

BAB I

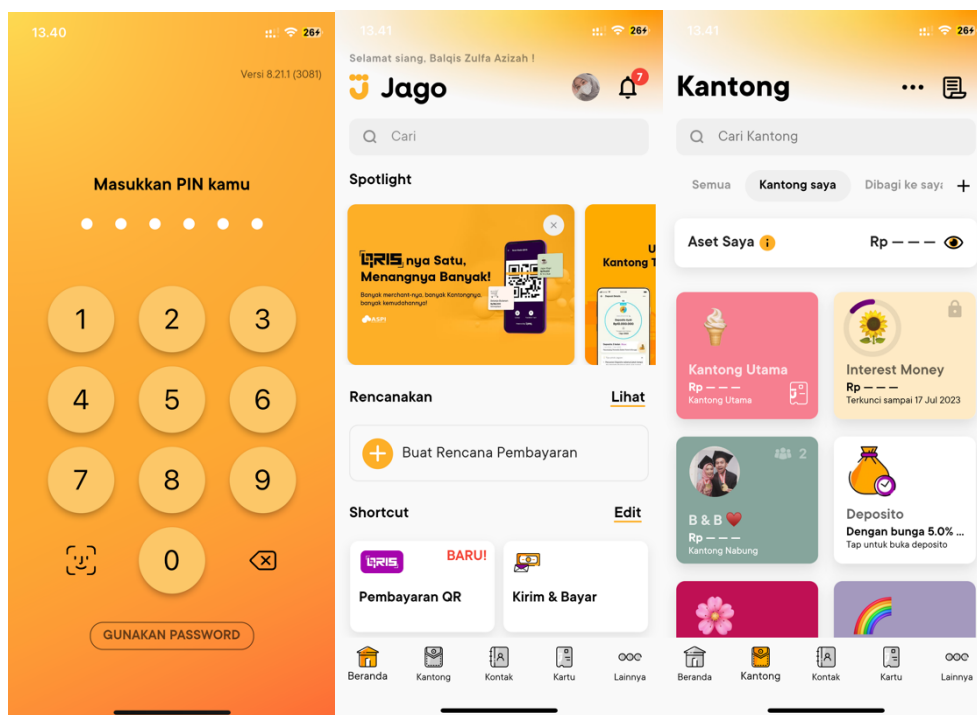
PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 PT Bank Jago Tbk

PT Bank Jago Tbk adalah Bank digital pertama di Indonesia. Sebelumnya, PT Bank Jago Tbk dikenal sebagai PT Bank Artos Indonesia Tbk (Bank Artos). PT Bank Artos Indonesia berdiri di Bandung pada tahun 1992 yang menawarkan produk simpanan dan pinjaman serta layanan transaksi perbankan. Pada tahun 2016, PT Bank Artos Indonesia Tbk resmi menjadi perusahaan publik setelah menawarkan saham perdana kepada masyarakat dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode emiten ARTO. Pada tahun 2019, PT Metamorfosis Ekosistem Indonesia (MEI) dan *Wealth Track Technology Limited* (WTT) melakukan akuisisi saham PT Bank Artos Indonesia Tbk dengan total kepemilikan sebesar 51% (lima puluh satu persen). Pada tahun 2020, PT Bank Artos Indonesia Tbk berganti nama menjadi PT Bank Jago Tbk. Pada tahun 2021, PT Bank Jago Tbk meluncurkan aplikasi Jago berbasis *life-centric* yang membuat pengelolaan keuangan menjadi lebih simpel, kolaboratif dan inovatif.

Jago adalah aplikasi finansial yang bekerja dengan prinsip *life-centric*. Dengan Aplikasi Jago, mengelola keuangan menjadi lebih mudah, kolaboratif dan inovatif, sehingga nasabah dapat lebih berfokus menjalani hidup, bersama keluarga dan sahabat. Jago dibangun oleh para inovator handal yang berpengalaman dalam *digital banking* dan pinjaman keuangan segmen mikro. Jago dikembangkan untuk menjadi pionir keuangan digital di Indonesia, dengan menghadirkan solusi keuangan yang berfokus pada kehidupan (*life-centric finance solution*). Gambar 1.1 menunjukkan *user interface* dari aplikasi Jago.



Gambar 1.1 *User Interface* Aplikasi Jago

Sumber: Hasil olahan peneliti (2023)

Fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi Jago, diantaranya:

1. Kantong

Fitur kantong adalah fitur yang digunakan dalam mengatur tabungan dan pengeluaran nasabah. Nasabah dapat membuat kantong, menghapus kantong, dan menggunakan kantong bersama dengan teman atau keluarga. Jumlah kantong dapat ditentukan oleh nasabah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.

2. Kirim & Bayar

Kirim & Bayar adalah fitur untuk melakukan transfer uang dan melakukan pembayaran tagihan pada aplikasi Jago. Proses transfer uang dan pembayaran tagihan dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja selama perangkat *handphone* memiliki koneksi internet. Transfer uang dapat dilakukan ke rekening bank dan *e-wallet* yang sudah terdaftar di aplikasi Jago, sedangkan pembayaran tagihan dapat dilakukan untuk membeli pulsa & data, pascabayar, BPJS, kartu kredit, listrik, TV kabel, air, dan *multifinance*.

