

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Peneliti menyoroti salah satu bank swasta terbesar di Indonesia, yakni Bank Central Asia (BCA). pada sektor keuangan, BCA mendukung aktivitas transaksi keuangan masyarakat, serta pada beberapa tahun silam BCA tidak hanya meningkatkan kualitas layanan perbankan konvensionalnya, namun juga memperkuat aspek digital melalui pengembangan aplikasi BCA *Mobile*. Aplikasi berikut dikembangkan guna memberikan pengalaman transaksi dengan berbagai fitur digital yang cepat, aman, serta efisien. pada BCA *Mobile*, terdapat beberapa fitur yang dirancang, seperti layanan m-BCA, KlikBCA hingga fitur QRIS, serta dilengkapi pilihan seperti Buka Rekening *Online* guna mempermudah pengguna. Seluruh fitur berikut bertujuan memberikan pengalaman perbankan yang praktis, aman, serta terintegrasi bagi pengguna.



Gambar 1.1 Pengembangan Layanan Digital Bank BCA melalui Aplikasi BCA *Mobile*
(Sumber: Laman Resmi BCA, 2022)

Dilansir melalui laman resminya, BCA sadar akan dinamika kebutuhan nasabah yang senantiasa mengalami ekspansi serta transformasi di tengah akselerasi era digital, serta mengembangkan BCA *Mobile* sebagai inovasi yang selaras guna menopang keberlanjutan layanan pada perspektif jangka panjang dalam memberikan solusi komprehensif layanan perbankan bagi nasabah serta masyarakat. Peneliti memandang

bahwasannya fenomena pengembangan aplikasi *mobile banking* berikut turut menjelaskan pentingnya penunjang akses perbankan sehari-hari secara *real time* melalui perangkat seluler, guna memberikan kenyamanan serta kebebasan pengguna dalam melakukan aktivitas keuangan. Perkembangan berikut turut menunjukkan perubahan perilaku masyarakat dalam memanfaatkan layanan perbankan digital.

m-BCA jadi *mobile banking* terfavorit di Indonesia

Merilis [Top Brand Award](#), sebuah ajang penghargaan bagi berbagai merek terbaik di Indonesia mengatakan m-BCA jadi mobile banking terfavorit dengan capaian skor indeks mencapai 47,4 poin.

Gambar 1.2 BCA Mobile sebagai *Mobile Banking* terfavorit di Indonesia

Sumber: Top Brand Index (2022)

Dalam beberapa tahun terakhir, pertumbuhan pengguna *mobile banking* di Indonesia menunjukkan pergeseran perilaku yang cukup signifikan, khususnya pada lanskap demografis Generasi Z yang dikenal lebih cepat beradaptasi dengan teknologi baru serta menjadi segmen tertinggi pada penggunaan *mobile banking*. Berlandaskan hasil survei Top Brand Index (2022), BCA Mobile tercatat sebagai aplikasi *mobile banking* terfavorit serta paling banyak dipakai masyarakat.

Jakarta, CNN Indonesia -- PT Bank Central Asia Tbk alias **BCA** membantah kabar 20 juta data **nasabah** bocor.

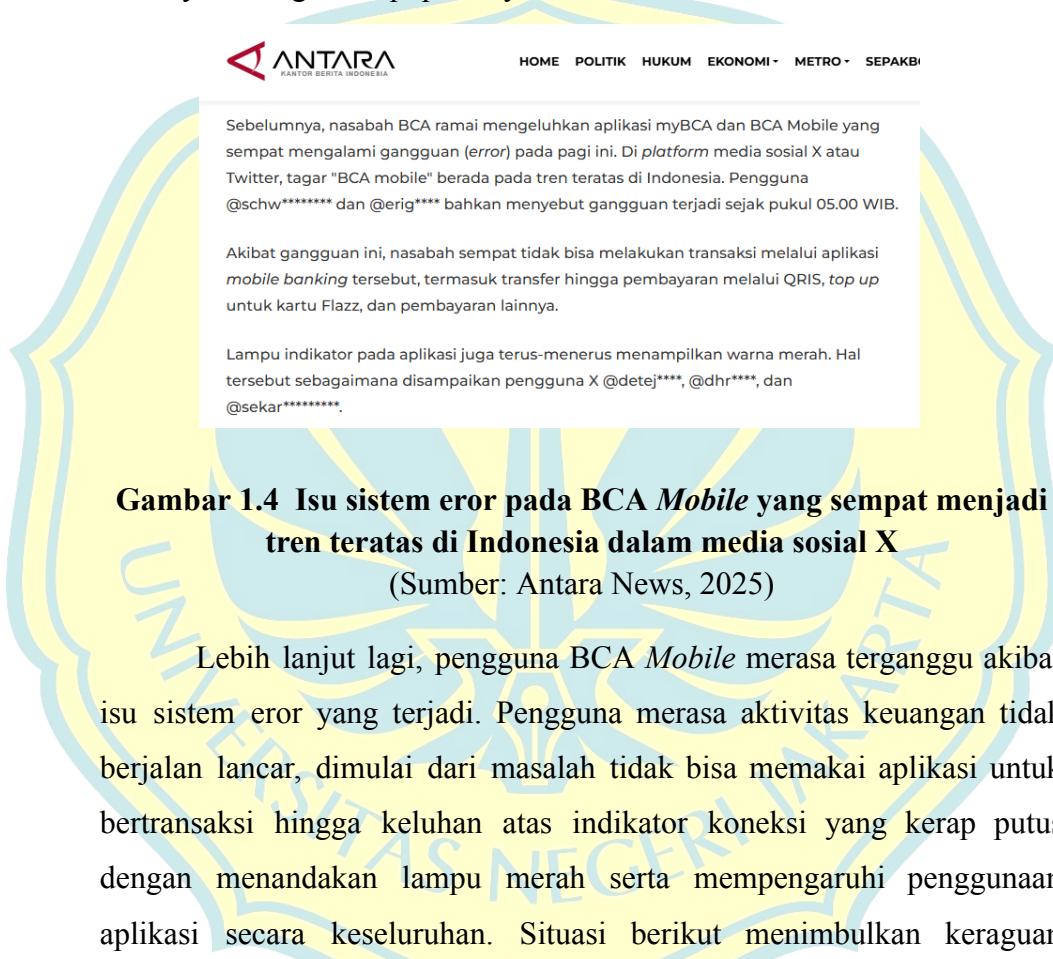
"Sehubungan dengan adanya informasi di media sosial yang menuduh terjadinya kebocoran data BCA, dapat kami sampaikan bahwa informasi tersebut TIDAK BENAR. Kami memastikan TIDAK ADA kebocoran data dari sistem BCA dan data nasabah tetap aman," kata EVP Corporate Communication & Social Responsibility BCA Hera F. Haryn dalam keterangan tertulis, Jumat (19/9).

