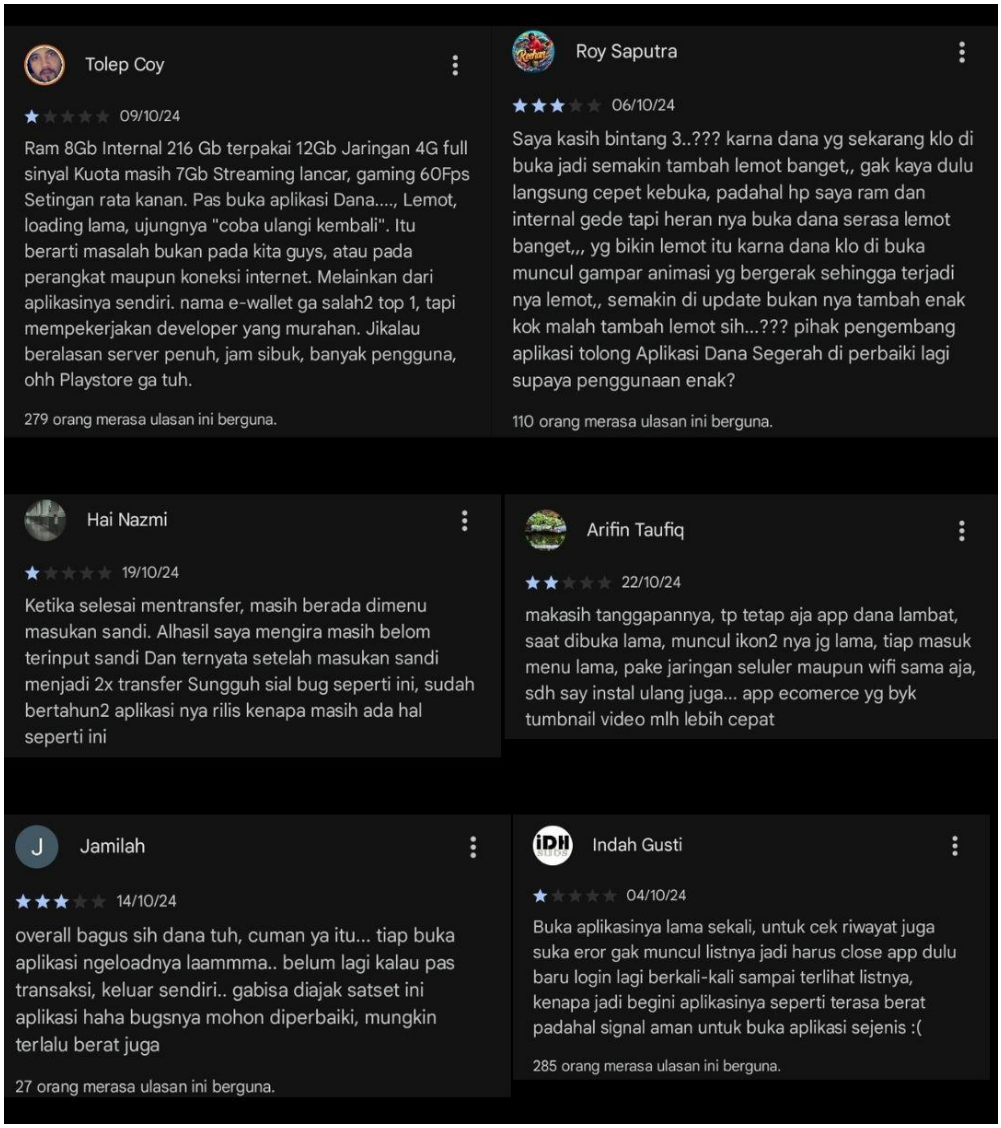
Pengguna akan meningkatkan frekuensi penggunaannya melalui berbagai pertimbangan, salah satunya jika pengguna tertarik menggunakan digital *payment* dalam bertransaksi jika aplikasi yang digunakan dapat meminimalisir waktu dibandingkan dengan pembayaran secara konvensional. Dengan demikian, ketika suatu aplikasi dianggap memberikan manfaat, maka semakin banyak yang menggunakannya, begitupun sebaliknya.

Untuk mendapatkan informasi apakah aplikasi Dana sudah memberikan manfaat bagi penggunanya, dapat diketahui melalui *review* yang tercatat pada Google Play Store, sebagai berikut:



Gambar 1.10 Keluhan Waktu Transaksi yang Lama
Sumber: Google Play Store (2024)

Berdasarkan Gambar 1.10, banyak pengguna Dana mengeluhkan durasi transaksi yang cukup lama untuk berbagai layanan, seperti transfer uang, pembelian pulsa, *top up* saldo Dana, pembelian kuota, dan lainnya. Setiap transaksi dilaporkan membutuhkan waktu mulai dari 6 jam, 24 jam, 6 hari atau bahkan 1 bulan. Durasi yang terlalu lama ini menimbulkan ketidaknyamanan dan membuat pengguna merasa dirugikan, yang pada akhirnya dapat berdampak negatif terhadap niat pengguna untuk menggunakan aplikasi Dana di masa mendatang.



