

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP
*CONTINUANCE INTENTION***

(Survei pada Pengguna Brizzi BRI di Indonesia)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Pendidikan
Program Studi Pendidikan Bisnis



disusun oleh:

Nilam Larassita
1407175

**FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2019**

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP
*CONTINUANCE INTENTION***

(Survei pada Pengguna Brizzi BRI di Indonesia)

Oleh:

Nilam Larassita

1407175

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis

©Nilam Larassita

Universitas Pendidikan Indonesia

April 2019

Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, difotokopi, atau cara lain tanpa izin dari penulis.

PERNYATAAN KEASLIAN ISI SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention* (Survei pada Pengguna Brizzi BRI di Indonesia)**” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya saat ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini

Bandung, April 2019

Yang Membuat Pernyataan

Nilam Larassita

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP
CONTINUANCE INTENTION
(Survei pada Pengguna Brizzi BRI di Indonesia)\

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Girang Razati., M.Si
NIP. 19630729199302 001

Sulastri., S.Pd., M.Stat.,M.M
NIP. 920171219820323201

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Pendidikan Bisnis

Dr. H. Hari Mulyadi, M.Si
NIP. 19590515 198601 1 001

Tanggung Jawab Yuridis
Ada Pada Penulis

Nilam Larassita
NIM. 1407175

ABSTRAK

Nilam Larassita (1407175) “**Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention* (Survei pada Pengguna Brizzi BRI di Indonesia)**”.

Di bawah bimbingan Drs. Girang Razati., M.Si dan Sulastri., S.Pd., M.Stat., M.M.

Perkembangan teknologi saat ini memberikan peluang besar bagi setiap industry, tidak terkecuali dengan industri perbankan. Sejalan dengan peraturan yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia mengenai *cashless society*, berbagai bank di Indonesi berlomba mengeluarkan produk terbaik mereka untuk transaksi pembayaran non tunai. Perusahaan perlu memperhatikan niat menggunakan kembali (*continuance intention*) sebagai salah satu aspek penting dalam menghadapi persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh (1) gambaran *continuance intention*, (2) gambaran *perceived usefulness*, (3) besarnya pengaruh *perceived usefulness* terhadap *continuance intention*. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Metode yng digunakan adalah *explanatory survey* dengan ukuran sampel sebanyak 145 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana dengan alat bantu program SPSS 22.0 for windows. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa gambaran *perceived usefulness* dan *continuance intention* berada pada kategori baik. *Perceived usefulness* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *continuance intention*.

Kata Kunci: *Perceived Usefulness* dan *Continuance Intention*

ABSTRACT

Nilam Larassita (1407175) “Effect Perceived Usefulness towards Continuance Intention (Survey on Pengguna Brizzi BRI users in Indonesia)”.

Under the guidance of Drs. Girang Razati., M.Si dan Sulastri., S.Pd., M.Stat., M.M.

Development of current technologies provide great opportunities for every industry, the banking industry is no exception. In line with the regulations issued by Bank Indonesia about the cashless society, various banks in Indonesia to compete produce their best products for non-payment transactions in cash. Companies need to pay attention to the intention of re-use (continuance intention) as an important aspect in the face of competition. This research aims to obtain (1) the description of continuance intention, (2) the description of perceived usefulness, (3) the magnitude of the influence perceived usefulness against continuance intention. This type of research is descriptive and verifikatif. The method used was explanatory yng survey with a sample size as much as 145 respondents. Data analysis technique used is a simple linear regression with SPSS program 22.0 tool for windows. The results of the findings of this research show that the image of perceived usefulness.

Keywords:*Perceived Usefulness and Continuance Intention*

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia serta kasih sayang-Nya yang tak terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini didedikasikan untuk kedua orang tua tersayang Ibu Yenny Widiyati dan Bapak Tommy Aries yang telah memberikan segala sesuatu yang terbaik dan luar biasa bagi penulis. Semoga yang telah penulis usahakan menjadi sebuah kebanggaan bagi Ibu dan Bapak. Selanjutnya penulis ucapkan terima kasih kepada kakak tercinta Rio Fernando dan adik tercinta Mukhlisin Akbar atas doa, motivasi, semangat dan kasih sayang yang tiada henti diberikan.

Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada pihak-pihak yang membantu penyelesaian skripsi ini khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. HR. Asep Kadarohman, M.Si selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. H. Agus Rahayu, M.P selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Bapak Dr. H. Hari Mulyadi, M.Si selaku Ketua Program Studi Pendidikan Manajemen Bisnis Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Bapak Drs. Bambang Widjajanta, M.M selaku ketua Tim Pengembangan Penulis Skripsi Program Studi Pendidikan Manajemen Bisnis Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.
5. Bapak Drs. Girang Razati, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa membimbing dengan penuh ketelitian dan kesabaran serta selalu memberikan motivasi dan pengarahan kepada penulis juga bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran di tengah-tengah kesibukannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan dengan sesuatu yang lebih baik dan penuh keberkahan hidup.
6. Ibu Sulastri., S.Pd., M.Stat., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan motivasi yang sangat berarti dan pengarahan kepada penulis

dengan penuh kesabaran, semoga Allah SWT melapangkan dan memberikan kemudahan dalam segala urusan.

7. Ibu Lisnawati , S.Pd., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dalam penyelesaian kontrak mata kuliah selama masa perkuliahan penulis di kampus, semoga Allah SWT memberikan balasan dengan pahala amalan baik dan penuh keberkahan hidup.
8. Segenap Dosen Program Studi Pendidikan Manajemen Bisnis yang telah membimbing dan memberikan motivasi serta bantuan bagi penulis.
9. Sahabat-sahabat terbaik, Mar'atushalihah, Mia Amiana, Sofi Ismarilla, Gilang Dewi Pratiwi, Yuyun Kusmilawati, Adinda Novita, Rahmah Handayani, Alya Anastasya, Zsahwa Maula, Rizka Belinda, Gita Safitri, dan Nadiah Juwairiah terimakasih atas dukungan, doa, dan hiburannya selama penulis menyusun skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat terbaik di kampus, Rozana Adzimaturrahmah, Siti Khotijah, Nadya Mahri, Jessica Miranda, Fitri Asti Pratiwi, Devira Qibtiyah dan Dewi Kania yang senantiasa memberikan semangat dan motivasi bagi penulis saat penyusunan skripsi ini serta bantuan saat penulis mengalami kendala.
11. Sahabat seperjuangan dalam menyusun skripsi Dila Awalia, Gupita Safitri, Diana Ani Kartika, dan Nindya Aulia. terimakasih atas motivasi dan bantuannya. Semoga selalu dalam lindungan-Nya.
12. Seluruh teman-teman Pendidikan Manajemen Bisnis 2014 yang tidak henti-hentinya berjuang bersama, semoga selalu menjadi angkatan yang terbaik.

Semoga Allah SWT memberikan balasan atas kebaikan-kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan balasan yang terbaik serta menghapuskan dosa atas semua kesalahan dan kekhilafan. Aamiin.

Bandung, April 2018

Nilam Larasita

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkah, rahmat, karena atas karunia dan kehendak-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas proposal tepat pada waktunya.

Proposal yang berjudul “Pengaruh Dimensi *Perceived Usefulness* Terhadap *Continuance Intention* (Survei pada Pengguna Brizzi BRI di Indonesia)” yang disusun untuk memperoleh temuan mengenai gambaran tingkat *perceived usefulness* terhadap *continuance intention*.