Gambar 1.3 Isu data nasabah bocor serta bantahan pihak BCA

(Sumber: CNN Indonesia, 2025)

Selain itu, meskipun dikenal luas melalui reputasinya yang baik serta sistem keamanan yang andal, pada beberapa tahun terakhir, BCA turut diterpa oleh isu mengenai layanannya. Peristiwa yang baru terjadi

belakangan berikut yakni isu kebocoran data 20 juta nasabah di media sosial. Walaupun BCA sudah menyanggah isu tersebut serta berkomitmen guna mengedepankan keamanan data serta keandalan sistem, tidak sedikit pengguna yang masih merasa waspada akan isu serta error yang terjadi. Pada akhirnya, berikut menimbulkan penurunan kepercayaan (*trust*) pengguna terhadap layanan BCA, termasuk BCA *Mobile* sebagai salah satu layanan digital terpopulernya.



Gambar 1.4 Isu sistem eror pada BCA *Mobile* yang sempat menjadi tren teratas di Indonesia dalam media sosial X
(Sumber: Antara News, 2025)

Lebih lanjut lagi, pengguna BCA *Mobile* merasa terganggu akibat isu sistem eror yang terjadi. Pengguna merasa aktivitas keuangan tidak berjalan lancar, dimulai dari masalah tidak bisa memakai aplikasi untuk bertransaksi hingga keluhan atas indikator koneksi yang kerap putus dengan menandakan lampu merah serta mempengaruhi penggunaan aplikasi secara keseluruhan. Situasi berikut menimbulkan keraguan pengguna, khususnya terkait konsistensi keandalan sistem, sehingga pada waktu gangguan terjadi, pengguna harus memilih metode konvensional seperti ATM ataupun *teller*, bahkan terpaksa menghentikan aktivitas keuangannya.

Ini menandakan bahwasannya gangguan layanan serta keluhan massal yang terjadi memicu penurunan *perceived ease of use*, sebab individu memandang seharusnya *mobile banking* bisa mempermudah

aktivitas mereka. Namun yang terjadi, jika reliabilitas aplikasi tidak konsisten, maka akan berimbas pada penilaian mereka terhadap manfaat aplikasi yang sesungguhnya. Kondisi berikut juga menyebabkan perubahan persepsi pengguna, dimana mobile banking seharusnya bersifat meringankan aktivitas keuangan pengguna serta memberikan rasa kesenangan maksimal, justru dipersepsikan sebagai sesuatu yang melelahkan ataupun kurang menyenangkan. Pengalaman negatif yang didasarkan pada kekecewaan konsumen berikut bisa berpengaruh pada penurunan kepuasan serta kesenangan (*perceived enjoyment*) yang dirasakan pengguna saat memakai BCA *Mobile*.

Secara keseluruhan, beberapa fenomena yang dikutip melalui berita dari sejumlah sumber berikut menandakan bahwasannya meskipun mempunyai keandalan sistem serta popularitas yang baik melalui reputasi BCA, masih ada celah yang berpotensi menjadi hambatan bagi performa BCA *Mobile* yang bisa merugikan penggunanya. Peristiwa berikut menunjukkan masih ada kesenjangan antara kapasitas teknologi yang dihadirkan serta dinamika penggunaannya pada konteks nyata. Fenomena berikut mencerminkan adanya potensi penurunan penggunaan BCA *Mobile* (*behavioral intention*), terutama sebab persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Indikasi beberapa berita tersebut turut diperkuat melalui analisis ulasan pengguna di internet.



Agus Mulyadi  @AgusMagelangan

Show translation

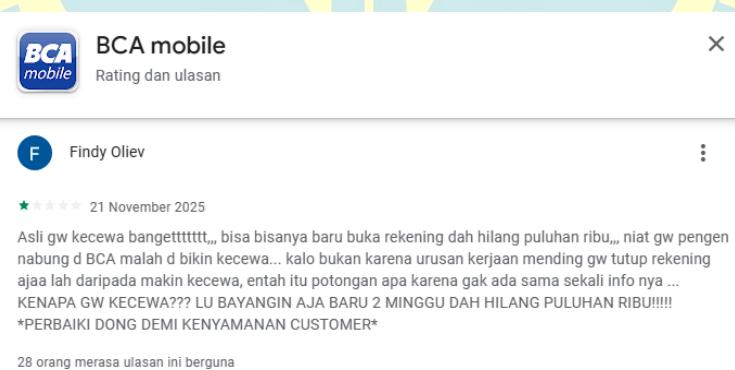
Sejauh ini sudah pernah pakai setidaknya 7 bank. Dan dari 7 itu, yang dari awal bikin sampai sekarang bener-bener nggak pernah ada masalah, dari soal PIN, ganti ATM, sms banking, mobile banking, internet banking, moota, dsb, itu cuma BCA. Bener-bener cuma BCA.

