

Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Enjoyment* terhadap *Continuance Intention* Pengguna Aplikasi Bestee Ku

Iqnes Septya Arifani

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember, Jl. Kalimantan

Tegalboto No.37

E-mail: iqnestya@icloud.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived enjoyment* terhadap *continuance intention* pengguna aplikasi Bestee Ku, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *explanatory* dan melibatkan 120 responden melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*. Implikasi dari temuan ini mendorong pengembang aplikasi untuk mengoptimalkan kemudahan, manfaat, dan pengalaman menyenangkan guna meningkatkan keberlanjutan penggunaan.

Kata Kunci: *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *perceived enjoyment*, *continuance intention*.

Abstract

This study aims to analyze the influence of perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived enjoyment on the continuance intention of Bestee Ku application users, both partially and simultaneously. A quantitative approach was employed using explanatory research, involving 120 respondents selected through purposive sampling. Data were collected via questionnaires and analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS 27. The results indicate that all three independent variables have a positive and significant effect on continuance intention, both partially and simultaneously. These findings suggest that application developers should optimize ease of use, perceived benefits, and enjoyable user experiences to enhance user continuance.

Keywords: *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *perceived enjoyment*, *continuance intention*.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah menciptakan perubahan besar dalam perilaku sosial, ekonomi, dan pendidikan masyarakat global. Laporan dari Statista (2024) mencatat bahwa pada tahun 2024 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai lebih dari 221 juta jiwa, menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara dengan pertumbuhan adopsi teknologi digital tercepat di Asia Tenggara. Tren ini turut berdampak pada peningkatan penggunaan aplikasi berbasis mobile, termasuk dalam sektor pemberdayaan masyarakat dan literasi keuangan.

Dalam hal ini, PT Bank BTPN Syariah mengembangkan aplikasi Bestee Ku, yang menasar segmen masyarakat prasejahtera produktif khususnya nasabah perempuan pelaku UMKM. Aplikasi ini merupakan bagian dari pendekatan pembelajaran digital berbasis *microlearning* dengan konten seperti video edukatif, kuis, dan modul literasi keuangan. Keunggulan dari Bestee Ku adalah fleksibilitasnya dalam memberikan akses pembelajaran kapan saja dan di mana saja, mendukung misi lembaga untuk "menjadi bank yang memberdayakan dan menyertakan jutaan masyarakat dalam sistem keuangan formal" (PT Bank BTPN, 2023; 2024).

Namun, meskipun angka adopsi awal aplikasi ini cukup menggembirakan, tantangan berikutnya adalah mendorong *continuance intention* atau keberlanjutan penggunaan dalam jangka panjang. Dalam survei terhadap 120 responden pengguna aplikasi Bestee Ku di MMS Area Grugugan, Kabupaten Bondowoso, ditemukan bahwa 30% pengguna baru menggunakan aplikasi selama 1–3 bulan, sedangkan hanya 20% yang telah menggunakannya lebih dari 6 bulan. Mayoritas pengguna (68%) adalah perempuan usia 25–45 tahun, dengan latar belakang pendidikan SMA (31,7%) dan pekerjaan utama sebagai pelaku usaha kecil serta pekerja informal.

Fakta ini menunjukkan bahwa, meskipun aplikasi Bestee Ku telah berhasil menjangkau target segmen yang sesuai, keberlanjutan penggunaannya masih belum optimal. Padahal, keberhasilan aplikasi pemberdayaan digital tidak hanya ditentukan oleh akses awal, tetapi juga oleh sejauh mana pengguna tetap terlibat, merasa terbantu, dan memperoleh manfaat nyata secara berkelanjutan.

Untuk menjelaskan fenomena ini, model *Technology Acceptance Model* (TAM) menjadi kerangka kerja yang paling sesuai. TAM menjelaskan bahwa perilaku adopsi dan penggunaan teknologi ditentukan oleh *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan), *perceived usefulness* (kegunaan yang dirasakan), dan *perceived enjoyment* (kenyamanan atau kesenangan saat menggunakan aplikasi) (Davis & Granić, 2024; Ajzen & Kruglanski, 2019). Model ini telah digunakan secara luas dalam berbagai studi teknologi, mulai dari sektor pendidikan (Huang & Liu, 2024), keuangan (Iramaidha et al., 2025), hingga media sosial (Syafika & Antonio, 2024).

Studi oleh Jo (2022) menunjukkan bahwa dalam aplikasi sosial seperti TikTok atau Instagram, *perceived enjoyment* memiliki pengaruh kuat terhadap *continuance intention*, terutama di kalangan pengguna muda. Hal serupa juga ditemukan oleh Akdim et al. (2022), yang menyatakan bahwa aspek hedonic dan utilitarian sama-sama penting dalam memengaruhi keterlibatan pengguna aplikasi.

Hal ini sejalan dengan konsep motivasi intrinsik dan ekstrinsik dalam teori reasoned action (Ajzen & Kruglanski, 2019), di mana keputusan untuk terus menggunakan aplikasi didasarkan pada persepsi kegunaan dan kepuasan emosional.