Proposal ini dikerjakan penulis dengan sebaik dan seoptimal mungkin dengan harapan dapat bermanfaat serta menjadi sumbangan yang berarti bagi kemajuan dunia pendidikan. Namun apabila, masih terdapat kekurangan dan kesalahan, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk dijadikan landasan perbaikan yang berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Bandung, April 2019

Nilam Larassita

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.2 Identifikasi Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Kegunaan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	Error! Bookmark not defined.
2.1 Kajian Pustaka	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Konsep <i>Perceived Usefulness</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Konsep <i>Continuance Intention</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.1 Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Metode Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.7 Hasil Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.3 Rancangan Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Profil Perusahaan dan Karakteristik Respondent.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Profil Perusahaan	Error! Bookmark not defined.

- 4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Karakteristik dan Pengalaman**Error! Bookmark not defined.**
 - 4.1.2.2 Profil Frekuensi Penggunaan Brizzi BRI Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia .**Error! Bookmark not defined.**
 - 4.1.2.3 Profil Frekuensi Penggunaan Brizzi BRI Berdasarkan Pendapatan dan Status....**Error! Bookmark not defined.**
 - 4.1.2.4 Profil Berdasarkan Transaksi dalam Penggunaan Brizzi BRI dengan Pekerjaan**Error! Bookmark not defined.**
 - 4.1.2.5 Profil Berdasarkan Media yang Digunakan untuk Memperoleh Informasi Brizzi BRI dengan Pendidikan Terakhir Responden**Error! Bookmark not defined.**
 - 4.1.2.6 Profil Berdasarkan Alasan Menggunakan Brizzi BRI**Error! Bookmark not defined.**
- 4.2 Tanggapan *Perceived Usefulness* pada Pengguna Brizzi BRI di Indonesia **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.2.1 Dimensi *Work More Quickly***Error! Bookmark not defined.**
 - 4.2.2 Dimensi *Job Performance***Error! Bookmark not defined.**
 - 4.2.3 Dimensi *Increase Productivity***Error! Bookmark not defined.**
 - 4.2.4 Dimensi *Effectiveness***Error! Bookmark not defined.**
 - 4.2.5 Dimensi *Makes Job Easier***Error! Bookmark not defined.**
 - 4.2.6 Dimensi *Useful*.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 4.2.7 Rekapitulasi Variabel *Perceived usefulness***Error! Bookmark not defined.**
- 4.3 Tanggapan *Continuance Intention* Pengguna *E-money* Brizzi **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.3.1 Dimensi *Possibility of Repurchase***Error! Bookmark not defined.**
 - 4.3.2 Dimensi *Times of Repurchase*.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 4.3.3 Rekapitulasi Variabel *Continuance Intention***Error! Bookmark not defined.**
- 4.4 Pengujian Hipotesis Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap *Continuance Intention***Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.1 Uji Asumsi Klasik terhadap Model Regresi Linear Sederhana**Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.1.1 Uji Normalitas **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.1.2 Diagram Pencar **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.1.3 Uji Titik Terpencil..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.1.4 Uji Linearitas **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.2 Analisis Regresi Linear Sederhana**Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.2.1 Analisis Koefisien Korelasi**Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.2.2 Persamaan Regresi Linear Sederhana**Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.3 Uji Hipotesis.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi**Error! Bookmark not defined.**
- 4.5 Pembahasan Hasil penelitian**Error! Bookmark not defined.**
 - 4.5.1 Pembahasan *Perceived Usefulness***Error! Bookmark not defined.**
 - 4.5.2 Pembahasan *Continuance Intention***Error! Bookmark not defined.**

4.5.3	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	Error! Bookmark not defined.
4.6	Implikasi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.6.1	Temuan Penelitian Bersifat Teoritis.....	Error! Bookmark not defined.
4.6.2	Temuan Penelitian bersifat Empiris.....	Error! Bookmark not defined.
4.7	Implikasi Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Continuance Intention</i> pada SMK 12 Bandung jurusan penerbangan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		
5.1	Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2	Rekomendasi.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA		xii
LAMPIRAN		113

