

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI
KEMUDAHAN TERHADAP KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN
MENGUNAKAN CUPK *MOBILE* (Studi Pada Anggota CUPK)**

Kasimun

Manajemen Pemasaran

Email:kalampepatah@gmail.com

ABSTRAK

Tesis ini dilatar belakangi oleh kondisi yang dialami oleh Lembaga *Credit Union* Pancur Kasih (CUPK) untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepercayaan anggotanya melalui aplikasi CUPK *Mobile*. Peluncuran aplikasi ini dimulai tahun 2016, dan dikembangkan lagi sehingga ada perubahan fitur serta logo pada tahun 2018. Layanan *mobile* ini sangat bagus memberikan kemudahan, efektif dan efisien tetapi banyak anggota yang belum menggunakan aplikasi tersebut, dari jumlah anggota CUPK 182.478 orang (data CUPK tahun 2021) jumlah yang *download* 2042 orang dengan presentasi 1,21% jika dibandingkan dengan jumlah anggota. Dari jumlah pengguna 2042 yang aktif tahun 2018:659 orang dengan presentase 99,5%, 2019: 777 orang presentase 99,7%, 2020:550 orang presentase 98,6%, dan 2021:163 orang mengalami penurunan menjadi 8% pengguna aktif. Penelitian ini bertujuan: 1). Untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi manfaat CUPK *Mobile* terhadap kepuasan anggota CUPK. 2). Untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan CUPK *Mobile* terhadap kepuasan anggota CUPK. 3). Untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi manfaat CUPK *Mobile* terhadap kepercayaan anggota CUPK. 4). Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kemudahan CUPK *Mobile* terhadap kepercayaan anggota CUPK. 5). Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepuasan CUPK *Mobile* terhadap kepercayaan anggota CUPK. Metode penelitian yang digunakan adalah Analisis Jalur (path analysis) dengan menghitung metode koefisien jalur I dan II. Tempat penelitian, penelitian ini dilakukan pada Lembaga keuangan *Credit Union* Pancur Kasih, Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner, dengan populasi adalah anggota CUPK yang menggunakan aplikasi CUPK *Mobile* dengan sampel adalah anggota yang menggunakan CUPK *Mobile*, dan data yang memberi tanggapan berhasil dihimpun sebanyak 155. Hasil analisis path menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat (X1) = 0.006, persepsi kemudahan (X2)=0.000, kepuasan (Y)=0,001, lebih kecil dari 0.05. Hasil penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa variabel X1, X2, dan Y berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

Kata kunci: persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepuasan dan kepercayaan menggunakan CUPK *Mobile*.

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PERCEPTIONS OF BENEFITS,
PERCEPTIONS OF EASY TO SATISFACTION AND TRUST USING
CUPK MOBILE (Study on CUPK Members)**

Kasimun
Marketing Management
Email: kalampepatah@gmail.com

ABSTRACT

The background of this thesis is the conditions experienced by the Pancur Kasih Credit Union Institution (CUPK) to improve the quality of service and trust of its members through the CUPK Mobile application. The launch of this application began in 2016, and developed again so that there are changes to features and logo in 2018. This mobile service is very good at providing convenience, effective and efficient but many members have not used the application, of the total number of CUPK members 182,478 people (CUPK data for 2021) the number of downloads is 2042 people with a presentation of 1.21% when compared to the number of members. Of the 2042 users who were active in 2018: 659 people with a percentage of 99.5%, 2019: 777 people with a percentage of 99.7%, 2020: 550 people with a percentage of 98.6%, and 2021: 163 people decreased to 8% active users .This research aims: 1).To test and analyze the effect of the perceived benefits of CUPK Mobile on the satisfaction of CUPK members. 2). To test and analyze the effect of the perceived convenience of CUPK Mobile on the satisfaction of CUPK members. 3). To test and analyze the effect of perceived benefits of CUPK Mobile on the trust of CUPK members. 4). To test and analyze the effect of the convenience of CUPK Mobile on the trust of CUPK members. 5). To test and analyze the effect of CUPK Mobile satisfaction on the trust of CUPK members. The research method used is path analysis by calculating the path coefficients I and II methods. Place of research, this research was conducted at the Pancur Kasih Credit Union financial institution, while the data collection technique used questionnaires, with a population of CUPK members who use the CUPK Mobile application with a sample of members who use CUPK Mobile, and the data that gave responses was successfully collected as many as 155. The results of the path analysis showed that the variable perceived benefits (X1) = 0.006, perceived convenience (X2) = 0.000 , satisfaction (Y)=0.001, smaller than 0.05. The results of this study conclude that the variables X1, X2, and Y have a significant effect on variable Y.

Keywords: perceived benefits, perceived convenience, satisfaction and trust using CUPK Mobile.