Perceived usefulness atau kegunaan yang dirasakan merupakan aspek yang sangat penting dalam konteks masyarakat prasejahtera. Jatimoyo et al. (2021) menemukan bahwa manfaat praktis, seperti peningkatan pendapatan atau efisiensi kerja, menjadi pendorong utama keberlanjutan penggunaan aplikasi keuangan. Dalam konteks aplikasi Bestee Ku, *perceived usefulness* mencakup sejauh mana aplikasi memberikan kontribusi terhadap pemahaman literasi keuangan, pengelolaan usaha, dan peningkatan kualitas hidup pengguna. Hal ini didukung oleh studi Fahrizal et al. (2023), yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* menjadi variabel paling signifikan dalam menjelaskan niat menggunakan aplikasi layanan digital selama pandemi.

Sementara itu, *perceived ease of use* menjadi aspek krusial dalam pengguna dengan literasi digital rendah. Menurut Huang (2021), kesederhanaan antarmuka dan kemudahan navigasi dapat secara signifikan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna. Dalam studi Novianti & Bharata (2022), kemudahan penggunaan aplikasi pembayaran digital seperti ShopeePay berkontribusi pada keputusan penggunaan jangka panjang, terutama di kalangan pengguna baru. Dalam konteks Bestee Ku, fitur antarmuka yang ramah pengguna dan konten yang dapat dipahami dengan mudah menjadi kunci dalam menciptakan pengalaman positif bagi pengguna dari kalangan menengah ke bawah.

Gap penelitian muncul karena studi-studi sebelumnya banyak dilakukan dalam konteks aplikasi digital untuk konsumen umum, mahasiswa, atau profesional muda di kota besar (Syafika & Antonio, 2024; Dinanti & Bharata, 2023). Padahal, karakteristik pengguna aplikasi Bestee Ku sangat berbeda. Mereka berasal dari kelompok dengan literasi formal dan digital terbatas, waktu belajar yang minim, serta akses internet yang tidak selalu stabil. Oleh karena itu, pendekatan konvensional terhadap adopsi teknologi perlu disesuaikan dengan realitas pengguna di lapangan.

Penelitian oleh Nurrohman et al. (2025) memperlihatkan bahwa perilaku konsumen di Kalimantan Timur yang terdorong oleh big data memiliki pola yang sangat kontekstual, tergantung pada sosial ekonomi dan akses informasi. Hal ini menunjukkan pentingnya pendekatan lokal dalam merancang dan mengevaluasi sistem pembelajaran digital. Judijanto et al. (2024) bahkan menyebutkan bahwa transformasi digital di Indonesia masih menghadapi tantangan integrasi antara teknologi dan konteks sosial budaya masyarakat, terutama di sektor UMKM dan pendidikan non-formal.

Kebaruan ilmiah (*novelty*) dari penelitian ini adalah mengintegrasikan ketiga variabel utama dalam TAM (*perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived enjoyment*) secara simultan dalam konteks aplikasi berbasis pemberdayaan perempuan produktif di pedesaan. Selain itu, pendekatan berbasis data primer dari responden pengguna aktual aplikasi Bestee Ku memberikan sumbangan nyata bagi penguatan literatur akademik yang selama ini didominasi

oleh studi berbasis populasi digital kelas menengah perkotaan.

Studi ini juga memperluas kajian TAM dengan mengkaitkan dimensi emotional engagement dan motivasi intrinsik sebagai pendorong loyalitas, sebagaimana diusulkan oleh Akdim et al. (2022) dan Jo (2022). Dalam kerangka ini, continuance intention tidak hanya dilihat sebagai hasil dari rasionalitas fungsional, tetapi juga keterikatan emosional dan rasa memiliki terhadap aplikasi yang digunakan.

Berdasarkan latar belakang dan kajian literatur tersebut, maka rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* pengguna aplikasi Bestee Ku?
2. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* pengguna aplikasi Bestee Ku?
3. Apakah *perceived enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* pengguna aplikasi Bestee Ku?
4. Apakah ketiga variabel tersebut secara simultan berpengaruh terhadap *continuance intention* pengguna aplikasi Bestee Ku?

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka hipotesis penelitian yang diajukan adalah:

H1: *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *continuance intention*.

H2: *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *continuance intention*.

H3: *Perceived enjoyment* berpengaruh positif terhadap *continuance intention*.

