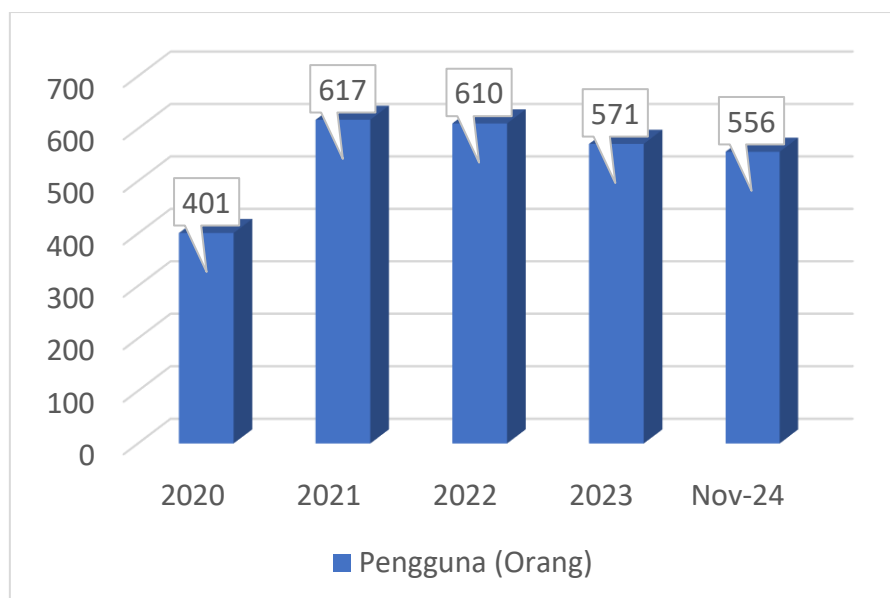


## 1. Pendahuluan

### 1.1. Latar Belakang

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Ketenagakerjaan atau yang sekarang dikenal sebagai BPJS Ketenagakerjaan, merupakan hasil transformasi dari PT. Jamsostek (Persero) yang ditetapkan berdasarkan Undang-Undang nomor 24 tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial dan telah beroperasi secara resmi sejak tanggal 1 Januari 2014. BPJS Ketenagakerjaan ditugaskan oleh negara sebagai penyedia jaminan sosial untuk memberikan perlindungan sosial-ekonomi kepada masyarakat melalui lima program; Jaminan Hari Tua (JHT), Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK), Jaminan Kematian (JK), Jaminan Pensiun (JP) dan Jaminan Kehilangan Pekerjaan (JKP) (Tarigan et al., 2021)

Dalam upaya memperluas manfaat yang diberikan, BPJS Ketenagakerjaan memanfaatkan teknologi informasi untuk menghadirkan aplikasi layanan Jamsostek Mobile (JMO). JMO adalah aplikasi layanan jamsostek yang dihadirkan untuk memberikan layanan yang lebih optimal melalui *online*. JMO memiliki keunggulan dengan memiliki fitur-fitur yang lebih lengkap seperti pelaporan JKK, info promo, kartu digital, berita-berita terkini, dan lain-lain (Pande & Gunawan, 2023). JMO merupakan aplikasi mobile dari BPJS Ketenagakerjaan yang menawarkan fungsionalitas lebih kaya dari pendahulunya, yaitu BPJSTKU App (Maharani & Mandira, 2022)



Sumber: Internal BPJS Semarang Pemuda

**Gambar 1. Pengguna JMO Cabang Semarang Pemuda**

Berdasarkan Gambar 1 diketahui terjadi penurunan pengguna aplikasi JMO oleh peserta BPJSTK Cabang Semarang Pemuda. Hal ini menunjukkan peserta tidak memiliki *continuance intention* untuk terus menggunakan aplikasi. Oleh karena itu, diperlukan analisis lebih lanjut mengenai determinan *continuance intention* aplikasi JMO.

Model TERRA dalam konteks layanan aplikasi *mobile* menggambarkan lima dimensi utama yang membentuk persepsi kualitas dan kepuasan pengguna serta keputusan mereka untuk terus menggunakannya (*continuance intention*) (Azzihcra & Rahadian, 2025). Secara umum, TERRA menunjukkan *satisfaction* yang dirasakan pengguna aplikasi sangat tergantung pada apakah aplikasi tersebut memenuhi atau melebihi harapan mereka. *Perceived usefulness* dapat meningkatkan *continuance intention*, sementara pengalaman negatif dapat mengurangi keinginan untuk menggunakan aplikasi lebih lanjut (Lee et al., 2023; Nurdin et al., 2023).

Pengalaman positif yang dirasakan pengguna aplikasi *mobile* sangat bergantung pada *service quality* sebuah aplikasi. Oleh karena itu, elemen-elemen seperti *tangibles*, *responsiveness*, *empathy*, *reliability* dan *assurance* memegang peranan penting dalam menciptakan *perceived usefulness* (Myeong-Jun & Lee, 2021; Meyer-Waarden et al., 2020; Mao et al., 2023).