3. Kontak

Pada aplikasi Jago, nasabah dapat menyimpan dan mengkategorikan akun kerabat ataupun keluarga seperti menggunakan buku telepon. Fitur ini dapat menggabungkan beberapa akun rekening bank, *e-wallet*, akun pembayaran, dan tagihan sekaligus ke dalam satu nama yang sama.

4. Personalisasi

Fitur personalisasi pada aplikasi Jago dibuat untuk menyesuaikan tampilan aplikasi dengan kebutuhan nasabah. Nasabah dapat mempersonalisasikan aplikasi Jago sesuai dengan keinginan nasabah seperti mengedit nama, mengatur foto profil, mengatur JagoID, memberikan emoji pada kantong, mengganti warna pada kantong, mengganti preferensi notifikasi, mengubah bahasa, mengatur limit kartu, dan mengatur preferensi login.

5. *Shortcut*

Shortcut merupakan tampilan yang memberikan cara cepat dalam melakukan aktivitas atau transaksi. Fitur ini dapat menghubungkan nasabah ke kantong dan ketika nasabah akan melakukan transaksi, data dapat terisi secara otomatis sehingga nasabah tidak perlu melewati berbagai tahapan yang berulang-ulang untuk menyelesaikan transaksi rutin yang telah dilakukan sebelumnya.

6. Kartu Debit Visa

Kartu debit Jago Visa adalah salah satu metode pembayaran di Jago yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran *online* atau transaksi di mesin ATM dan EDC berlogo ATM Bersama dan Alto di Indonesia, serta Visa yang tersebar di seluruh dunia. Kartu debit Jago Visa dapat dibuat dan dikunci melalui aplikasi Jago.

7. *Plan Ahead*

Fitur *plan ahead* merupakan fitur perencanaan transaksi rutin seperti tagihan bulanan, isi pulsa, transfer uang, dan transaksi lainnya. Fitur ini membantu dalam melakukan penjadwalan sehingga nasabah dapat transfer otomatis, pembayaran tagihan otomatis, dan nabung otomatis sesuai dengan frekuensi, nominal dan jadwal yang telah ditentukan.

8. Minta Uang

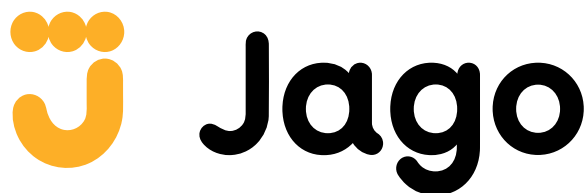
Fitur ini dirancang agar nasabah dapat mengirim permintaan uang kepada teman atau keluarga untuk membagi tagihan atau kebutuhan pembayaran, dan mengingatkan teman atau keluarga agar tidak lupa melakukan pembayaran.

9. Keamanan & Kontrol

Keamanan dan kendali dapat diatur agar sesuai dengan kebutuhan nasabah untuk kenyamanan dan keamanan bertransaksi.

Aspirasi Jago untuk menjadi bank berbasis teknologi yang terintegrasi di berbagai ekosistem digital Indonesia, untuk memenuhi kebutuhan pangsa pasar ritel, pelaku Usaha Kecil & Menengah, dan mass-market. Dengan total modal Rp8 triliun, Jago kini masuk kategori bank BUKU 3 (Bank Umum Kegiatan Usaha) dengan peluang tumbuh dan inovasi yang besar dan kuat.

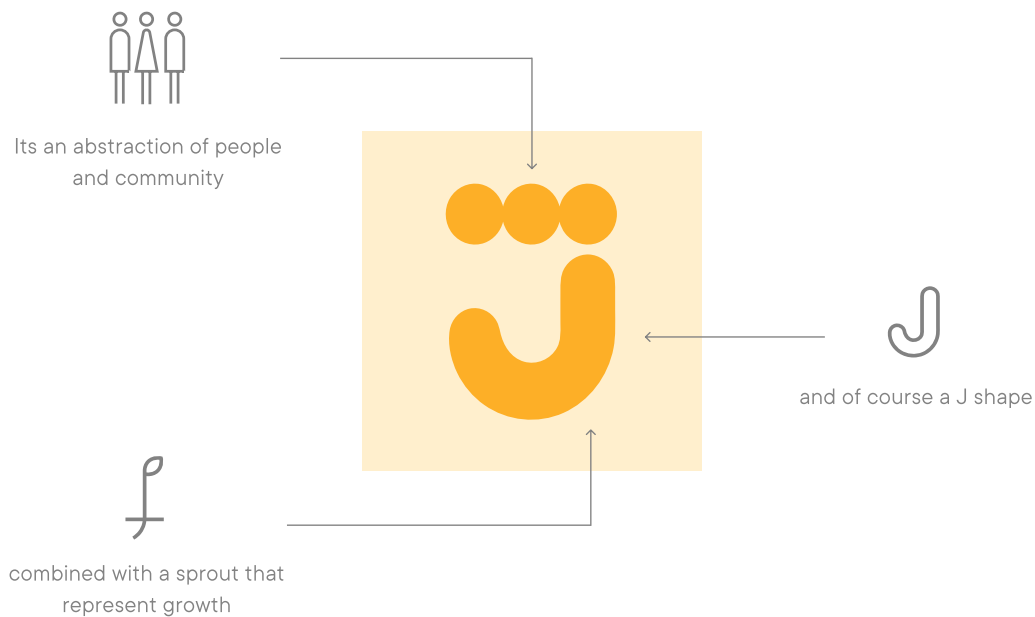
1.1.2 Logo



Gambar 1.2 Logo PT Bank Jago Tbk

Sumber: Jago (2023)