Gambar 1.5 Ulasan terkait *trust* yang dirasakan pengguna terhadap aplikasi BCA Mobile

(Sumber: X, 2021)

Pengalaman pengguna melalui media sosial X yang ditampilkan pada gambar 1.4 menyatakan bahwasannya salah satu pengguna BCA Mobile di media sosial X mengapresiasi bagaimana aplikasi merancang fitur yang ditujukan guna melindungi pengguna seperti PIN personal yang kuat guna memastikan bahwasannya setiap transaksi berlangsung dengan aman. Ulasan tersebut mendukung bagaimana fitur berikut berhasil sebab pengguna merasakan kepercayaan (*trust*) atas keamanan selama memakai BCA Mobile dibandingkan aplikasi *mobile banking* lainnya.

Walaupun demikian, pada gambar 1.5 terdapat ulasan berbeda yang muncul dari pengguna BCA Mobile melalui kolom *review* Google Play Store, yang merasa dirugikan melalui keluhan seperti “kecewa, baru membuka rekening sudah kehilangan uang puluhan ribu; niat menabung melalui BCA Mobile justru menimbulkan rasa kecewa sebab terdapat potongan yang tidak jelas informasinya.”

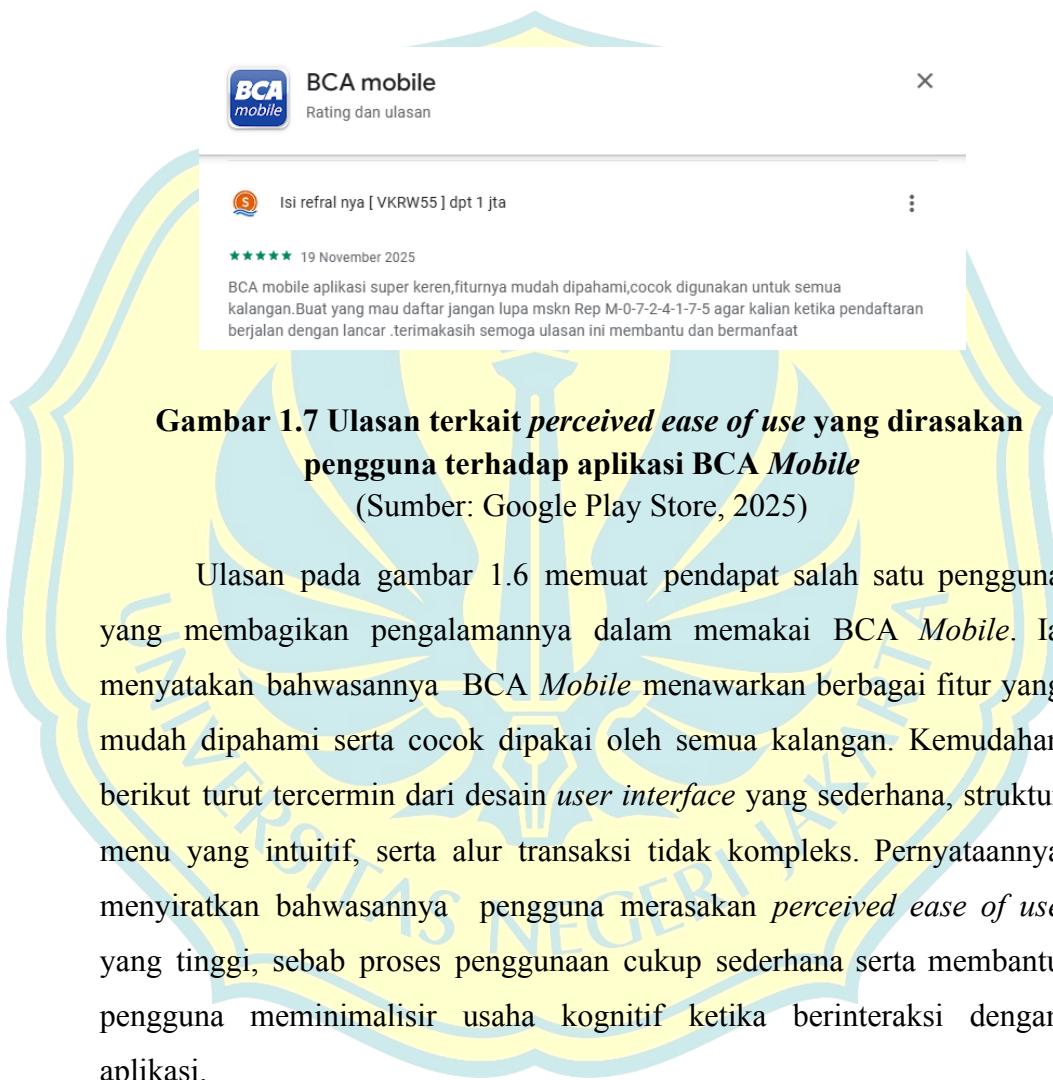


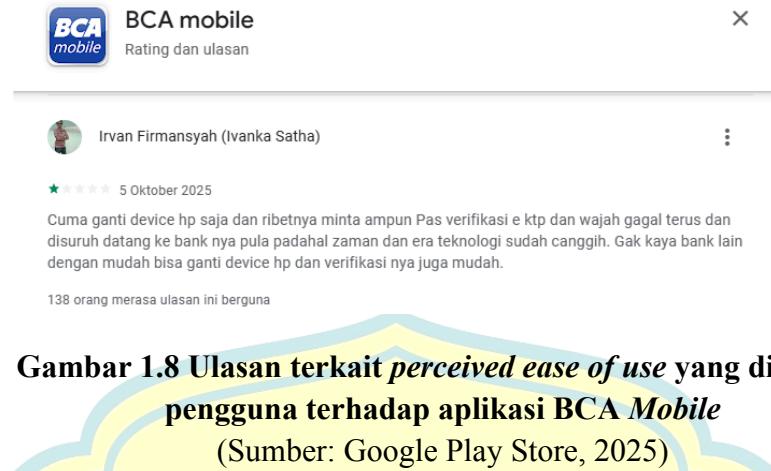
Gambar 1.6 Ulasan terkait *trust* yang dirasakan pengguna terhadap aplikasi BCA Mobile

(Sumber: Google Play Store, 2025)

Pengalaman semacam berikut menunjukkan adanya penurunan *trust* akibat stabilitas sistem serta transparansi yang dirasakan kurang. Saat pengguna menilai bahwasannya sistem gagal menjaga keamanan serta kenyamanan

transaksi, maka persepsi mereka terhadap integritas penyedia layanan akan ikut menurun. Persepsi yang didasarkan pada ketidakpercayaan tersebut akan memicu rasa waspada, sehingga berpotensi menurunkan niat guna memakai maupun niat guna melanjutkan penggunaan. Perbandingan ulasan berikut menggambarkan bahwasannya kepercayaan yang dirasakan pengguna BCA *Mobile* tidak selalu sama.