DAFTAR TABEL

No	Judul	Ha l
1.1	Jumlah Pengguna <i>E-Money</i> Berdasarkan Bank.....	5
2.1	Definisi <i>Perceived Usefulness</i> Menurut Para Ahli.....	15
2.2	Definisi <i>Continuance Intention</i> Menurut Para Ahli.....	23
2.3	Penelitian Terdahulu.....	29
3.1	<i>Operasionalisasi Variabel</i>	40
3.2	Jenis Dan Sumber Data.....	44
3.3	Populasi Penelitian.....	45
3.4	Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Perceived Usefulness</i> (X).....	51
3.5	Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Continuance Intention</i> (Y).....	52
3.6	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	54
3.7	Skor Alternatif Jawaban Positif Dan Negatif.....	56
3.8	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden.....	57
3.9	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Determinasi.....	63
4.1	Tingkat Frekuensi Penggunaan Brizzi Bri Di Indonesia.....	69
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia.....	71
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Dan Status.....	72
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi <i>E-Money</i> Brizzi Dengan Pekerjaan Responden.....	73
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Media Yang Digunakan Dengan Pendidikan Terakhir.....	75
4.6	Karakteristik Berdasarkan Alasan Menggunakan <i>E-Money</i> Brizzi.....	76
4.7	Tanggapan Pengguna Terhadap <i>Work More Quickly</i> Pada <i>Perceived Usefulness</i>	77
4.8	Tanggapan Pengguna Terhadap <i>Job Performance</i> Pada <i>Perceived Usefulness</i>	79
4.9	Tanggapan Pengguna Terhadap <i>Increase Productivity</i> Pada <i>Perceived Usefulness</i>	80
4.10	Tanggapan Pengguna Terhadap <i>Effectiveness</i> Pada <i>Perceived Usefulness</i>	81
4.11	Tanggapan Pengguna Terhadap <i>Makes Job Easier</i> Pada <i>Perceived Usefulness</i>	82
4.12	Tanggapan Pengguna Terhadap <i>Useful</i> Pada <i>Perceived Usefulness</i>	84
4.13	Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	85
4.14	Tanggapan Pengguna Terhadap <i>Possibility Of Repurchase</i> Pada <i>Continuance Intention</i>	87
4.15	Tanggapan Pengguna Terhadap <i>Times Of Repurchase</i> Pada <i>Continuance Intention</i>	89
4.16	Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Continuance Intention</i>	90
4.17	Hasil Uji Normalitas.....	92
4.18	Hasil Pengujian Titik Terpencil <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Continuance Intention</i>	94
4.19	Hasil Uji Linearitas.....	95
4.20	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	96
4.21	<i>Output Summary</i>	96

4.22	Model Regresi Sederhana.....	
4.23	Hasil Perhitungan Uji T.....	98
4.24	Koefisien Determinasi Dari <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Continuanc Intention</i>	98

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal
1.1	Pertumbuhan Transaksi ATM/Kartu Debit, Kartu Kredit Dan <i>E-money</i>	3
1.2	Jumlah <i>E-money</i> di Indonesia.....	4
2.1	<i>A Simple Model Of Consumer Decision Making</i>	21
2.2	<i>Theory Accaptance Model</i>	27
2.3	<i>Theory Of Planned Behaviour</i>	28
2.4	<i>Expection Confirmation Model</i>	28
2.5	Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Continuance Intention</i>	36
2.6	Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Continuance Intention</i>	37
3.1	Model Diagram Pencar.....	59
4.1	Garis Kontinum Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	86
4.2	Garis Kontinum Variabel <i>Continuance Intention</i>	91
4.3	Diagram Pencar.....	93
4.4	Titik Terpencil <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Continuance Intention</i> ..	94
4.5	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Continuance Intention</i>	99

DAFTAR LAMPIRAN

1. SK Pembimbing
2. Rekapitulasi Bimbingan Skripsi
3. Kuesioner Penelitian
4. Koding Validitas dan Reliabilitas
5. Koding Karakteristik Responden
6. Koding Pengalaman Responden
7. Koding Variabel *Perceived Usefulness* (X)
8. Koding Variabel *Continuance Intention* (Y)
9. *Curriculum Vitae*