Logo PT Bank Jago Tbk ditunjukkan pada gambar 1.2, logo tersebut mewakili beberapa elemen yaitu 3 (tiga) lingkaran mewakili komunitas, bentuk tipografi huruf “J” merupakan singkatan dari Jago, dan mewakili bentuk kecambah yang menjelaskan pertumbuhan perusahaan. Gambar 1.3 menunjukkan penjelasan arti dari logo PT Bank Jago Tbk.



Gambar 1.3 Penjelasan Logo PT Bank Jago Tbk

Sumber: Jago (2023)

1.1.3 Aspirari dan Nilai-Nilai

Aspirasi PT Bank Jago Tbk

Meningkatkan kesempatan tumbuh berjuta insan melalui solusi finansial digital yang berfokus pada kehidupan.

Nilai-nilai PT Bank Jago Tbk

1. *Life-Centricity*

Memandang pekerjaan dan keuangan dari perspektif kehidupan.

2. *Purpose Growth*

Semangat mengembangkan diri dan meningkatkan pertumbuhan nasabah yang dicapai melalui proses pengenalan diri dan peningkatan keahlian.

3. *Fearless Creativity*

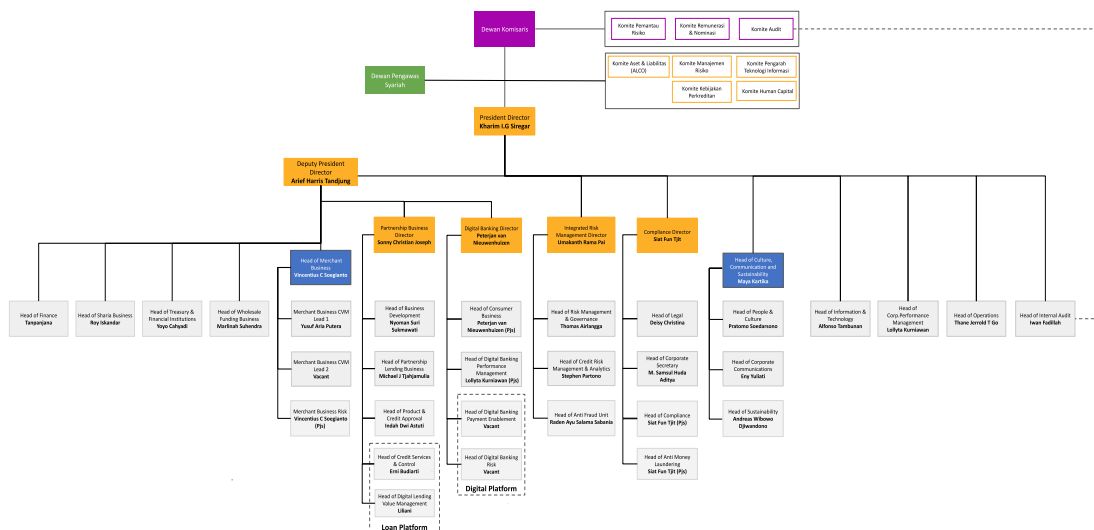
Mendobrak normalitas secara produktif untuk menciptakan solusi kreatif.

4. *Empowered Agility*

Beradaptasi terhadap perubahan serta mengambil keputusan dengan cepat.

1.1.4 Struktur Organisasi

PT Bank Jago Tbk dipimpin oleh *President Director* yang memiliki 5 (lima) jajaran direktur yaitu *Deputy President Director*, *Partnership Business Director*, *Digital Banking Director*, *Integrated Risk Management Director*, dan *Compliance Director*. *President Director* memiliki tanggungjawab langsung terhadap *Deputy President Director*, *Integrated Risk Management Director*, *Compliance Director*, *Head of Culture, Communication and Sustainability*, *Head of Information & Technology*, *Head of Corp. Performance Management*, *Head of Operations*, dan *Head of Internal Audit*. Seluruh kegiatan di PT Bank Jago Tbk dikontrol oleh Dewan Komisaris dan Dewan Pengawas Syariah. Struktur organisasi pada PT Bank Jago Tbk, ditunjukkan pada gambar 1.4.