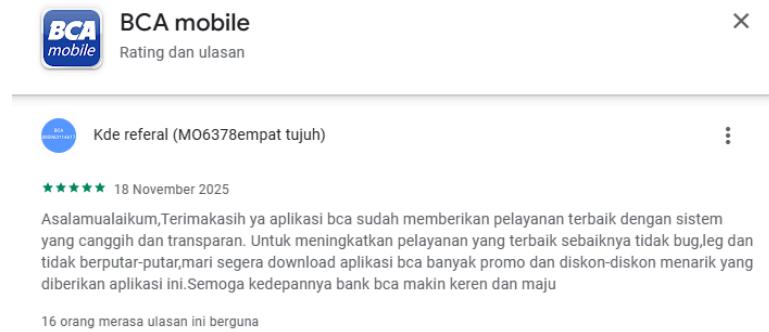




Gambar 1.8 Ulasan terkait *perceived ease of use* yang dirasakan pengguna terhadap aplikasi BCA Mobile
(Sumber: Google Play Store, 2025)

Meskipun begitu, terdapat pengguna yang menilai proses teknis aplikasi masih menyulitkan. Pada gambar 1.7 pengguna menyatakan keluhan seperti bagaimana verifikasi sulit dilakukan saat pemindahan *device*. Kesulitan tersebut bisa menurunkan persepsi pengguna bahwasannya aplikasi mudah dioperasikan, sebab prosedur dianggap rumit serta memunculkan rasa frustrasi yang akhirnya menurunkan kenyamanan pada bertransaksi. Perbedaan atas ulasan yang ada terkait *perceived ease of use* berikut menjadi gambaran bahwasannya persepsi kemudahan yang dirasakan pengguna BCA Mobile tidak selalu sama.

Selain itu, melalui ulasan yang ditampilkan pada gambar 1.8, dijelaskan bahwasannya pengguna merasakan pengalaman positif berupa pelayanan yang baik serta sistem yang canggih serta transparan, hingga kerap memberikan promo ataupun diskon yang bisa pengguna gunakan jika transaksi melalui BCA Mobile. Pengalaman positif berikut memberikan perasaan senang ataupun gembira yang timbul dari penggunaan serta menemukan dampaknya signifikan terhadap manfaatnya bagi pengguna.



Gambar 1.9 Ulasan terkait *perceived enjoyment* yang dirasakan pengguna terhadap aplikasi BCA Mobile
(Sumber: Play Store, 2025)

Hal berikut mengindikasikan jika persepsi kesenangan (*perceived enjoyment*) yang dirasakan relatif tinggi, maka semakin rendah tingkat kecemasan ataupun kekhawatiran terhadap pengadopsiannya, sehingga motivasi intrinsik mereka meningkat, yang pada gilirannya meningkatkan niat guna memakai.