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211. [http://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](http://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alsabawy, A. Y., Cater-Steel, A., & Soar, J. (2016). Determinants of perceived usefulness of e-learning systems. *Computers in Human Behavior*, 64, 843–858. <http://doi.org/10.1016/j.chb.2016.07.065>
- Al-Suqri, M. N. (2014). Perceived usefulness, perceived ease-of-use and faculty acceptance of electronic books: An empirical investigation of Sultan Qaboos University, Oman. *Library Review*, 63(4-5), 276–294. <http://doi.org/10.1108/LR-05-2013-0062>
- Amin, S. R., & M, A. (2014). User satisfaction with mobile websites: the impact of perceived usefulness (PU), perceived ease of use (PEOU) and trust. *Nankai Business Review International*, Vol. 5(Iss 3), pp. 258 – 274. <http://doi.org/10.1108/NBRI-01-2014-0005>
- Bangkara, R. P., Putu, N., & Harta, S. (2016). E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use pada Minat Penggunaan Internet Banking dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indone, 16, 2408–2434. Retrieved from ISSN: 2302-8556
- Bao, Z. (2016). Exploring continuance intention of social networking sites An empirical study integrating social support, 68(6), 736–755. <http://doi.org/10.1108/AJIM-05-2016-0064>
- Bhattacharjee, A. (2015). An empirical analysis of the antecedents of electronic commerce service continuance, 32, 201–214.
- Blythe, J. (2013). *Consumer Behaviour*. SAGE PUBLICATIONS, INC.
- Carlos, J., Chiu, C., & Jose, F. (2016). Understanding e-learning continuance intention : An extension of the Technology Acceptance Model, 64, 683–696. <http://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2006.01.003>
- Chang, Y. P., & Zhu, D. H. (2012). The role of perceived social capital and flow experience in building users ' continuance intention to social networking sites in China, 28, 995–1001. <http://doi.org/10.1016/j.chb.2012.01.001>
- Charles, T. A., Sue, D., Halliday, V., Al-maghrabi, T., Dennis, C., & Halliday, S. V. (2016). Antecedents of continuance intentions towards e-shopping: the case of Saudi Arabia, 24(1), 85–111. <http://doi.org/10.1108/17410391111097447>
- Chen, I. Y. L. (2015). The factors influencing members ' continuance intentions in professional virtual communities – a longitudinal study, (X), 1–17. <http://doi.org/10.1177/0165551506075323>
- Chen, M., Qi, X., & Chen, M. (2015). Members ' satisfaction and continuance intention : a socio-technical perspective, 115(6), 1132–1150. <http://doi.org/10.1108/IMDS-01-2015-0023>
- Cheng, Y. (2014). *Extending the expectation- confirmation model with quality and flow to explore nurses ' continued blended e-learning intention*. <http://doi.org/10.1108/ITP-01-2013-0024>

- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, and User Acceptance of Information Technology*.
- Erisha, M., & Razati, G. (2016). Pengaruh Kinerja People Dan Physical Evidence Terhadap Keputusan Menginap (Survei Terhadap Tamu Hotel Kampung Sumber Alam Garut), *1*(2), 17–24.
- Fagan, M., Kilmon, C., & Pandey, V. (2012). Exploring the adoption of a virtual reality simulation: The role of perceived ease of use, perceived usefulness and personal innovativeness. *Campus-Wide Information Systems*, *29*(2), 117–127. <http://doi.org/10.1108/10650741211212368>
- Gao, L., & Bai, X. (2014). An empirical study on continuance intention of mobile social networking services: Integrating the IS success model, network externalities and flow theory. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, *26*(2), 168–189. <http://doi.org/10.1108/APJML-07-2013-0086>
- Hasibuan, Z. A. (2007). *Metodologi Penelitian Pada Bidang Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi*. Depok: Modul Perkuliahan Metodologi Penelitian pada Bidang Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi Universitas Indonesia.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. Publish. Retrieved from <http://www.amazon.com/dp/0072416882>
- Hong, J., Lin, P., & Hsieh, P. (2016). Computers in Human Behavior The effect of consumer innovativeness on perceived value and continuance intention to use smartwatch. *Computers in Human Behavior*. <http://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.001>
- Hossain, M. A., & Quaddus, M. (2011). The adoption and continued usage intention of RFID: an integrated framework, *24*(3), 236–256. <http://doi.org/10.1108/09593841111158365>
- Hou, H. B. B. L. J. S. F. (2016). Repurchase Intention in Chinese E-marketplace : Roles of Interactivity , Trust and Perceived Effectiveness of E-commerce Institutional Mechanisms, *116*(8), -. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1108/IMDS-07-2015-0296>
- Hu, J., & Zhang, Y. (2016). Understanding Chinese Undergraduates' Continuance Intention to Use Mobile Book-Reading Apps: An Integrated Model and Empirical Study. *Libri*, *66*(2), 85–99. <http://doi.org/10.1515/libri-2015-0090>
- Hussein, R. (2014). Insights into individual ' s online shopping continuance intention, *114*(9), 1453–1576. <http://doi.org/10.1108/IMDS-07-2014-0201>
- Ing, B. H., & Degoulet, P. (2016). Information System End-user Satisfaction and Continuance Intention: a Unified Modeling Approach. *JOURNAL OF BIOMEDICAL INFORMATICS*. <http://doi.org/10.1016/j.jbi.2016.03.021>
- Joo, S., & Choi, N. (2016). Understanding users ' continuance intention to use online library resources based on an extended expectation-confirmation model, *34*(4), 554–571. <http://doi.org/10.1108/EL-02-2015-0033>
- Ju, Y., Park, S., & Kyoung, E. (2017). Computers in Human Behavior Students ' expectation , satisfaction , and continuance intention to use digital textbooks. *Computers in Human Behavior*, *69*, 83–90. <http://doi.org/10.1016/j.chb.2016.12.025>
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Global Edition.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearsons.
- Kucukusta, D., Law, R., Besbes, A., & Legohérel, P. (2015). Re-examining

- perceived usefulness and ease of use in online booking: The case of Hong Kong online users. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(2), 185–198. <http://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2013-0413>
- Kuntjojo. (2009). *Metodologi Penelitian*. Modul Perkuliahan Metodologi Penelitian.
- Lee, M. (2010). Explaining and predicting users' continuance intention toward e-learning: An extension of the expectation – confirmation model. *Computers & Education*, 54(2), 506–516. <http://doi.org/10.1016/j.compedu.2009.09.002>
- Lee, Y., & Kwon, O. (2011). Electronic Commerce Research and Applications Intimacy, familiarity and continuance intention: An extended expectation – confirmation model in web-based services, 10, 342–357. <http://doi.org/10.1016/j.elerap.2010.11.005>
- Lin, H. (2015). Understanding the roles of cultural differences and socio-economic status in social media continuance intention, 28(1), 224–241. <http://doi.org/10.1108/ITP-01-2014-0007>
- Lwoga, E. T., & Komba, M. (2015). Antecedents of continued usage intentions of web-based learning management system in Tanzania, 57(7), 738–756. <http://doi.org/10.1108/ET-02-2014-0014>
- Mouakket, S., & Bettayeb, M. A. (2015). Investigating the factors influencing continuance usage intention of Learning management systems by university instructors The Blackboard system case, 11(4), 491–509. <http://doi.org/10.1108/IJWIS-03-2015-0008>
- Noorhidawati, A., & Ghalebandi, S. G. (2016). Continuance intention of using e-book among higher education students, 21(1), 19–33.
- Ramayah, T., & Ignatius, J. (2012). Impact of Perceived usefulness, Perceived ease of use and Perceived Enjoyment on Intention to shop online, 1–16.
- Ramayah, T., Yeap, J. A. L., & Ignatius, J. (2013). An Empirical Inquiry on Knowledge Sharing Among Academicians in Higher Learning Institutions. *Minerva*, 51(2), 131–154. <http://doi.org/10.1007/s11024-013-9229-7>
- Razati, G. (2008). (Survei Pada Dosen FPIPS UPI Pengguna Kartu kredit BNI ' 4 6) Abstrak, 7, 16–82.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior Eleventh Edition*. USA: Pearson Edition Limited.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2009). *Consumer Behaviour*, (10), 2009.
- Segars, A. H., & Grover, V. (2015). Re-examining perceived ease of use and usefulness.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods For Business A Skill Building Approach* (Fourth). United States of America: Hermitage Publishing Service.
- Solomon. (2007a). *Consumer Behaviour: A European Perspective. Pharmacy world & science : PWS* (Vol. 29). <http://doi.org/10.1007/s11096-005-3797-z>
- Solomon, M. R. (2007b). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. New Jersey, Upper Saddle River: Pearson Education, Inc.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, A., Young, C., & Ha, Y. (2016). Determinants of continuance intention to use the smartphone banking services An extension to the, 116(3), 508–525. <http://doi.org/10.1108/IMDS-05-2015-0195>