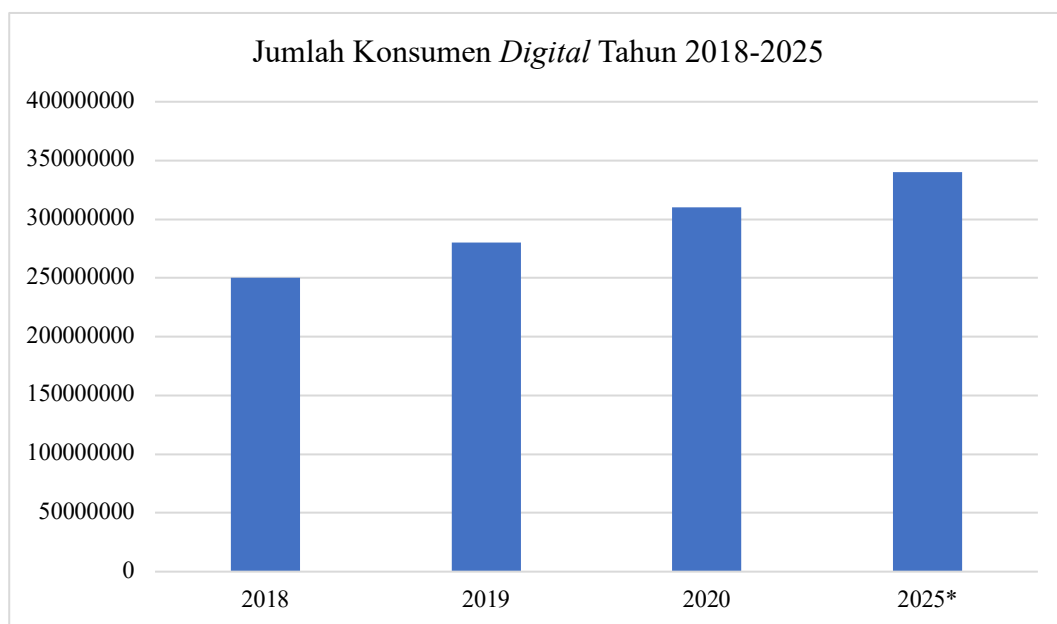


Gambar 1.4 Struktur Organisasi PT Bank Jago Tbk

Sumber: Jago (2022)

1.2 Latar Belakang Penelitian

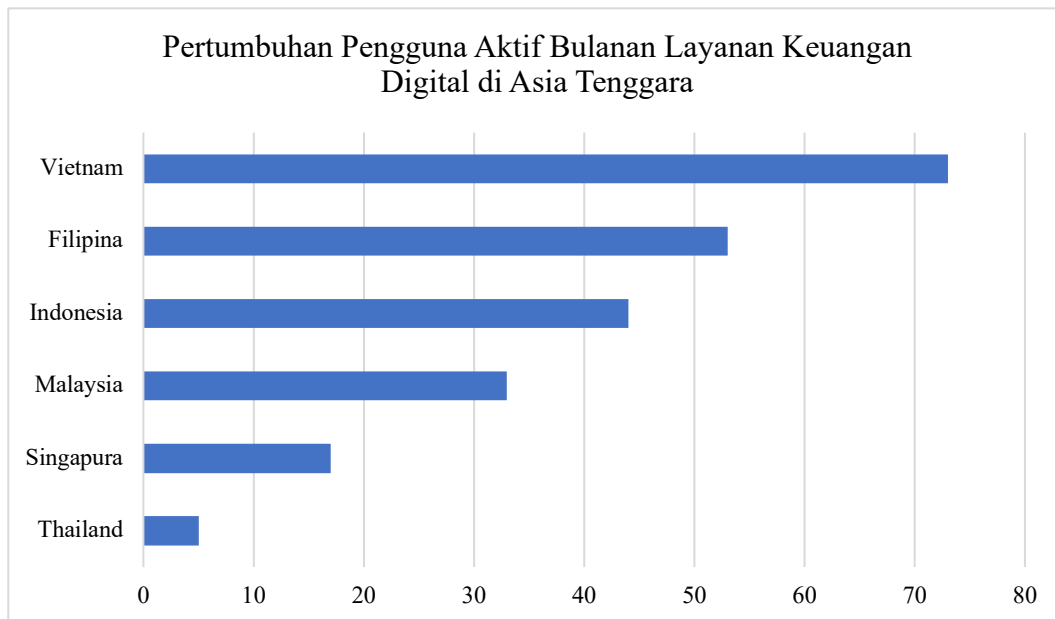
Perkembangan teknologi merupakan suatu karakteristik dari perkembangan jaman. Dengan bantuan teknologi, perusahaan dapat melakukan transformasi digital dalam melakukan inovasi produk dan menemukan peluang bisnis baru. Transformasi digital merupakan proses transformasi aktivitas, proses, dan model bisnis secara keseluruhan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi. Di Indonesia, jumlah konsumen digital diprediksi akan mencapai 340 juta penduduk pada tahun 2025. Gambar 1.5 menunjukkan jumlah konsumen digital tahun 2018-2025.



Gambar 1.5 Jumlah Konsumen *Digital* Tahun 2018-2025

Sumber: Lidwina (2020)

Berdasarkan gambar 1.5, jumlah konsumen digital naik dari tahun ke tahun sebesar 3 juta konsumen dan pada tahun 2025 diprediksikan akan terdapat 340 juta konsumen digital. Perkembangan teknologi informasi juga menimbulkan evolusi pada layanan keuangan konvensional menjadi layanan keuangan digital. Indonesia merupakan negara tertinggi peringkat ketiga di Asia Tenggara dengan pertumbuhan pengguna aktif bulanan layanan keuangan digital sebesar 44% setelah Vietnam (73%) dan Filipina (53%) yang ditunjukkan pada gambar 1.6.