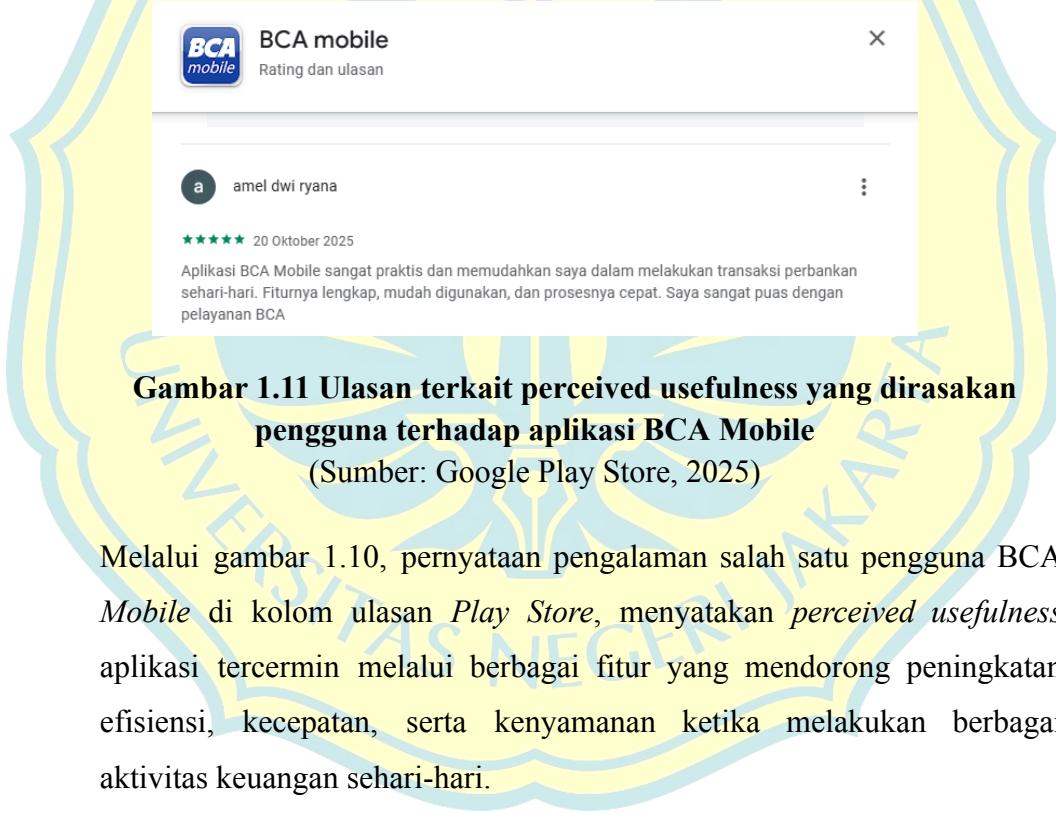


Gambar 1.10 Ulasan terkait *perceived enjoyment* yang dirasakan pengguna terhadap aplikasi BCA Mobile
(Sumber: Play Store, 2025)

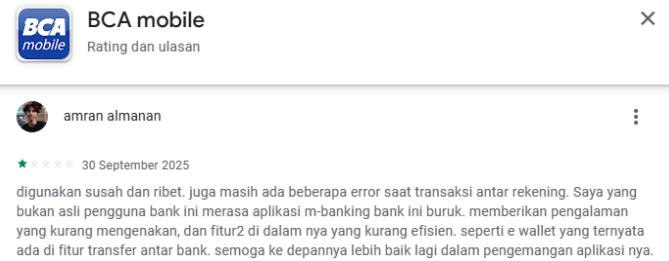
Kendati demikian, terdapat keluhan yang menandakan berkurangnya aspek *enjoyment* akibat gangguan teknis serta ketidakstabilan sistem. Melalui gambar 1.9, pengguna mengulas bahwasannya *update* yang dilakukan BCA Mobile cenderung mempersulit pengguna. Akhirnya, pengalaman berikut mengganggu kenyamanan serta

mengurangi rasa senang (*perceived enjoyment*) yang biasanya diperoleh ketika memakai aplikasi. Saat pengalaman penggunaan terhambat, tingkat kesenangan intrinsik pun menurun, sehingga persepsi positif terhadap aplikasi juga ikut melemah. Perbandingan ulasan yang ada terkait *perceived enjoyment* berikut menjadi gambaran bahwasanya persepsi kesenangan yang dirasakan pengguna BCA *Mobile* tidak selalu sama.

Keberhasilan penggunaan atas suatu aplikasi tidak hanya bergantung pada kualitas semata, melainkan pada konstruk lain seperti *perceived usefulness* yang pada teorinya mempunyai hubungan kuat dengan *behavioral intention*.



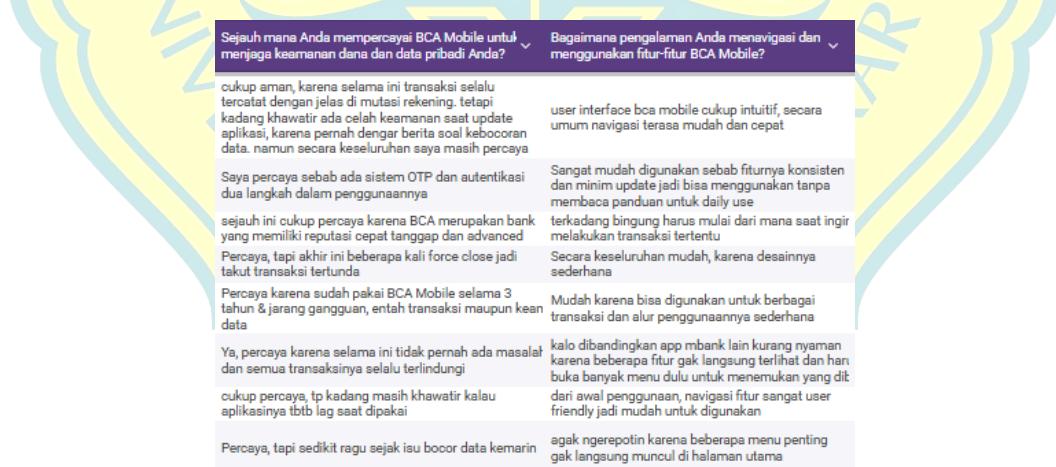
Melalui gambar 1.10, pernyataan pengalaman salah satu pengguna BCA *Mobile* di kolom ulasan *Play Store*, menyatakan *perceived usefulness* aplikasi tercermin melalui berbagai fitur yang mendorong peningkatan efisiensi, kecepatan, serta kenyamanan ketika melakukan berbagai aktivitas keuangan sehari-hari.