- Tang, J. E. (2014). Blog learning: effects of users' usefulness and efficiency towards continuance intention. *Behaviour & Information Technology*, 33(1), 36–50. <http://doi.org/10.1080/0144929X.2012.687772>
- Thornhill, A. (2012). *Research Methods For Business Students* (Sixth). Pearson.
- Venkatesh, V., & Davis. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <http://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Wu, B., & Chen, X. (2016). Computers in Human Behavior Continuance intention to use MOOCs : Integrating the technology acceptance model (TAM) and task technology fi t (TTF) model. *Computers in Human Behavior*, 1–12. <http://doi.org/10.1016/j.chb.2016.10.028>
- Yeh, R. K.-J., & Teng, J. T. C. (2012). Extended conceptualisation of perceived usefulness: empirical test in the context of information system use continuance. *Behaviour & Information Technology*, 31(5), 525–540. <http://doi.org/10.1080/0144929X.2010.517272>
- Zhang. (2017). How WeChat can retain users: Roles of network extermalities, social interaction ties, adn perceived values in building continuance intention. <http://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.069>

Sumber Website:

- Admin, (12/11/2012), Urutan Indonesia Dalam Akses Digital, dipublikasikan oleh Jaringan Pemberitaan Pemerintah (jpp.go.id), diakses pada 07/04/2018
- Admin, (07/04/2016), Peraturan Bank Indonesia Tentang Uang Elektronik, dipublikasikan oleh antaranews.com, diakses pada 10/04/2018
- Admin, (20/05/2016), Pertumbuhan Transaksi ATM/Kartu Debit, Kartu Kredit, Dan E-money, dipublikasikan oleh infobanknews.com, diakses pada 07/04/2018
- Dwiya Putra (13/01/2015), Jumlah E-Money Yang Beredar Di Indonesia, dipublikasikan oleh Bank Indonesia (www.bi.go.id), diakses pada 10/04/2018
- Dieda Eric (23/08/2017), Produk-produk E-money Bank di Indonesia, dipublikasikan oleh id.technesia.com, diakses pada 15/03/2018
- Admin, (23/05/2016), Jumlah Pengguna E-money Berdasarkan Bank, dipublikasikan oleh infobanknews.com, diakses pada 13/04/2018
- Fakhri Noviadhista, (17/02/2016), Alasan Masyarakat Indonesia Menggunakan E-money, dipublikasikan oleh marketeers.com, diakses pada 10/04/2018
- Ramadhan Triwijanarko, Kebermanfaat Brizzi BRI Bagi Konsumen, dipublikasikan oleh tribunnews.com, diakses pada 12/03/2018
- Admin, (11/02/2017), Keunggulan Produk Brizzi BRI Indonesia, dipublikasikan oleh promo.bri.co.id, diakses pada 08/03/2018