H4: *Perceived ease of use, perceived usefulness, dan perceived enjoyment* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis secara empiris pengaruh *perceived ease of use, perceived usefulness, dan perceived enjoyment* terhadap *continuance intention* pengguna aplikasi Bestee Ku pada nasabah perempuan produktif di MMS Area Grujungan, Kabupaten Bondowoso. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan model TAM dalam konteks aplikasi pembelajaran berbasis pemberdayaan masyarakat, serta memberikan implikasi praktis bagi pengembang aplikasi dan institusi keuangan dalam menyusun strategi retensi pengguna berbasis pengalaman emosional dan utilitarian.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang menggunakan data dalam bentuk angka dan dianalisis menggunakan rumusan statistik (Ghozali, 2021). Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*, yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Bestee Ku di wilayah MMS area Grujungan, Kabupaten Bondowoso. Pemilihan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu, yaitu pengguna aktif *smartphone* yang telah menggunakan aplikasi Bestee Ku minimal

satu kali dalam sebulan terakhir dan berdomisili di Kecamatan Grujugan atau Maesan. Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Hair et al. (2022), yaitu jumlah indikator dikalikan 10. Dalam penelitian ini terdapat 12 indikator, sehingga diperoleh 120 responden.

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat ukur utama yang disebarakan secara daring melalui Google Form. Variabel yang diteliti terdiri dari perceived ease of use (X_1), yaitu kemudahan yang dirasakan pengguna dalam mengoperasikan aplikasi, dengan indikator easy to learn, controllable, dan clear and understandable (Davis dan Granić, 2024); perceived usefulness (X_2), yaitu sejauh mana pengguna merasakan manfaat aplikasi dalam meningkatkan produktivitas, dengan indikator work more quickly, improve job performance, dan increase productivity (Davis dan Granić, 2024); perceived enjoyment (X_3), yaitu tingkat kesenangan subjektif pengguna selama menggunakan aplikasi, dengan indikator pleasure, enjoyable, dan fun (Davis dan Granić, 2024); serta continuance intention (Y), yaitu niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi di masa depan, dengan indikator intend, plan, dan will.

Pengukuran data menggunakan skala Likert 5 poin (Sugiyono, 2019), dengan kategori dari 1 = Sangat Tidak Setuju (STS) hingga 5 = Sangat Setuju (SS). Selain kuesioner, penelitian ini juga menggunakan studi kepustakaan dari jurnal, buku, dan artikel ilmiah sebagai data sekunder. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan SPSS 27, di mana item dinyatakan valid apabila nilai signifikansi $< 0,05$. Uji reliabilitas dilakukan dengan metode Cronbach's Alpha, di mana suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai alpha $> 0,60$.

Analisis data diawali dengan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, uji multikolinearitas dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) < 10 dan Tolerance $> 0,10$, serta uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser dengan signifikansi $> 0,05$. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dengan persamaan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$, di mana Y adalah continuance intention, X_1 adalah perceived ease of use, X_2 adalah perceived usefulness, dan X_3 adalah perceived enjoyment, sementara a adalah konstanta, dan b_1 , b_2 , dan b_3 adalah koefisien regresi.

Uji hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, dan uji F untuk menguji pengaruh simultan. Hasil dinyatakan signifikan jika nilai signifikansi $< 0,05$. Selain itu, uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, di mana nilai R^2 yang mendekati 1 menunjukkan kontribusi yang kuat.

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Validasi data karakteristik penelitian ini meliputi usia, pendidikan, domisili, durasi penggunaan aplikasi, pekerjaan, dan pendapatan.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Usia	20 – 23	13	10,8
	24 – 27	16	13,3
	28 – 31	14	11,7
	32 – 35	18	15
	36 – 39	26	21,7
	40 – 43	19	15,8
	44 – 47	10	8,3
	48 – 51	4	3,3
Pendidikan	SD/Sederajat	16	13.3
	SMP/Sederajat	35	29.2
	SMA/Sederajat	38	31.7
	Diploma/Sarjana/Sederajat	31	25.8
Domisili	Grujugan	64	53.3
	Maesan	56	46.7
Durasi Penggunaan	1-3 bulan	36	30
	3-6 bulan	33	27,5
	7-12 bulan	30	25
	> 1 tahun	21	17.5
Pekerjaan	Pegawai Negeri	2	1.7
	Wirausaha	47	39.2
	Pegawai Swasta	32	26.7
	Lainnya	39	32.5
Pendapatan	< Rp. 1.000.000	1	0.8
	Rp. 1.000.001 - Rp. 3.000.000	57	47.5
	Rp. 3.000.001 - Rp. 6.000.000	51	42.5
	> Rp. 6.000.000	11	9.2

Sumber: Data Peneliti (2025)

Responden penelitian ini berjumlah 120 orang yang merupakan pengguna aktif aplikasi Bestee Ku di wilayah MMS area Grujugan, Kabupaten Bondowoso. Pada tabel 1 di atas, sebagian besar responden adalah perempuan (66,7%) dan lahir pada tahun 1985–1988 (28,3%). Mayoritas memiliki tingkat pendidikan SMA/ sederajat (31,7%) dan berdomisili di Kecamatan Grujugan (53,3%), yang merupakan salah satu area aktif pemberdayaan BTPN Syariah. Lama penggunaan aplikasi didominasi oleh responden yang telah menggunakan Bestee Ku selama 1–3 bulan (30%), menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna berada pada fase awal adopsi aplikasi. Berdasarkan frekuensi penggunaan, sebagian besar responden mengakses aplikasi sebanyak 1–2 kali dalam seminggu. Topik favorit yang sering

diakses mencerminkan ketertarikan terhadap materi kewirausahaan dan pengelolaan keuangan rumah tangga, sesuai dengan karakteristik segmen pengguna yang fokus pada peningkatan kesejahteraan keluarga melalui jalur usaha.

Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen dilakukan untuk memastikan bahwa alat ukur penelitian dinyatakan valid dan reliabel.

Tabel 2. Uji Instrumen Penelitian

Variabel	Jumlah Item	Validitas (Nilai Sig.)	Reliabilitas (Cronbach's Alpha)
<i>Perceived Ease of Use</i> (X1)	8	<0,001	0,814
<i>Perceived Usefulness</i> (X2)	6	<0,001	0,801
<i>Perceived Enjoyment</i> (X3)	6	<0,001	0,745
<i>Continuance Intention</i> (Y)	8	<0,001	0,774

Sumber: Hasil olah data SPSS 2.7 (2025)

Uji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's Alpha* menunjukkan bahwa variabel *perceived ease of use* (X₁) memiliki nilai 0,814, *perceived usefulness* (X₂) 0,801, *perceived enjoyment* (X₃) 0,745, dan *continuance intention* (Y) 0,774. Semua nilai tersebut berada di atas 0,7, sehingga variabel-variabel tersebut dinyatakan reliabel (Ghozali, 2021), yang menandakan konsistensi jawaban responden dalam kuesioner dan data dapat digunakan untuk mendukung pengujian hipotesis.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual dalam penelitian mengikuti distribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan adalah *Kolmogorov-Smirnov*, dengan pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikansi (*Asym.Sig*). Jika nilai *Asym.Sig* lebih dari 0,05, maka data dianggap berdistribusi normal (Ghozali, 2021).

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		120
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1.68610602

<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.079
	<i>Positive</i>	.067
	<i>Negative</i>	-.079
<i>Test Statistic</i>		.079
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.063

Sumber: Hasil olah data SPSS 2.7 (2025)

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* untuk *Unstandardized Residual* adalah 0,063, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, maka data dalam penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui adanya korelasi antar variabel bebas dalam model regresi (Ghozali, 2021). Penentuan multikolinearitas didasarkan pada nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan tolerance, di mana jika VIF kurang dari 10 dan tolerance lebih dari 0,10 pada setiap variabel independen, maka data dianggap bebas dari masalah multikolinearitas.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

<i>Coefficients^a</i>							
<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	<i>(Constant)</i>	9.514	1.912		4.975	<.001	
	<i>Perceived Ease of Use</i>	.330	.036	.576	9.244	<.001	.969 1.032
	<i>Perceived Usefulness</i>	.180	.042	.268	4.310	<.001	.976 1.025
	<i>Perceived Enjoyment</i>	.292	.043	.416	6.758	<.001	.993 1.007

Sumber: Hasil olah data SPSS 2.7 (2025)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, seluruh variabel independen, yaitu *perceived ease of use* (X_1), *perceived usefulness* (X_2), dan *perceived enjoyment* (X_3), memiliki nilai tolerance di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10,00. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat indikasi multikolinearitas di antara ketiga variabel tersebut dalam model regresi yang digunakan.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mendeteksi adanya perbedaan varian residual dalam model regresi (Ghozali, 2021). Pengujian dilakukan menggunakan scatterplot dan uji Glejser. Jika pola pada scatterplot tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan tidak terjadi

heteroskedastisitas. Selain itu, model dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas jika nilai signifikansi (sig) > 0,05, sedangkan nilai sig < 0,05 menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-.054	.954		-.056	.955
	Perceived Ease of Use	.028	.018	.144	1.544	.125
	Perceived Usefulness	.013	.021	.058	.620	.536
	Perceived Enjoyment	.012	.022	.052	.563	.575

Sumber: Hasil olah data SPSS 2.7 (2025)

Berdasarkan hasil analisis, nilai signifikansi dari seluruh variabel independen, yaitu *perceived ease of use* (X₁) sebesar 0,125, *perceived usefulness* (X₂) sebesar 0,536, dan *perceived enjoyment* (X₃) sebesar 0,575, menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas dalam model regresi ini, sehingga model memenuhi asumsi klasik dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Analisis Regresi Linear Berganda dan Hasil Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis linier berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel *perceived ease of use* (X₁), *perceived usefulness* (X₂), *perceived enjoyment* (X₃) terhadap *continuance intention* (Y). Berdasarkan persamaan regresi, $Y = 9,514 + 0,330X_1 + 0,180X_2 + 0,292X_3$ dapat diinterpretasikan bahwa:

- Nilai konstanta sebesar 9,514 menunjukkan bahwa jika nilai variabel *perceived ease of use* (X₁), *perceived usefulness* (X₂), dan *perceived enjoyment* (X₃) sama dengan nol (0), maka nilai variabel *continuance intention* (Y) adalah 9,514. Nilai ini mencerminkan kondisi awal saat *continuance intention* (Y) belum dipengaruhi oleh variabel independen dalam penelitian ini.
- Nilai Koefisien *Perceived Ease of Use* (X₁) sebesar 0,330, yang berarti setiap peningkatan satu satuan dalam variabel ini akan meningkatkan *continuance intention* sebesar 0,330, dengan asumsi variabel lainnya tetap.
- Nilai Koefisien *Perceived Usefulness* (X₂) sebesar 0,180, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam variabel ini akan meningkatkan *continuance intention* sebesar 0,180, dengan asumsi variabel lain tetap

konstan.