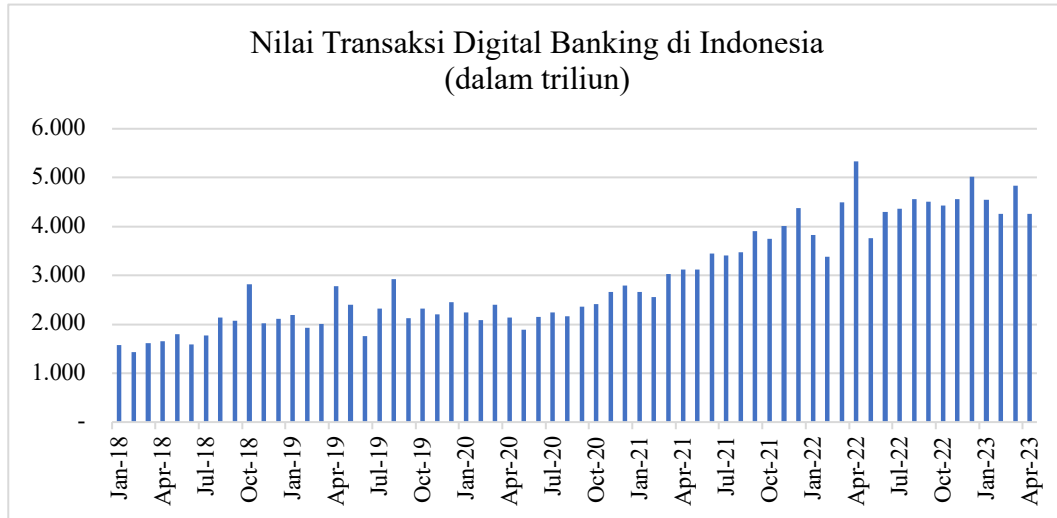
Gambar 1.6 Pertumbuhan Pengguna Aktif Bulanan Layanan Keuangan Digital di Asia Tenggara

Sumber: AppAnnie (2020) dalam Pusparisa (2020)

Layanan keuangan digital bertujuan meningkatkan efisiensi kegiatan operasional dan mutu pelayanan perusahaan kepada nasabahnya. Layanan keuangan digital diantaranya yaitu *SMS banking*, *phone banking*, *mobile banking*, *internet banking*, dan *digital banking*. Berdasarkan Survei Literasi dan Inklusi Keuangan (2019), bank memiliki persentase tertinggi yaitu sebesar 36,12% pada literasi sektor jasa keuangan.

Bank Indonesia (BI) mencatat transaksi ekonomi dan keuangan *digital* semakin meningkat seiring dengan meningkatnya preferensi masyarakat untuk belanja dalam jaringan (*daring*), meluasnya pembayaran *digital*, dan akselerasi *digital banking* (Hutauruk, 2021). Bank Indonesia mencatat nilai transaksi *digital banking* pada bulan April 2023 mencapai Rp4.264,8 triliun, capaian tersebut didukung oleh stabilitas sistem yang terjaga dan layanan pembayaran *digital* yang semakin meningkat (Ahdiat, A., 2023). Pada tahun 2022 nilai transaksi bank *digital* mencapai Rp52.245 triliun dan diproyeksikan akan meningkat sekitar 22% di tahun

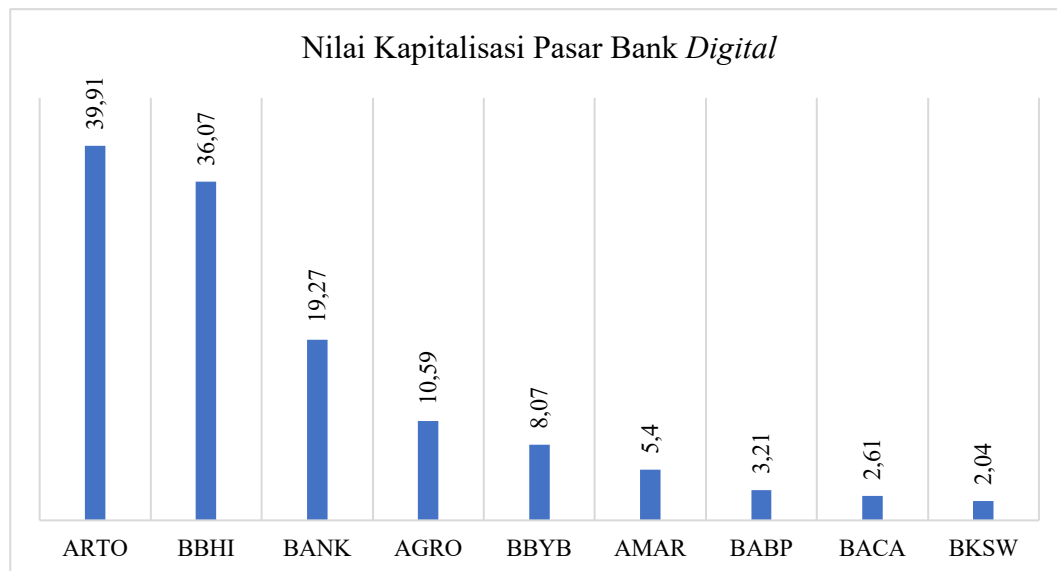
2023. Gambar 1.7 menunjukkan nilai transaksi *digital banking* di Indonesia setiap bulan mulai bulan Januari 2018 sampai dengan bulan April 2023.