Aplikasi yang bermanfaat juga dinilai dari *reliability* yang diberikan, hal ini merujuk pada sejauh mana aplikasi dapat memberikan pengalaman pengguna yang cepat, lancar, dan tanpa gangguan (Saleem et al., 2023). Aplikasi yang reliabel tidak hanya menghemat waktu pengguna, tetapi juga meningkatkan *perceived usefulness* dan *satisfaction* dalam berinteraksi dengan aplikasi (Mao et al., 2023). Selanjutnya, pengguna mengandalkan aplikasi *mobile* untuk menyimpan informasi sensitif, seperti data keuangan, identitas pribadi, dan riwayat interaksi, yang semuanya perlu dilindungi (Al-Shanableh et al., 2024). Oleh karena itu, *assurance* sangat penting untuk menjaga kepercayaan pengguna dan melindungi data serta aktivitas mereka dari ancaman yang dapat merugikan sehingga *perceived usefulness* terhadap aplikasi tersebut akan meningkat (Daragmeh et al., 2022; Singh & Sahni, 2020).

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan Mao et al. (2023) pada aplikasi pemerintah yang digunakan masyarakat di China. Kebaruan yang ada pada penelitian ini terletak pada pengujian efek mediasi *satisfaction* pada pengaruh *perceived usefulness* terhadap *continuance intention*. Hal ini didasari argumen yang menyebutkan bahwa *satisfaction* adalah hasil dari ekspektasi yang dirasakan pengguna aplikasi dan *continuance intention* aplikasi di masa depan. Ketika *satisfaction* pengguna tinggi, mereka akan lebih mungkin untuk terus menggunakan aplikasi, yang menunjukkan betapa eratnya hubungan antara *satisfaction* dan *continuance intention* dalam konteks *expectation confirmation model* (Lee et al., 2023)

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan paparan argumentasi dan fenomena pada BPJS Ketenagakerjaan maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *tangibles* terhadap *perceived usefulness* ?
2. Bagaimana pengaruh *empathy* terhadap *perceived usefulness* ?
3. Bagaimana pengaruh *responsiveness* terhadap *perceived usefulness* ?
4. Bagaimana pengaruh *reliability* terhadap *perceived usefulness* ?
5. Bagaimana pengaruh *assurance* terhadap *perceived usefulness* ?
6. Bagaimana pengaruh *perceived usefulness* terhadap *satisfaction* ?
7. Bagaimana pengaruh *satisfaction* terhadap *continuance intention* ?
8. Bagaimana pengaruh *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* dimediasi *satisfaction* ?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh *tangibles* terhadap *perceived usefulness*
2. Menganalisis pengaruh *empathy* terhadap *perceived usefulness*
3. Menganalisis pengaruh *responsiveness* terhadap *perceived usefulness*
4. Menganalisis pengaruh *reliability* terhadap *perceived usefulness*
5. Menganalisis pengaruh *assurance* terhadap *perceived usefulness*
6. Menganalisis pengaruh *perceived usefulness* terhadap *satisfaction*
7. Menganalisis pengaruh *satisfaction* terhadap *continuance intention*
8. Menganalisis pengaruh *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* dimediasi *satisfaction*

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian diharapkan bisa menambah pengetahuan dan menjadikan referensi bagi pembaca dan masih dapat dikembangkan untuk penelitian selanjutnya. Hasil penelitian ini juga diharapkan akan dapat memberikan banyak masukan yang berkaitan dengan perkembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran. Dengan mengetahui faktor-faktor yang

memengaruhi *continuance intention* JMO, BPJSTK Semarang Pemuda dapat merumuskan strategi pemasaran yang tepat dan sosialisasi yang lebih terarah

## **2. Kajian Pustaka**

### **2.1 Telaah Pustaka**

#### **2.1.1. TERRA Model**

Model TERRA merupakan kerangka yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan dengan menekankan lima dimensi utama yang saling melengkapi (Sukati et al., 2024). Dimensi *tangible* menggambarkan aspek fisik yang dapat dilihat dan dirasakan oleh pengguna layanan, seperti kondisi fasilitas, kebersihan, kerapian, serta kelengkapan peralatan yang digunakan dalam proses pelayanan (Huliatunisa et al., 2021). *Empathy* mencerminkan kemampuan penyedia layanan untuk memahami kebutuhan, perasaan, dan harapan pengguna secara tulus, disertai sikap peduli dan perhatian personal yang membuat pelanggan merasa dihargai (Listiani et al., 2021). *Responsiveness* berfokus pada kecepatan dan kesiapan dalam merespons permintaan atau keluhan pengguna, sehingga layanan dapat diberikan secara tepat waktu dan meminimalkan potensi hambatan (Mao et al., 2023). Selanjutnya, *reliability* mengacu pada konsistensi dan ketepatan penyedia layanan dalam memenuhi janji dan memberikan hasil sesuai standar yang diharapkan, sehingga menumbuhkan kepercayaan jangka panjang (Fauzi et al., 2023). Terakhir, *assurance* mencerminkan rasa aman dan keyakinan yang diberikan kepada pengguna, yang lahir dari kompetensi, pengetahuan, dan sikap profesional penyedia layanan (Azzihcra & Rahadian, 2025). Kelima dimensi ini, ketika diterapkan secara terpadu, menciptakan pengalaman layanan yang tidak hanya memuaskan secara fungsional, tetapi juga membangun ikatan emosional yang kuat antara penyedia dan penerima layanan (Sukati et al., 2024).