Gambar 1.11 Keluhan Pengguna Terkait Sistem Tidak Stabil dan Berat
Sumber: Google Play Store (2024)

Berdasarkan Gambar 1.11, pengguna aplikasi Dana sering kali merasa terganggu dan tidak nyaman akibat sistem yang kurang stabil dan adanya *bug*. Masalah yang dihadapi meliputi waktu *loading* aplikasi yang terlalu lama, aplikasi yang tiba-tiba keluar sendiri saat digunakan, tampilan yang menjadi *blank* atau kosong, hingga kesulitan koneksi meskipun jaringan internet stabil, di mana beberapa pengguna hanya dapat terhubung melalui *wifi*. Bahkan, ada juga laporan tentang pengguna yang tidak dapat *log-in* ke aplikasi. Keadaan tersebut tentunya mengganggu kinerja pengguna, alih-alih dapat meminimalisir waktu, pengguna dihadapkan dengan kesulitan yang bisa menghambat proses transaksi secara *online*.

Berdasarkan permasalahan dan fenomena yang telah dijelaskan, keputusan untuk terus menggunakan aplikasi Dana atau meninggalkannya sangat bergantung pada pengalaman pengguna. Meskipun jumlah pengguna Dana terus meningkat, berbagai keluhan mulai bermunculan, seperti fitur yang sulit digunakan, UI/UX pada aplikasi yang terasa berat sehingga sering mengalami *bug* (*error*), lambatnya proses transaksi, hingga kendala dalam melakukan *upgrade* ke Dana premium. Untuk mempertahankan pengguna, penting bagi aplikasi Dana untuk mengoptimalkan fitur-fiturnya dengan fokus pada kemudahan penggunaan dan manfaat nyata yang dirasakan pengguna saat menggunakan aplikasi sebagai alat transaksi. Hal ini bisa memengaruhi pengguna untuk memiliki niat keberlanjutan atau penggunaan secara terus-menerus sebagai bentuk bahwa pengguna menerima sistem tersebut atau bisa disebut dengan istilah *continuance intention* (Praveena & Thomas, 2014).

Untuk mengetahui apakah *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* ini memiliki pengaruh atau tidak, maka peneliti melakukan studi kepustakaan dengan membaca referensi dari penelitian terdahulu. Ditemukan penelitian yang dilakukan oleh Sakina (2023), dalam studinya yang berjudul "Pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* Terhadap *Continuance Intention* Melalui *Satisfaction* Sebagai Variabel *Intervening* Pada

Pengguna Flip.id" dengan menggunakan data primer dari 154 responden, penelitian ini menemukan bahwa variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *continuance intention* pengguna aplikasi Flip.id di Bogor.

Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami *et al,* (2022) yang berjudul "Pengaruh *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use,* dan *Time Saving* Terhadap *Continuance Usage Intention* dengan *Attitude Towards Mobile Apps* Sebagai Variabel Mediasi Pada Aplikasi Simpool di Masa Pandemi Covid 19". Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel *perceived usefulness* tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap variabel *continuance usage intention* pada pengguna aplikasi Simpool.

Begitu juga yang terjadi pada penelitian dengan variabel *perceived ease of use*, penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani (2022) dalam studi berjudul *"Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness Terhadap Continuance Intention Pada Pengguna Aplikasi Gojek"*. Penelitian ini menemukan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* pengguna aplikasi Gojek.

Namun, hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo dan Sari (2021), yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *continuance intention*. Perbedaan hasil ini menunjukkan adanya *gap* penelitian yang menarik untuk ditelusuri lebih lanjut, terutama dengan mempertimbangkan konteks platform digital, karakteristik responden, dan pendekatan penelitian yang digunakan sebelumnya.