Gambar 1.7 Nilai Transaksi *Digital Banking* di Indonesia

Sumber: Ahdiat, A. (2023)

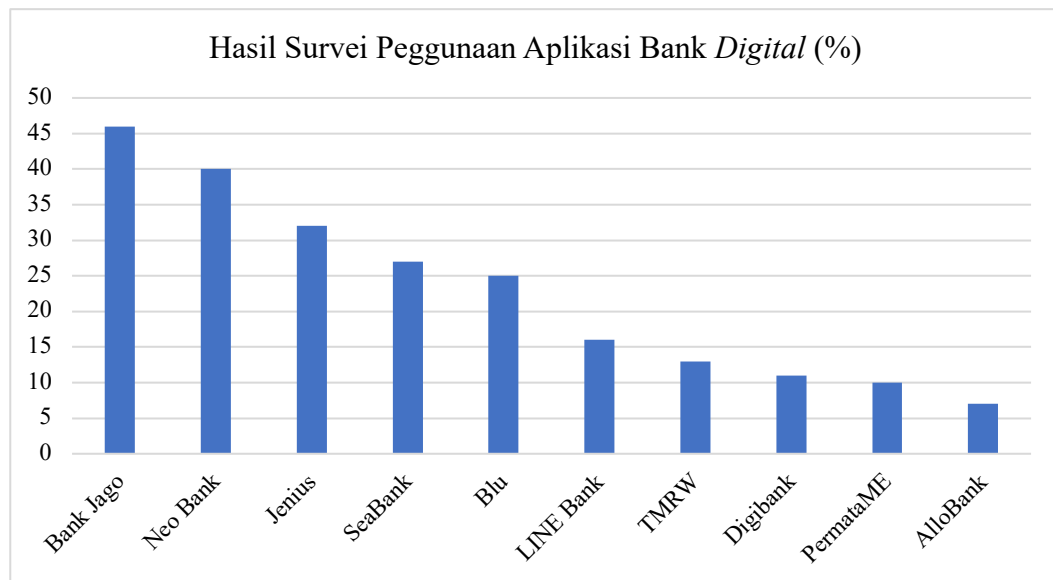
Menurut Proctor (2019), *digital banking* adalah digitalisasi seluruh aktivitas dan program layanan perbankan tradisional yang sebelumnya tersedia secara *offline* di kantor cabang bank menjadi *online*. Bank digital memberikan semua layanan secara *online* dan tidak memiliki kantor cabang fisik. Aktivitas meliputi membuka rekening, penyetoran uang, penarikan, transfer, pengelolaan rekening, manajemen pinjaman, pembayaran tagihan, dan layanan akun. Bank *digital* hadir melalui 2 (dua) pola, pola pertama yaitu bank melakukan transformasi model, strategi, dan produk bisnis, sedangkan pola kedua yaitu bank sejak awal berdiri dibentuk sebagai bank *digital*. Sejumlah bank konvensional telah bersiap untuk bertransformasi menjadi bank *digital* yang akan beroperasi sepenuhnya secara *digital* melalui aplikasi termasuk dalam memberikan pelayanan kredit. Bank *digital* di Indonesia diantaranya Jago, Blu by BCA, Jenius by BTPN, Nyala by OCBC NISP, Digibank, Line Bank, Sea Bank, TMRW, dan Neo Bank.



Gambar 1.8 Nilai Kapitalisasi Pasar Bank *Digital*

Sumber: Santika, E. (2023)

Gambar 1.8 menunjukkan nilai kapitalisasi pasar bank *digital* berdasarkan RTI *Business* pada bulan Februari 2023. Bank Jago dengan kode emiten ARTO menjadi bank *digital* dengan kapitalisasi pasar terbesar di antara lainnya yaitu sebesar Rp39,91 triliun, pada urutan kedua terdapat Allo Bank dengan kode emiten BBHI dengan kapitalisasi pasar sebesar Rp36,07 triliun, dan pada urutan ketiga terdapat Bank Aladin Syariah dengan kode emiten BANK dengan kapitalisasi pasar sebesar Rp19,27 triliun. Gambar 1.7 menunjukkan hasil survei penggunaan aplikasi Bank *Digital*. Survei Pupulix tersebut melibatkan 1.000 responden yang tersebar di kota-kota besar Indonesia yang dilakukan pada tanggal 20 Mei sampai dengan 25 Mei 2022. Survei tersebut menunjukkan 46% responden menggunakan aplikasi Bank Jago, 40% menggunakan aplikasi Neo Bank, 32% responden menggunakan aplikasi Jenius, 27% responden menggunakan aplikasi SeaBank, 25% responden menggunakan aplikasi Blu. Berdasarkan survei tersebut, aplikasi Jago menjadi aplikasi bank *digital* paling populer.