- d. Nilai Koefisien *Perceived Enjoyment* (X_3) sebesar 0,292, yang berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam variabel ini akan meningkatkan *continuance intention* sebesar 0,292, jadi semakin tinggi tingkat kesenangan yang dirasakan pengguna, semakin besar kemungkinan mereka untuk terus menggunakan aplikasi Bestee Ku.

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh tiap variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel lainnya tetap konstan. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05, di mana jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima (Ghozali, 2021).

Tabel 6. Hasil Uji t

<i>Coefficients^a</i>					
<i>Model</i>	<i>Unstandardized</i>		<i>Standardized</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
(Constant)	9.514	1.912		4.975	<.001
<i>Perceived Ease of Use</i>	.330	.036	.576	9.244	<.001
<i>Perceived Usefulness</i>	.180	.042	.268	4.310	<.001
<i>Perceived Enjoyment</i>	.292	.043	.416	6.758	<.001

Sumber: Hasil olah data SPSS 2.7 (2025)

Pada variabel *perceived ease of use* (X_1), nilai signifikansi < 0,001 (lebih kecil dari 0,05) dan nilai t hitung sebesar 9,244 ($t_{hitung} > t_{tabel} = 9,244 > 1,980$) menunjukkan bahwa *perceived ease of use* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* (Y). Pada variabel *perceived usefulness* (X_2), nilai signifikansi < 0,001 dan t hitung sebesar 4,310 ($t_{hitung} > t_{tabel} = 4,310 > 1,980$), yang berarti *perceived usefulness* juga memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap *continuance intention*. Sedangkan pada variabel *perceived enjoyment* (X_3), nilai signifikansi < 0,001 dengan t hitung sebesar 6,758 ($t_{hitung} > t_{tabel} = 6,758 > 1,980$), mengindikasikan bahwa *perceived enjoyment* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention*. Dengan demikian, ketiga variabel independen memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan *continuance intention* dalam penggunaan aplikasi Bestee Ku.

3. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan bertujuan untuk menguji apakah kedua variabel independen, yaitu *perceived ease of use* (X_1), *perceived usefulness* (X_2), dan *perceived*

enjoyment (X_3) secara kolektif berpengaruh terhadap variabel dependen, yaitu *continuance intention* (Y). Pengambilan keputusan dalam uji ini didasarkan pada perbandingan antara nilai F hitung dan F tabel, serta menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 sebagai acuan (Ghozali, 2021).

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	437.389	3	145.796	49.990	<.001 ^b
Residual	338.311	116	2.916		
Total	775.700	119			

Sumber: Hasil olah data SPSS 2.7 (2025)

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai F hitung sebesar 49,990 yang lebih besar dari F tabel sebesar 3,07, dengan nilai signifikansi $F < 0,001$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan, variabel *perceived ease of use* (X_1), *perceived usefulness* (X_2), dan *perceived enjoyment* (X_3) berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* (Y), yang mengindikasikan bahwa ketiga variabel tersebut bersama-sama memberikan kontribusi dalam meningkatkan niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi Bestee Ku.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sejauh mana model regresi mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen berdasarkan variabel independen yang digunakan (Ghozali, 2021). Dengan kata lain, nilai R^2 menunjukkan persentase kontribusi variabel independen dalam memengaruhi variabel dependen dalam suatu model.

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.751 ^a	.564	.553	1.708

Sumber: Hasil olah data SPSS 2.7 (2025)

Berdasarkan hasil uji Koefisien Determinasi (R^2) pada tabel 4.20, menunjukkan hasil R Square model sebesar 0,564. Artinya variabel *continuance intention* (Y) dipengaruhi oleh variabel *perceived ease of use* (X_1), *perceived usefulness* (X_2), dan *perceived enjoyment* (X_3) sebesar 56,4%.

Faktor Penentu *Continuance Intention* Pengguna Aplikasi Bestee Ku

Perceived ease of use (PEOU) atau persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu komponen kunci dalam Technology Acceptance Model (TAM) yang pertama kali dikembangkan oleh Davis (1989) dan kemudian diperluas oleh Davis & Granić (2024). Dalam aplikasi Bestee Ku, penelitian ini

menunjukkan bahwa PEOU memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *continuance intention* atau niat berkelanjutan pengguna dalam memakai aplikasi. Hal ini ditunjukkan oleh tingginya skor pada indikator “menguasai penggunaan aplikasi Bestee Ku dalam waktu singkat”, yang mencerminkan kemudahan akses dan navigasi fitur. Mayoritas responden menyatakan bahwa mereka tidak membutuhkan waktu lama untuk memahami cara kerja aplikasi, menandakan bahwa desain antarmuka aplikasi cukup intuitif dan minim beban kognitif, bahkan bagi pengguna dengan tingkat literasi digital yang rendah.