Gambar 1.12 Ulasan terkait *perceived usefulness* yang dirasakan pengguna terhadap aplikasi BCA Mobile

(Sumber: Google Play Store, 2025)

Meskipun begitu, masih ada narasi yang menyoroti pengalaman kurang memuaskan dari salah satu pengguna yang menganggap bahwasannya aplikasi BCA Mobile “dipakainya susah serta ribet, masih terdapat beberapa *error* pada sejumlah transaksi, serta memberikan pengalaman yang kurang menyenangkan.” Kritik berikut menunjukkan bahwasannya meskipun *perceived usefulness* dirasakan oleh sebagian pengguna, terdapat pula hambatan di beberapa pengguna yang akhirnya menurunkan persepsi manfaat tersebut, yang artinya, persepsi kegunaan belum dirasakan oleh setiap pengguna.

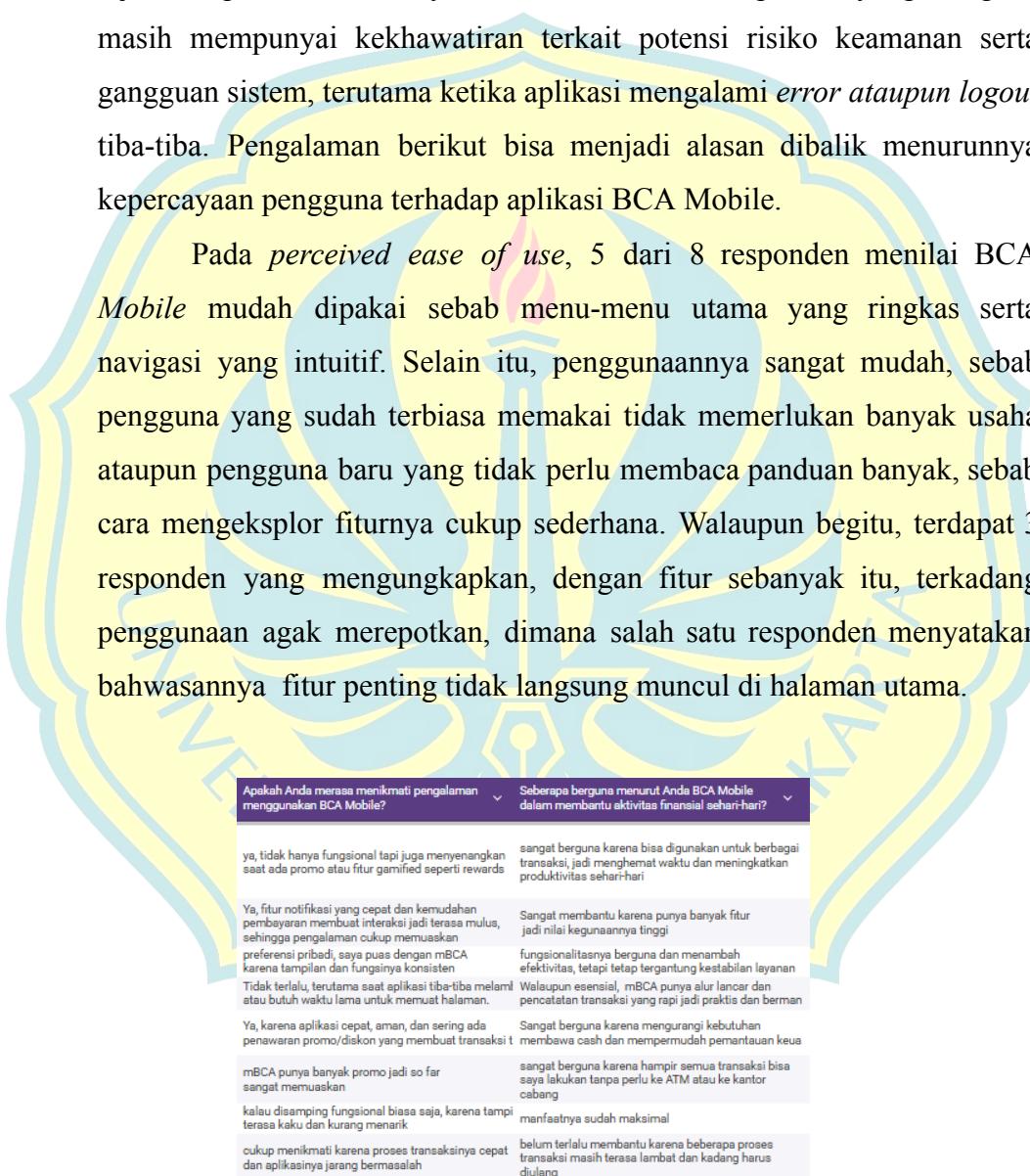


Gambar 1.13 Hasil pra-survei mengenai *trust* serta *perceived ease of use* pada pengguna aplikasi BCA Mobile oleh peneliti

(Sumber: Data diolah peneliti, 2025)

Hasil pra-survei menunjukkan pada variabel *trust*, 5 dari 8 responden menyampaikan bahwasannya mereka merasa aman memakai BCA *Mobile* sebab adanya OTP, autentikasi yang kuat, serta pencatatan transaksi yang jelas. berikut juga didukung oleh reputasi positif BCA sebagai bank swasta yang sudah memberikan layanan terbaik serta dijadikan pilihan oleh masyarakat. Namun, ada 3 responden yang mengaku masih mempunyai kekhawatiran terkait potensi risiko keamanan serta gangguan sistem, terutama ketika aplikasi mengalami *error ataupun logout* tiba-tiba. Pengalaman berikut bisa menjadi alasan dibalik menurunnya kepercayaan pengguna terhadap aplikasi BCA *Mobile*.