Atas pemaparan fenomena, masalah, dan data di atas, peneliti semakin tertarik untuk meneliti secara lebih mendalam dengan melakukan pra survei kepada 20 orang yang tergolong generasi Z dan milenial sebagai pengguna aplikasi Dana di Kecamatan Cibiru yang memang nantinya menjadi objek dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil pra survei yang telah dilakukan oleh peneliti melalui google form secara *online*, hasilnya menunjukkan bahwa pada pernyataan pertama dan kedua terkait *perceived ease of use,* 100% responden menyatakan bahwa mereka merasa mudah dalam bertransaksi menggunakan aplikasi Dana. Namun, pada pernyataan kedua, 35% responden merasa bahwa aplikasi Dana tidak ringan atau sering terjadi *bug* sistem. Hal ini juga selaras dengan *review* yang dilakukan oleh pengguna pada google playstore, menyatakan bahwa aplikasi Dana semenjak di *update* menjadi versi terbaru sering mengalami *blank* akibat aplikasi yang terlalu berat.

Survei yang disebutkan di atas juga mengungkapkan bahwa meskipun aplikasi Dana dapat menghemat waktu responden dalam melakukan transaksi pembayaran (dinyatakan oleh 100% responden), namun 30% dari total responden belum memiliki niat untuk mau menggunakan aplikasi Dana secara terus menerus di masa mendatang. Walaupun survei menunjukkan bahwa responden setuju aplikasi Dana memiliki beragam fitur yang sesuai dengan kebutuhan responden, ternyata belum bisa membuat 35% responden untuk terus menggunakan aplikasi Dana daripada aplikasi *e-wallet* lainnya.

Maka, permasalahan pokok pada penelitian ini yaitu berada pada *continuance intention* dari masyarakat generasi Z dan Milenial di Kecamatan Cibiru terhadap aplikasi Dana yang penggunaannya masih belum konsisten. Hal tersebut menunjukkan adanya ketidaksesuaian dengan asumsi dari teori TAM yang dikemukakan oleh Davis, yang mana seharusnya aspek kemudahan dan kebermanfaatan yang dirasakan memengaruhi pengguna untuk memiliki niat menggunakan secara berkelanjutan. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian kepada masyarakat generasi Z dan Milenial pengguna aplikasi Dana di Kecamatan Cibiru, Kota Bandung guna mengetahui pengaruh antara variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* pada aplikasi Dana, secara empiris dengan data yang dapat diukur.

Berdasarkan pemaparan latar belakang serta ketidakkonsistenan pada teori dan penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam dengan judul **"Pengaruh *Perceived Ease of Use* (Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan) dan *Perceived Usefulness* (Kegunaan yang Dirasakan) Terhadap *Continuance Intention* (Niat Keberlanjutan) Penelitian Pada Generasi Z dan Milenial Pengguna Aplikasi Dana di Kecamatan Cibiru Kota Bandung".**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah pada penelitian ini adalah:

1. Aplikasi Dana berhasil dalam mengakuisisi pelanggan (dilihat dari jumlah pengguna yang semakin meningkat). Namun, setelah pengguna mulai menggunakan aplikasi tersebut, berbagai keluhan mulai bermunculan (dapat dilihat melalui ulasan Google Playstore). Sehingga, aplikasi Dana perlu mengatasi masalah tersebut untuk bisa mempertahankan pelanggan. di tengah persaingan yang semakin ketat dengan aplikasi *e-wallet* lainnya yang beredar saat ini di Indonesia.
2. Adanya persaingan yang semakin ketat antara aplikasi Dana dengan aplikasi *digital payment* lainnya yang beredar saat ini. Dimana aplikasi Dana hanya menguasai sebagian kecil pangsa pasar pembayaran digital di Indonesia (Databooks, 2024).
3. Adanya *research gap* pada penelitian terdahulu dengan variabel yang sama, menjadikan pentingnya penelitian ulang.
4. Adanya perbedaan antara teori dengan praktek, hal ini dapat dilihat dari hasil pra survei yang menunjukkan bahwa pengguna masih belum memiliki niat untuk menggunakan aplikasi Dana secara terus-menerus, padahal aspek kemudahan dan kebermanfaatan sudah dirasakan.

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa batasan masalah agar penelitian lebih terarah dan fokus. Penelitian ini hanya akan membahas pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* dalam penggunaan aplikasi Dana. Faktor lain yang memengaruhi *continuance intention*, seperti *perceived security* dan *social influence*, tidak akan dibahas dalam penelitian ini. Selain itu, objek penelitian dibatasi pada pengguna aplikasi Dana saja, tanpa mencakup aplikasi dompet digital lainnya, seperti OVO, GoPay, atau ShopeePay.

