

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN  
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN INDOMARET CARD DI  
INDOMARET KEBAKTIAN BARU**

**Oleh:**

**M. FAUZIA AL FAJAR**

**Pembimbing:**

**Deni Hamdani, S.E., M.Si**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Indomaret Card di Indomaret Kebaktian Baru. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif verivikatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuisisioner.

Berdasarkan hasil uji hipotesis dan koefisien determinasi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Persepsi Manfaat ( $X_1$ ) dan variabel Persepsi Kemudahan ( $X_2$ ) terhadap variabel Minat Menggunakan ( $Y$ ) Indomaret Card di Indomaret Kebaktian Baru total pengaruh yang diberikan sebesar 32%.

Kata Kunci: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Minat Menggunakan

***THE INFLUENCE OF PERCEIVED USEFULNESS AND  
PERCEIVED EASY OF USE OF CUSTOMERS INTEREST TO  
USE INDOMARET CARD AT INDOMARET KEBAKTIAN BARU***

***Written by:***

**M. FAUZIA AL FAJAR**

***Preceptor:***

**Deni Hamdani, S.E., M.Si**

***ABSTRACT***

*The aim of this research is to find out the influence of Perceived Usefulness and Perceived Easy of use of Customer's Interest to use Indomaret Card at Indomaret Kebaktian Baru. The researcher used description verification as a method of the research and distributed questionnaires to obtain the data.*

*Based on hypothesis test result and coefficient of determination showed that there is significant influence from Perceived Usefulness ( $X_1$ ) and Perceived Easy of use ( $X_2$ ) variable to Customer's Interest to use ( $Y$ ) Indomaret Card at Indomaret Kebaktian Baru with total influence given by 32%.*

*Keywords: Perceived Usefulness, Perceived easy of use, Customer's interest*