Pada *perceived ease of use*, 5 dari 8 responden menilai BCA *Mobile* mudah dipakai sebab menu-menu utama yang ringkas serta navigasi yang intuitif. Selain itu, penggunaannya sangat mudah, sebab pengguna yang sudah terbiasa memakai tidak memerlukan banyak usaha ataupun pengguna baru yang tidak perlu membaca panduan banyak, sebab cara mengeksplor fiturnya cukup sederhana. Walaupun begitu, terdapat 3 responden yang mengungkapkan, dengan fitur sebanyak itu, terkadang penggunaan agak merepotkan, dimana salah satu responden menyatakan bahwasannya fitur penting tidak langsung muncul di halaman utama.



Gambar 1.14 Hasil pra-survei mengenai *perceived enjoyment* serta *perceived usefulness* pada pengguna aplikasi BCA *Mobile* oleh peneliti
 (Sumber: Data diolah peneliti, 2025)

Pada *perceived enjoyment*, pra-survei menghasilkan temuan bahwasannya 6 dari 8 pengguna merasakan pengalaman positif saat memakai BCA *Mobile* sebab fiturnya responsif, UI yang sederhana, serta adanya promo serta penawaran yang dianggap menarik. Walaupun 2 responden merasa aplikasi berikut lebih bersifat utilitarian, sehingga aspek kesenangan tidak terlalu menonjol. Apalagi, salah satu responden menyatakan bahwasannya tampilan BCA *Mobile* cenderung “kaku” serta tidak menarik, jadi aspek kesenangan diluar fungsionalitas aplikasi tidak begitu dipertimbangkan.

Hasil pra-survei juga menunjukkan bahwasannya mayoritas responden mempunyai *perceived usefulness* yang tinggi terhadap BCA *Mobile* sebab mereka merasakan transaksi menjadi lebih cepat, pembayaran lebih praktis, serta aktivitas finansial bisa dilakukan tanpa harus datang ke bank. Namun, ada satu responden yang menekankan bahwasannya manfaat yang dirasakan juga sangat bergantung pada stabilitas sistem, sebab gangguan kecil saja bisa menghambat efisiensi.

Secara keseluruhan, responden pra-survei menganggap BCA *Mobile* menjadi salah satu aplikasi andalan sebab menyediakan layanan *mobile banking* yang fungsional, namun tetap mudah untuk dipahami serta bisa dipakai kapan saja, dimana saja, oleh siapapun. Hasil berikut merefleksikan bahwasannya proporsi terbesar responden mempunyai pengalaman positif dalam memakai BCA *Mobile*. Walaupun demikian, hasil pra-survei juga menunjukkan bahwasannya masih terdapat beberapa persepsi serta pengalaman negatif yang menunjukkan bahwasannya niat mereka memakai BCA *Mobile* tidak selalu konsisten sebab merasa manfaat yang diberikan belum sepenuhnya optimal pada kondisi tertentu.

Melalui hasil ulasan, dinyatakan bahwasannya sejumlah pengguna masih merasa proses pencarian fitur pada mBCA membutuhkan waktu serta usaha yang lumayan lama. Pendapat pengguna mengenai hal berikut berkaitan dengan potensi penurunan *perceived ease of use* serta

pertimbangan atas *usefulness* dari aplikasi BCA *Mobile*. Selain itu, ketidakpastian apakah pengguna berada di menu yang tepat saat proses manual, juga menimbulkan keraguan sebelum melanjutkan transaksi yang berkaitan dengan *trust*. Pengalaman berikut membuat pengguna merasa bahwasannya penggunaan BCA *Mobile* kurang efisien, terutama ketika transaksi dilakukan secara rutin serta pengguna harus terus menjalankan proses yang panjang. Hal berikut tentu berpengaruh pada potensi penurunan *perceived enjoyment* pada penggunaan aplikasi, sebab pengguna cenderung kecewa jika harus mengalami proses panjang tersebut, walaupun di waktu yang sama, mereka tetap bertahan memakai sebab ragam fitur mBCA sangat membantu aktivitas keuangan.



Gambar 1.15 Prototype Enhancement Fitur Quick Bar

(Sumber: Adaptasi tampilan aplikasi BCA *Mobile* oleh peneliti, 2025)

Peneliti menemukan adanya peluang bagi BCA *Mobile* guna mengembangkan bar sederhana di halaman terkait agar pengguna bisa langsung mencari fitur yang ingin dipakai, bahkan untuk sejumlah transaksi sekaligus, tanpa harus melalui berbagai tahap ataupun berpindah kategori. *Enhancement* berupa *Quick Bar*, bisa dijadikan solusi guna mengatasi feedback kolektif pengguna terkait navigasi akibat panjangnya

alur penggunaan atas fitur yang tersedia. Fitur berikut memungkinkan pengguna menemukan layanan yang dibutuhkan dengan lebih cepat serta efisien.