Gambar 1.9 Hasil Survei Penggunaan Aplikasi Bank *Digital*

Sumber: Populix (2022) dalam Pahlevi, R. (2022)

PT Bank Jago Tbk merupakan salah satu bank *digital* yang meluncurkan aplikasi bank *digital* bernama Jago. Transformasi Bank Artos menjadi bank *digital* diawali dengan masuknya PT Metamorfosis Ekosistem Indonesia (MEI) dan Wealth Track Technology Limited (WTT) sebagai pemegang saham pada tahun 2019. MEI mengakui saham Bank Artos sebesar 37,65% dan WTT mengakui saham Bank Artos sebesar 13,35%. Sejak awal didirikan, aplikasi Jago sudah memiliki konsep sebagai bank berbasis teknologi yang mampu tertanam dalam ekosistem *digital*. PT Bank Jago Tbk berkomitmen memberikan layanan keuangan yang memudahkan kebutuhan hidup sehari-hari. Aplikasi Jago dirancang sebagai solusi keuangan yang berpusat pada kehidupan dengan pengelolaan uang yang dapat lebih sederhana, kolaboratif, dan inovatif.

PT Bank Jago Tbk selalu berusaha mengembangkan aplikasi Jago seperti berkolaborasi dengan pemain-pemain dunia *digital* lainnya di Indonesia agar kegiatan berbelanja, bertransaksi, dan berinvestasi dapat dilakukan melalui aplikasi Jago atau melalui ekosistem *digital* yang bekerjasama dengan PT Bank Jago Tbk tanpa perlu berganti aplikasi, hal ini memungkinkan nasabah dapat membuka rekening Bank Jago pada aplikasi milik mitra yang sudah bekerjasama dan dapat bertransaksi di aplikasi milik mitra tanpa harus masuk ke aplikasi Jago, kolaborasi

dilakukan dengan mengintegrasikan layanan perbankan dan *lifestyle* agar nasabah dapat menyelesaikan seluruh transaksi tanpa perlu membuka aplikasi yang berbeda. Saat ini, PT Bank Jago Tbk telah *merger* dengan Gojek dan Tokopedia serta melakukan kemitraan strategis dengan PT Bibit Tumbuh Bersama (Bibit) dalam menyediakan layanan jasa keuangan yang saling terkoneksi. PT Bank Jago Tbk menawarkan kenyamanan ekstra melalui layanan perbankan *digital* yang sederhana dan mudah melalui pengembangan fitur-fitur baru. Inovasi pada aplikasi Jago dilakukan dalam menghadapi persaingan bank *digital* untuk meningkatkan jumlah nasabah, dan mempertahankan nasabah yang sudah menggunakan aplikasi Jago. Sampai dengan akhir kuartal I tahun 2023, PT Bank Jago Tbk berhasil memperoleh 7,5 juta nasabah, jumlah tersebut meningkat dua kali lipat dibandingkan dengan kuartal I tahun 2022 sebanyak 3,5 juta nasabah (Jago, 2023).

Berdasarkan penjelasan dari data-data di atas, adanya kebutuhan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat keberlanjutan nasabah dalam menggunakan aplikasi Jago sebagai layanan keuangan bank *digital* di Indonesia, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *CONTINUANCE INTENTION* DALAM PENGGUNAAN APLIKASI JAGO MENGGUNAKAN MODEL MODIFIKASI *TECHNOLOGY CONTINUANCE THEORY*”.

1.3 Perumusan Masalah

Peningkatan penetrasi *smartphone* di Indonesia selalu terjadi dari tahun ke tahun, dan diprediksi akan selalu mengalami peningkatan. Peningkatan tersebut dapat berdampak kepada peningkatan penduduk Indonesia dalam mengakses dan menggunakan layanan digital. Berdasarkan AppAnnie (2020) dalam Pusparisa (2020), Indonesia merupakan negara yang memiliki pertumbuhan pengguna aktif bulanan layanan keuangan digital tertinggi ketiga di Asia Tenggara setelah Vietnam dan Filipina. Salah satu layanan keuangan digital yang terdapat di Indonesia yaitu layanan bank digital. Pada tahun 2021, PT Bank Jago Tbk meluncurkan layanan bank digital yang bernama aplikasi Jago. Aplikasi Jago merupakan aplikasi bank digital yang memberikan semua layanan secara *online* dan tidak memiliki kantor

cabang fisik. Dengan aplikasi Jago, nasabah dapat membuka rekening, melakukan pengiriman uang, mengelola tabungan sendiri maupun tabungan bersama teman atau keluarga, melakukan pembayaran tagihan, melakukan pembayaran nasional serta internasional, dan melakukan *top-up* saldo *e-wallet*. Inovasi terus dilakukan pada aplikasi Jago dengan cara berkolaborasi dengan ekosistem digital lainnya agar dapat memberikan manfaat dan kenyamanan untuk nasabah PT Bank Jago Tbk. Dengan berkolaborasi dengan Gojek, Tokopedia dan Bibit, PT Bank Jago Tbk memiliki potensi untuk mendapatkan lebih dari 100 juta nasabah baru. Namun, berdasarkan penelitian Iranmanesh dan Hyun (2019) mengenai faktor-faktor yang menentukan penggunaan keberlanjutan M-Banking, bahwa meskipun tingkat adopsi M-Banking tinggi, keberlangsungan jangka panjang suatu sistem informasi dan keberhasilannya ditentukan oleh penggunaan berkelanjutan daripada adopsi pertama kali. Bank hanya dapat mencapai kesuksesan, keberhasilan, dan mengembalikan investasi yaitu dengan cara mempertahankan pengguna. Meskipun aplikasi Jago telah diunduh dan digunakan oleh 7,5 juta nasabah, namun terdapat kebutuhan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah untuk terus menggunakan aplikasi Jago. Minat nasabah untuk terus menggunakan aplikasi Jago menjadi faktor yang penting untuk keberhasilan dibandingkan dengan adopsi awal mereka.