Temuan ini sejalan dengan studi Jatimoyo et al. (2021) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan mampu memperkuat kepercayaan dan loyalitas pengguna terhadap sistem digital. Hal ini sangat relevan dengan karakteristik demografis pengguna Bestee Ku yang sebagian besar adalah ibu rumah tangga dan pelaku usaha mikro dalam program pemberdayaan BTPN Syariah (Widowati, 2024). Namun demikian, terdapat indikasi adanya ketimpangan persepsi, terutama pada item “memahami tampilan dalam aplikasi Bestee Ku” yang memperoleh skor terendah. Artinya, meskipun aplikasi secara fungsi mudah digunakan, tetapi aspek desain visual masih belum memenuhi ekspektasi pengguna. Sebagaimana diungkapkan oleh Akdim et al. (2022), elemen visual seperti warna, animasi, dan pengaturan ikon sangat menentukan user engagement dan persepsi kenyamanan, terutama dalam aplikasi yang bersifat edukatif. Oleh karena itu, pengembang disarankan untuk mengadopsi pendekatan *user-centered design* dan melibatkan pengguna dalam proses *user experience (UX)* testing guna memastikan kemudahan dan kenyamanan berjalan seiring.

Selain kemudahan penggunaan, *perceived usefulness (PU)* atau persepsi terhadap kegunaan juga terbukti menjadi faktor signifikan yang memengaruhi *continuance intention*. PU merujuk pada sejauh mana seseorang merasa bahwa aplikasi membantu meningkatkan produktivitas atau efektivitas kegiatan mereka (Davis, 1989). Pada aplikasi Bestee Ku, item dengan skor tertinggi adalah “mengakses informasi yang dibutuhkan dalam waktu singkat”, yang mencerminkan persepsi positif terhadap efisiensi aplikasi. Pengguna, khususnya dari kelompok ibu rumah tangga dan pelaku UMKM, merasa bahwa informasi yang disajikan relevan dan mudah dijangkau. Ini sangat penting mengingat keterbatasan waktu dan mobilitas kelompok pengguna ini (PT BTPN, 2023; 2024). Namun, masih ditemukan kelemahan pada aspek aplikatif konten, terlihat dari skor rendah pada item “mengembangkan keterampilan yang bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari”. Artinya, meskipun informasi tersedia, pengguna belum sepenuhnya merasakan dampak nyata terhadap peningkatan kapasitas atau kompetensi praktis mereka.

Kondisi ini mengindikasikan perlunya pengayaan konten yang lebih kontekstual dan responsif terhadap kebutuhan pengguna. Studi Huang (2021), Franque et al. (2021), serta Iramaidha et al. (2025) mendukung argumen bahwa PU yang tinggi akan memperkuat *behavioral intention* ketika konten digital bersifat praktis, aplikatif, dan berdampak nyata. Oleh sebab itu, pengembang disarankan untuk menambahkan fitur pembelajaran berbasis video, simulasi keuangan, kuis interaktif, dan pendekatan *problem-based learning*. Konten

semacam ini diharapkan tidak hanya meningkatkan PU, tetapi juga memberdayakan pengguna secara sosial dan ekonomi.

Aspek ketiga yang menjadi penentu *continuance intention* adalah *perceived enjoyment (PE)* atau persepsi kesenangan saat menggunakan aplikasi. Dalam kerangka TAM 3, PE merupakan faktor intrinsik yang memperkuat keterikatan emosional pengguna terhadap aplikasi, terlepas dari manfaat instrumentalnya (Davis & Granić, 2024). Hasil penelitian menunjukkan bahwa PE berpengaruh positif terhadap niat berkelanjutan dalam menggunakan Bestee Ku. Pengguna menyatakan kepuasan terhadap variasi materi dan fitur interaktif, sebagaimana terlihat dari skor tinggi pada item “puas dengan beragam materi pembelajaran” dan “puas menggunakan fitur interaktif”. Namun, terdapat ruang perbaikan, terutama pada indikator “saya merasa termotivasi untuk terus belajar karena materi yang menarik” yang menunjukkan skor rendah. Hal ini menyiratkan bahwa meskipun fitur menyenangkan, materi belum cukup menggugah motivasi belajar berkelanjutan.

Huang & Liu (2024) menekankan bahwa PE tidak sekadar berhubungan dengan elemen hiburan sesaat, tetapi juga berkaitan dengan *intrinsic motivation* dan keterlibatan emosional dalam proses belajar. Untuk itu, strategi gamifikasi seperti pemberian poin, lencana, atau *leaderboard* perlu diterapkan untuk meningkatkan engagement. Selain itu, penggunaan *microlearning* berbasis *storytelling* – seperti kisah inspiratif ibu rumah tangga pengguna aplikasi – dapat memperkuat identifikasi pengguna dan membentuk koneksi emosional yang lebih dalam terhadap platform.