Berlandaskan peneliti, hasil pra-survei serta sejumlah ulasan yang dinyatakan oleh pengguna menunjukkan bahwasannya sejatinya *behaviroal intention* didasarkan pada berbagai hal serta setiap pengguna mempunyai persepsi yang berbeda terhadap penggunaan BCA *Mobile*. Adanya pengalaman positif maupun negatif yang dirasakan pengguna mengindikasikan terjadinya inkonsistensi pada penerimaan aplikasi, yang bisa dipengaruhi oleh tingkat *trust*, *perceived ease of use*, *perceived enjoyment*, serta *perceived usefulness*. Perbedaan persepsi terhadap variabel-variabel tersebut berpotensi memengaruhi minat pengguna untuk mulai ataupun terus memakai BCA *Mobile*, sehingga kondisi berikut bisa dijadikan sebagai permasalahan yang relevan untuk dieksplor lebih lanjut. Di sisi lain, penelitian berikut juga mengangkat penggunaan *perceived usefulness* sebagai variabel mediasi dalam menganalisis faktor yang mempengaruhi *behavioral intention* pada adopsi *mobile banking*. Umumnya, penelitian terdahulu menempatkan *perceived usefulness* sebagai variabel independen, namun penelitian berikut menyoroti peran *perceived usefulness* sebagai mekanisme penjelas yang menjembatani pengaruh variabel *trust*, *perceived ease of use*, serta *perceived enjoyment* terhadap *behavioral intention*.

Dengan demikian, penelitian dilakukan guna mengkaji pengaruh *trust*, *perceived ease of use*, serta *perceived enjoyment* terhadap *behavioral intention* dengan *perceived usefulness* sebagai mediasi pada konteks aplikasi *mobile banking* guna memberikan bukti empiris yang lebih spesifik. Sebagai respons terhadap temuan serta kesenjangan, penelitian berikut bertujuan guna menguji kesenjangan yang ada, serta memberikan literatur terbaru bagi pengembangan perilaku pengguna pada konteks pengadopsian aplikasi.

1.2 Pertanyaan Penelitian

1. Apakah *trust* mempunyai pengaruh positif terhadap *perceived usefulness* pada mahasiswa pengguna BCA *Mobile* di Jakarta Timur?
2. Apakah *perceived ease of use* mempunyai pengaruh positif terhadap *perceived usefulness* pada mahasiswa pengguna BCA *Mobile* Jakarta Timur?
3. Apakah *perceived enjoyment* mempunyai pengaruh positif terhadap *perceived usefulness* pada mahasiswa pengguna BCA *Mobile* di Jakarta Timur?
4. Apakah *perceived usefulness* mempunyai pengaruh positif terhadap *behavioral intention* pada mahasiswa pengguna BCA *Mobile* di Jakarta Timur?
5. Apakah *perceived usefulness* memediasi pengaruh *trust* terhadap *behavioral intention* pada mahasiswa pengguna BCA *Mobile* di Jakarta Timur?
6. Apakah *perceived usefulness* memediasi pengaruh *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention* pada mahasiswa pengguna BCA *Mobile* di Jakarta Timur?
7. Apakah *perceived usefulness* memediasi pengaruh *perceived enjoyment* terhadap *behavioral intention* pada mahasiswa pengguna BCA *Mobile* di Jakarta Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Guna mengetahui apakah *trust* mempunyai pengaruh terhadap *perceived usefulness* pada mahasiswa pengguna BCA *Mobile* di Jakarta Timur
2. Guna mengetahui apakah *perceived ease of use* mempunyai pengaruh terhadap *perceived usefulness* pada mahasiswa pengguna BCA *Mobile* di Jakarta Timur

3. Guna mengetahui apakah *perceived enjoyment* mempunyai pengaruh terhadap *perceived usefulness* pada mahasiswa pengguna BCA *Mobile* di Jakarta Timur
4. Guna mengetahui apakah *perceived usefulness* mempunyai pengaruh terhadap *behavioral intention* pada mahasiswa pengguna BCA *Mobile* di Jakarta Timur
5. Guna mengetahui peran *perceived usefulness* sebagai variabel mediasi pada hubungan antara *trust* serta *behavioral intention* mahasiswa pengguna BCA *Mobile* di Jakarta Timur
6. Guna mengetahui peran *perceived usefulness* sebagai variabel mediasi pada hubungan antara *perceived ease of use* serta *behavioral intention* mahasiswa pengguna BCA *Mobile* di Jakarta Timur
7. Guna mengetahui peran *perceived usefulness* sebagai variabel mediasi pada hubungan antara *perceived enjoyment* serta *behavioral intention* mahasiswa pengguna BCA *Mobile* di Jakarta Timur

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian berikut diharapkan bisa memperkaya kontribusi atas pengembangan literatur *Theory Acceptance Model* (TAM) pada konteks adopsi teknologi, serta bisa mencerminkan perluasan model teoritis yang lebih komprehensif serta selaras dengan karakteristik masyarakat modern, yang tidak hanya mempertimbangkan aspek utilitarian tetapi juga segi emosional serta psikologis pada penggunaan teknologi.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Penelitian berikut diharapkan memberikan implikasi nyata bagi sektor bank, khususnya BCA yang mengelola BCA *Mobile*, maupun dalam merancang sistem yang lebih efektif serta berorientasi pada perilaku konsumen. Melalui pemahaman komprehensif yang mengkaji bagaimana *trust*, *perceived ease of use*, serta *perceived enjoyment* berkontribusi terhadap *perceived*

usefulness yang pada akhirnya memengaruhi niat penggunaan, perusahaan bisa mengembangkan mitigasi maupun sistem yang lebih konsisten agar kepercayaan serta persepsi positif di kalangan masyarakat konsisten, terutama mahasiswa sebagai segmen pengguna potensial yang secara umum mempunyai minat penggunaan BCA *Mobile* yang tinggi.

2. Bagi Pengguna

Penelitian berikut bisa memberikan wawasan bagi pengguna mengenai seberapa pentingnya variabel psikologis mempengaruhi keputusan serta pengalaman mereka dalam memakai suatu aplikasi. Pengguna bisa memperoleh perspektif yang lebih objektif terkait bagaimana persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, serta rasa menyenangkan dalam memakai aplikasi tertentu berperan dalam membentuk keputusan penggunaan mereka.

