

ANALISIS PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI MOTORKU-X MENURUT KONSUMEN PADA PT TUNASJAYA MEKARARMADA SLEMAN

Wanda Aprilianita

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi kemudahan penggunaan aplikasi Motorku-X menurut konsumen pada PT Tunasjaya Mekararmada Sleman. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online kepada konsumen aktif yang telah menggunakan aplikasi Motorku-X. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* berjumlah 77 responden. Instrument yang digunakan adalah persepsi kemudahan penggunaan dengan empat indikator: mudah dipelajari, mudah digunakan, jelas dan dapat dipahami, serta fleksibel. Hasil penelitian menunjukkan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4.22 dalam kategori sangat setuju, yang artinya bahwa aplikasi Motorku-X dinilai sangat mudah digunakan oleh konsumen dalam mendukung kebutuhan layanan digital secara efisien dan nyaman. Indikator mudah digunakan dan fleksibel berada dalam kategori sangat setuju, yang berarti bahwa sebagian besar responden merasakan kemudahan dalam mengakses dan memanfaatkan aplikasi secara praktis dan sesuai kebutuhan. Sementara itu, indikator mudah dipelajari dan jelas dan dapat dipahami, termasuk dalam kategori setuju, yang berarti bahwa aplikasi mudah untuk dipelajari dan dimengerti, meskipun masih terdapat ruang untuk penyempurnaan dalam aspek kejelasan tampilan dan penyajian informasi fitur. Hasil persepsi konsumen terhadap kemudahan penggunaan aplikasi Motorku-X berada dalam kategori sangat positif.

Kata Kunci: *Persepsi Kemudahan Penggunaan*

2021/10/20


***ANALYSIS OF PERCEIVED EASE OF USE OF THE MOTORKU-X
APPLICATION ACCORDING TO CONSUMERS AT PT TUNASJAYA
MEKARARMADA SLEMAN***

Wanda Aprilianita

Abstract

This study aims to analyze the perception of ease of use of the Motorku-X application according to consumers at PT Tunasjaya Mekararmada Sleman. This study uses a quantitative method with a survey approach. Primary data was obtained through distributing online questionnaires to active consumers who have used the Motorku-X application. The sampling technique used was non-probability sampling with a purposive sampling method totaling 77 respondents. The instrument used was the perception of ease of use with four indicators: easy to learn, easy to use, clear and understandable, and flexible. The results showed an overall average value of 4.22 in the strongly agree category, which means that the Motorku-X application is considered very easy to use by consumers in supporting digital service needs efficiently and conveniently. The indicators of easy to use and flexible are in the strongly agree category, which means that most respondents feel it is easy to access and utilize the application practically and according to their needs. Meanwhile, the indicators of easy to learn and clear and understandable are included in the agree category, which means that the application is easy to learn and understand, although there is still room for improvement in the aspect of clarity of display and presentation of feature information. The results of consumer perceptions of the ease of use of the Motorku-X application are in the very positive category.

Keywords: *Perceived Ease of Use*