Ketika ketiga faktor – PEOU, PU, dan PE – dianalisis secara simultan, mereka memberikan kontribusi signifikan terhadap *continuance intention*. Ini tercermin dari skor tinggi pada item “Bestee Ku adalah sumber pembelajaran yang akan diandalkan untuk terus mengembangkan keterampilan”, yang menunjukkan adanya *affective commitment* terhadap aplikasi. Akdim et al. (2022) menyatakan bahwa gabungan antara aspek utilitarian (PU dan PEOU) dan aspek hedonik (PE) dapat membentuk pengalaman pengguna yang holistik, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas terhadap platform digital. Akan tetapi, temuan pada item “lebih memilih menggunakan Bestee Ku daripada aplikasi pembelajaran lain” yang memperoleh skor rendah menandakan bahwa loyalitas terhadap Bestee Ku belum optimal. Hal ini sejalan dengan teori Reasoned Action dari Ajzen & Kruglanski (2019), yang menyatakan bahwa intensi perilaku yang kuat muncul dari keselarasan antara nilai, kepercayaan, dan pengalaman aktual. Maka dari itu, agar pengguna tetap setia, aplikasi perlu memberikan pengalaman yang tidak hanya memuaskan secara fungsional, tetapi juga bermakna secara emosional dan sosial.

Dari sisi teoretis, penelitian ini memperluas penerapan model TAM dalam konteks inklusi keuangan digital, khususnya pada kelompok perempuan berbasis komunitas. Dengan menganalisis tiga variabel utama – PEOU, PU, dan PE – secara simultan, studi ini menunjukkan bahwa keberlanjutan penggunaan teknologi tidak hanya didorong oleh kemudahan dan kegunaan, tetapi juga oleh pengalaman emosional dan motivasi intrinsik pengguna. Hasil ini memperkuat

literatur dari Huang (2021), Jo (2022), dan Novianti & Bharata (2022), dan memberikan kerangka kerja konseptual baru bagi pengembangan aplikasi pembelajaran berbasis komunitas yang lebih efektif dan humanistik.

Implikasi praktis dari penelitian ini cukup jelas. Bagi pengembang aplikasi Bestee Ku, terdapat sejumlah rekomendasi penting. Pertama, aspek visual dan navigasi perlu disempurnakan agar lebih ramah bagi pengguna pemula. Kedua, konten aplikasi harus lebih aplikatif, seperti pelatihan keuangan rumah tangga, manajemen usaha mikro, dan pendidikan anak. Ketiga, elemen gamifikasi dan storytelling perlu diintegrasikan dalam desain aplikasi guna meningkatkan keterlibatan dan kesenangan pengguna. Terakhir, evaluasi UX secara berkala perlu dilakukan dengan melibatkan komunitas pengguna secara langsung agar inovasi aplikasi benar-benar berakar pada pengalaman dan kebutuhan nyata mereka.

Penelitian ini menegaskan bahwa *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived enjoyment* memiliki kontribusi signifikan terhadap *continuance intention* pengguna aplikasi Bestee Ku, terutama dalam konteks pemberdayaan perempuan dan inklusi keuangan digital. Studi ini tidak hanya mendukung model TAM, tetapi juga menggarisbawahi pentingnya integrasi antara aspek fungsional, emosional, dan sosial dalam merancang aplikasi edukatif. Untuk meningkatkan loyalitas dan keberlanjutan penggunaan aplikasi, pengembang dan pemangku kepentingan perlu mempertimbangkan pendekatan berbasis komunitas dan pengalaman pengguna yang lebih mendalam.

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived enjoyment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* pengguna aplikasi Bestee Ku, baik secara parsial maupun simultan. Kemudahan penggunaan aplikasi dengan antarmuka yang sederhana, manfaat nyata dari modul dan video pembelajaran, serta pengalaman menyenangkan melalui materi variatif dan fitur interaktif, menjadi faktor utama yang mendorong pengguna untuk terus memakai aplikasi secara berkelanjutan. Kombinasi ketiga faktor tersebut telah membangun persepsi positif yang kuat bagi pengguna Bestee Ku. Oleh karena itu, pengembang disarankan untuk terus meningkatkan kemudahan akses, relevansi konten, dan interaktivitas fitur agar loyalitas pengguna tetap terjaga. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas populasi dan metode pengumpulan data agar hasil lebih komprehensif dan representatif.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada BTPN Syariah yang telah memberikan dukungan dan data lapangan dalam pelaksanaan penelitian ini, khususnya melalui program pemberdayaan komunitas perempuan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para responden pengguna aplikasi Bestee Ku yang telah meluangkan waktu untuk memberikan jawaban dan insight selama proses

pengumpulan data berlangsung. Selain itu, apresiasi diberikan kepada rekan-rekan dosen pembimbing dan tim asisten riset yang telah membantu dalam analisis data dan validasi instrumen.

Daftar Pustaka

- Akdim, K., Casaló, L. V., & Flavián, C. (2022). The role of utilitarian and hedonic aspects in the continuance intention to use social mobile apps. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 66, 102888. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102888>
- Ajzen, I., & Kruglanski, A. W. (2019). Reasoned action in the service of goal pursuit. *Psychological Review*, 126(5), 774–786. <https://doi.org/10.1037/rev0000155>
- Alfira, A., Bharata, W., & Sanjaya, A. (2021). Media sosial marketing pada Instagram Shopee Indonesia dan pengaruhnya terhadap customer engagement serta brand image. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Finance*, 1(2), 95–104.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Davis, F. D., & Granić, A. (2024). Introduction: “Once upon a TAM”. In *The technology acceptance model* (pp. 1–10). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-33687-3_1
- Dinanti, W. D., & Bharata, W. (2023). Exploration of consumer buying interests at TikTok Stores live streaming based on the Stimulus Organism Response (SOR) framework. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)*, 12(2), 254–264.
- Fahrizal, Suherman, & Febrilia, I. (2023). Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness dan satisfaction terhadap continuance intention pengguna aplikasi food delivery saat pandemi. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 4(2), 1–10.
- Franque, T., Oliveira, C., Tam, C., & Santini, F. O. (2021). A meta-analysis of the quantitative studies in continuance intention to use an information system. *Internet Research*, 31(1), 1–21. <https://doi.org/10.1108/INTR-11-2019-0477>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (10th ed.). Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Huang, C. H. (2021). Exploring the continuous usage intention of online learning platforms from the perspective of social capital. *Information (Switzerland)*, 12(4), 141. <https://doi.org/10.3390/info12040141>

- Huang, F., & Liu, S. (2024). If I enjoy, I continue: The mediating effects of perceived usefulness and perceived enjoyment in continuance of asynchronous online English learning. *Education Sciences*, 14(8), 80880. <https://doi.org/10.3390/educsci14080880>
- Iramaidha, A. E., Hidayat, K., Fahrudi, A. N. L. I., & Nurrohman, R. (2025). Assessing the impact of service quality, perceived usefulness, and ease of use on e-filing adoption: A Technology Acceptance Model (TAM) perspective on taxpayer satisfaction and compliance. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 9(14), 610–618.
- Jatimoyo, D., Rohman, F., & Djazuli, A. (2021). The effect of perceived ease of use on continuance intention through perceived usefulness and trust. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 10(4), 430–437. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i4.1223>
- Jo, H. (2022). Antecedents of continuance intention of social networking services (SNS): Utilitarian, hedonic, and social contexts. *Mobile Information Systems*, 2022, 7904124. <https://doi.org/10.1155/2022/7904124>
- Judijanto, L., & Nurrohman, R. (2024). Transforming the business world: Analysis of sustainable business implementation and environmental, social, governance (ESG) in gaining investor trust. *Unpublished manuscript*.
- Judijanto, L., Yusniar, Y., Nurrohman, R., Sudarmanto, E., & Supriatna, E. (2024). Bibliometric review on digital economy and industry convergence: The impact of digitalization on business adaptation and innovation. *West Science Interdisciplinary Studies*, 2(10), 1963–1974.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran* (15th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Mona Siahaan. (2024, September 24). Number of users of the online learning platforms market Indonesia 2018–2028. *Statista*. <https://www.statista.com/forecasts/1395187/indonesia-number-of-users-of-online-learning-platforms>
- Novianti, R., & Bharata, W. (2022). Elaborasi model Technology Acceptance Model (TAM) dan DeLone & McLean untuk mengukur faktor penggunaan ShopeePay. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah*, 4(2), 382–389.
- Nurrohman, R., Hakim, A. F., Hikmah, M., Nadroh, U., & Ibrizah, Z. (2025). Big data-driven consumer behavior prediction as a basis for sustainable decision-making: A study of Generation Z in East Kalimantan. *GEMAH RIPAHA: Jurnal Bisnis*, 5(3), 1–13.
- Nurrohman, R., Astuti, E. S., & Yulianto, E. (2023). The effect of e-CRM implementation and e-service quality on corporate image and customer satisfaction and its impact on customer loyalty. *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 17(2), 167–179.

- PT Bank BTPN Tbk. (2023). *Impacting millions of lives*. <https://www.btpn.com>
- PT Bank BTPN Tbk. (2024). *Charting a new path*. <https://www.smbci.com>
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syafika, Y. Z., & Antonio, G. R. (2024). Impacts of the Technology Acceptance Model (TAM) on the use of the TikTok e-commerce application among Indonesian students. *Journal of Entrepreneurship*, 3(2), 47–64. <https://doi.org/10.56943/joe.v3i2.591>
- Widowati, H. (2024, October 26). BTPN Syariah bukukan laba bersih Rp 771 miliar di kuartal III 2024. *Katadata*. <https://katadata.co.id>