Responden dalam penelitian ini adalah generasi Z dan milenial yang berdomisili di Kecamatan Cibiru, Kota Bandung, serta merupakan pengguna aktif aplikasi Dana. Pengguna dari generasi lain serta yang berada di luar wilayah tersebut tidak menjadi bagian dari penelitian ini. Dari segi pendekatan, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner, tanpa menggunakan pendekatan kualitatif. Kemudian, penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu tertentu yang telah ditetapkan, sehingga hasil penelitian hanya menggambarkan kondisi pada periode tersebut dan tidak bersifat longitudinal. Dengan adanya batasan ini, penelitian diharapkan dapat lebih fokus dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang terdapat pada latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *perceived ease of use* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* pada generasi Z dan milenial pengguna aplikasi Dana di Kecamatan Cibiru Kota Bandung?
2. Apakah *perceived usefulness* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* pada generasi Z dan milenial pengguna aplikasi Dana di Kecamatan Cibiru Kota Bandung?

3. Apakah *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* pada generasi Z dan milenial pengguna aplikasi Dana di Kecamatan Cibiru Kota Bandung?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah *perceived ease of use* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* pada generasi Z dan milenial pengguna aplikasi Dana di Kecamatan Cibiru Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui apakah *perceived usefulness* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* pada generasi Z dan milenial pengguna aplikasi Dana di Kecamatan Cibiru Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui apakah *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* pada generasi Z dan milenial pengguna aplikasi Dana di Kecamatan Cibiru Kota Bandung.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis maupun teoritis bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan wawasan dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* penggunaan aplikasi Dana, khususnya di kalangan generasi Z dan milenial di Kecamatan Cibiru, Kota Bandung. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan atau bahan referensi bagi peneliti lain yang tertarik untuk mengkaji topik serupa khususnya pada bidang pemasaran mengenai perilaku konsumen.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya pengalaman peneliti di bidang pemasaran, khususnya dalam mengaplikasikan konsep-konsep teoritis yang telah dipelajari selama perkuliahan ke situasi praktis. Selain itu, peneliti juga mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana teori dapat diterapkan dalam dunia bisnis, terutama terkait pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap niat berkelanjutan dalam penggunaan aplikasi *fintech*.

b. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan acuan penting untuk memahami perilaku konsumen dalam menggunakan aplikasi *fintech*, seperti layanan pembayaran digital (*e-wallet*). Selain itu, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai dasar untuk menyusun strategi pengembangan aplikasi yang lebih mudah digunakan dan memberikan manfaat nyata bagi pengguna. Tujuannya agar perusahaan bisa mempertahankan konsumen, yang mana akan memberikan kontribusi dalam peningkatan profitabilitas perusahaan dalam jangka panjang.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

G. Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian dibuat sebagai acuan untuk melaksanakan setiap tahap kegiatan dalam penulisan skripsi. Tujuannya untuk menjamin agar proses penelitian berlangsung secara sistematis, terorganisir, dan sesuai dengan waktu yang telah direncanakan.

No	Bulan	Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni			
	Kegiatan	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal	X	X	X																					
2	Bimbingan Proposal	X	X	X																					
3	Sidang Proposal				X																				
4	Revisi Proposal				X	X																			
5	Pengumpulan Data									X	X	X	X												
6	Analisis Data													X	X	X	X								
7	Bimbingan Skripsi									X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			
8	Penulisan Naskah Skripsi																	X	X	X	X	X			
9	Pendaftaran Munaqasyah																						X		
10	Munaqasyah																							X	

Gambar 1.12 Jadwal Penelitian
Sumber: Diolah peneliti (2025)

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Skripsi ini terdiri dari lima bab yang membahas secara sistematis mengenai penelitian yang dilakukan. Pembahasan diawali dengan **Bab I, Pendahuluan**, menjelaskan latar berlakang penelitian, mengidentifikasi masalah dan batasan masalah, merumuskan masalah penelitian, menetapkan tujuan penelitian, manfaat penelitian, jadwal penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

Selanjutnya, **Bab II, Tinjauan Pustaka**, berisi tentang teori yang relevan dengan penelitian (variabel-variabel yang diamati). Bab ini juga menguraikan kajian penelitian terdahulu yang relevan, menyusun kerangka berpikir, dan merumuskan hipotesis penelitian. Untuk menguji hipotesis tersebut, **Bab III, Metodologi Penelitian**, menjelaskan metode dan pendekatan, jenis dan sumber data penelitian, populasi dan sampel, definisi operasionalisasi variabel, waktu dan wilayah penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

Hasil penelitian kemudian dipaparkan dalam **Bab IV, Hasil Penelitian dan Pembahasan** yang mencakup gambaran umum wilayah penelitian, analisis deskriptif statistik, pengujian dan hasil analisis, serta pembahasan temuan dengan

mengacu pada teori dan penelitian sebelumnya. Terakhir, **Bab V, Penutup**, berisi kesimpulan sebagai jawaban dari rumusan masalah, memberikan saran berdasarkan pada hasil temuan, dan menjelaskan keterbatasan penelitian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG