

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mempengaruhi pengaruh persepsi keamanan, persepsi kegunaan, kualitas produk, dan harga terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi Jenius. Variabel X dalam penelitian ini adalah persepsi keamanan, persepsi kegunaan, kualitas produk, dan harga. Sedangkan variable Y adalah minat. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Surabaya yang berjumlah 2.880.284 jiwa. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* sejumlah 100 orang masyarakat Surabaya yang sedang atau pernah menggunakan aplikasi Jenius. Data yang digunakan adalah data primer. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen, uji asumsi klasik, koefisien determinasi r , uji t , dan analisis regresi linear berganda dengan alatnya SPSS versi 25 for *windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi keamanan, kualitas produk, dan harga berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi Jenius. Sedangkan persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi Jenius. Dari hasil tersebut, variabel harga merupakan yang paling berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi Jenius.

Kata Kunci : Persepsi keamanan, Persepsi Kegunaan, Kualitas Produk, Harga, Minat

ABSTRACT

This study aims to influence the influence of perceived security, perceived usefulness, product quality, and prices on customer interest in using the Jenius application. Variable X in this study is perceived security, perceived benefits, product quality, and price. While the Y variable is interest. The type of research used in this study is quantitative. The population of this study is the people of Surabaya which amounts to 2,880,284 people. The samples used in this study used purposive sampling techniques of 100 Surabaya people who were or had used the Jenius application. The data used is primary data obtained). The data analysis used in this study is instrument test, classical assumption test, coefficient of determination r, t test, and multiple linear regression analysis with the tool SPSS version 25 for windows. The results of this study show that the perception of security, product quality, and price has a positive effect on customer interest in using the Jenius application. Meanwhile, the perception of usability does not affect the customer's interest in using the Jenius application. From these results, the price variable is the most influential on customer interest in using the Jenius application.

Keywords : Perceived Security, Perceived Usefulness, Product Quality, Price, Interest