Dengan demikian, perlu dilakukan penelitian untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat keberlanjutan nasabah dalam menggunakan aplikasi Jago sebagai layanan keuangan yang dapat membantu PT Bank Jago Tbk untuk merumuskan strategi yang lebih efektif dalam mempertahankan penggunaan aplikasi Jago oleh nasabah.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang penelitian dan perumusan masalah penelitian, maka pertanyaan penelitian mengenai *Continuance Intention* pada aplikasi Jago adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penilaian nasabah terhadap *Confirmation*, *Perceived Usefulness*, *Satisfaction*, *Attitude*, *Self-Efficacy*, dan *Channel Preference* dalam penggunaan aplikasi Jago ?
2. Bagaimana penilaian nasabah terhadap *Continuance Intention* dalam penggunaan aplikasi Jago ?
3. Apakah variabel-variabel yang terdapat pada model modifikasi TCT (*Perceived Usefulness*, *Satisfaction*, *Attitude*, *Self-Efficacy*, dan *Channel Preference*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention* dalam penggunaan aplikasi Jago ?
4. Apakah *Confirmation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness* dalam penggunaan aplikasi Jago ?
5. Apakah *Confirmation* dan *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Satisfaction* dalam penggunaan aplikasi Jago ?
6. Apakah *Satisfaction* dan *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude* dalam penggunaan aplikasi Jago ?
7. Apakah *Confirmation*, *Satisfaction*, dan *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *Continuance Intention* dalam penggunaan aplikasi Jago ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian, maka tujuan penelitian mengenai *Continuance Intention* pada aplikasi Jago adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis penilaian nasabah terhadap variabel *Confirmation*, *Perceived Usefulness*, *Satisfaction*, *Attitude*, *Self-Efficacy*, *Channel Preference* dalam penggunaan aplikasi Jago.
2. Untuk menganalisis penilaian nasabah terhadap *Continuance Intention* dalam penggunaan aplikasi Jago.
3. Untuk menguji pengaruh positif dan signifikan variabel-variabel yang terdapat pada model modifikasi TCT (*Perceived Usefulness*, *Satisfaction*, *Attitude*, *Self-Efficacy*, dan *Channel Preference*) terhadap *Continuance Intention* dalam penggunaan aplikasi Jago.
4. Untuk menguji pengaruh positif dan signifikan *Confirmation* terhadap *Perceived Usefulness* dalam penggunaan aplikasi Jago.
5. Untuk menguji pengaruh positif dan signifikan *Confirmation* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Satisfaction* dalam penggunaan aplikasi Jago.
6. Untuk menguji pengaruh positif dan signifikan *Confirmation* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude* dalam penggunaan aplikasi Jago.
7. Untuk menguji pengaruh tidak langsung *Confirmation*, *Satisfaction*, dan *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention* dalam penggunaan aplikasi Jago.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *Continuance Intention* dalam penggunaan *digital banking*. Penelitian ini menganalisis variabel *Confirmation*, *Perceived Usefulness*, *Satisfaction*, *Attitude*, *Self-Efficacy*, *Channel Preference*, dan *Continuance Intention* yang diharapkan dapat menambah pemahaman tentang *continuance intention* pada *digital banking* dan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya sebagai referensi.

1.6.2 Aspek Praktis

Penelitian ini bermanfaat sebagai bahan pertimbangan PT Bank Jago Tbk dalam meningkatkan pelayanan kepada nasabah, terutama dikaitkan dengan penilaian nasabah akan *Confirmation*, *Perceived Usefulness*, *Satisfaction*, *Attitude*, *Self-Efficacy*, *Channel Preference*, dan *Continuance Intention* dalam menggunakan aplikasi Jago.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika pada penelitian ini terbagi menjadi 5 (lima) bab yaitu sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum mengenai objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan dan kegunaan diadakannya penelitian serta sistematika penulisan tugas akhir ini dengan judul “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *CONTINUANCE INTENTION* DALAM PENGGUNAAN APLIKASI JAGO MENGGUNAKAN MODEL MODIFIKASI *TECHNOLOGY CONTINUANCE THEORY*”.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini berisikan penjelasan dari literatur penelitian yang berkaitan dengan teori-teori penelitian yang berkaitan dengan model mendukung solusi permasalahan, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini dipaparkan tentang metode penelitian yang meliputi jenis penelitian yang dilakukan, variabel, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang analisis data yang menitikberatkan pada hasil olahan data sesuai dengan metode yang digunakan. Interpretasi hasil analisis dari objek penelitian sesuai dengan uji statistik yang digunakan.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dari analisis dan pembahasan dari bab-bab sebelumnya dan saran yang dapat berguna dari segi aspek teoritis dan dari segi aspek praktisi, serta pihak-pihak lainnya yang terkait.