#### **2.1.2. Tangibles**

*Tangibles* dalam aplikasi mobile merujuk pada elemen-elemen fisik dan visual yang dapat dirasakan atau dilihat oleh pengguna, yang berperan dalam menciptakan pengalaman pengguna yang menyeluruh (Wohlmacher et al., 2023). *Tangibles* menjelaskan pengalaman visual pengguna yang intuitif, seperti desain antarmuka dan tata letak aplikasi (Mao et al., 2023). Aspek-aspek ini dapat menciptakan kesan pertama yang kuat dan mempengaruhi persepsi pengguna terhadap kualitas aplikasi secara keseluruhan (Lesmana & Balqiah, 2023). Jika elemen-elemen *tangible* ini dirancang dengan baik dan bekerja secara efisien, pengguna akan merasa bahwa aplikasi tersebut berkualitas tinggi dan mudah digunakan (Hollier et al., 2023)

#### **2.1.3. Empathy**

*Empathy* dalam aplikasi *mobile* merujuk pada kemampuan aplikasi untuk memahami dan memenuhi kebutuhan, keinginan, serta perasaan pengguna secara sensitif dan penuh perhatian (Orosa-Duarte et al., 2021). Aplikasi haruslah mampu menyesuaikan kebutuhan tiap pengguna (Mao et al., 2023). Aplikasi yang mengutamakan *empathy* akan memperhatikan konteks penggunaan dan mengakomodasi berbagai preferensi atau keterbatasan pengguna (Juansyah & Dwi Rosa Indah, 2023). Selain itu, aplikasi yang menunjukkan empati juga mampu memberikan pengalaman yang personal, misalnya dengan menyesuaikan konten atau rekomendasi berdasarkan preferensi pengguna, sehingga mereka merasa aplikasi tersebut relevan dengan kebutuhan mereka (Chi & Hoang Vu, 2023).

#### **2.1.4. Responsiveness**

*Responsiveness* dalam aplikasi *mobile* menjelaskan kemampuan aplikasi untuk merespons dengan cepat dan tepat terhadap input atau permintaan yang diberikan oleh pengguna (Setiadi et al., 2023). Aplikasi harus dapat mewujudkan fungsi interaktif dan merespons kebutuhan layanan pengguna secara tepat waktu (Mao et al., 2023). Sebuah aplikasi yang responsif memberikan pengalaman pengguna yang lancar, di mana setiap tindakan pengguna langsung mendapatkan reaksi yang sesuai tanpa ada jeda waktu yang mengganggu

(Benaddi et al., 2024). Selain itu, responsivitas juga berhubungan dengan bagaimana aplikasi beradaptasi dengan berbagai perangkat dan kondisi, seperti ukuran layar yang berbeda atau jaringan internet yang tidak stabil (Suni & Sihombing, 2023). Aplikasi yang responsif mampu menyesuaikan diri dengan baik, mempertahankan kinerja optimal meskipun dalam kondisi yang kurang ideal (Rofi'i et al., 2023).

#### **2.1.5. Reliability**

*Reliability* dalam konteks layanan menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara konsisten sesuai dengan standar yang dijanjikan, sehingga pelanggan dapat mengandalkan kualitas dan hasil yang mereka terima setiap kali berinteraksi (Mishra et al., 2024). Konsep ini menekankan pentingnya ketepatan waktu, keakuratan, dan konsistensi dalam memenuhi harapan pelanggan, tanpa adanya penurunan mutu meskipun menghadapi berbagai situasi atau tantangan operasional (Lombardi et al., 2021). Ketika sebuah perusahaan memiliki tingkat *reliability* yang tinggi, pelanggan akan merasa yakin bahwa setiap janji atau komitmen yang diberikan akan ditepati, baik itu terkait jadwal, spesifikasi layanan, maupun hasil akhir (Yazid et al., 2021). Keandalan ini membentuk fondasi kepercayaan jangka panjang, karena pelanggan tidak hanya menilai pengalaman sesaat, tetapi juga mengingat rekam jejak perusahaan dalam menjaga kualitas secara berkelanjutan (Lin et al., 2021).

#### **2.1.6. Assurance**

*Assurance* dalam layanan menggambarkan rasa aman dan keyakinan yang dirasakan pelanggan ketika berinteraksi dengan perusahaan, yang muncul dari kombinasi kompetensi, pengetahuan, dan sikap profesional para pemberi layanan (Lin et al., 2021). Dimensi ini menekankan bahwa pelanggan akan lebih percaya jika mereka merasakan bahwa pihak yang melayani benar-benar memahami pekerjaannya, mampu memberikan informasi yang jelas dan akurat, serta menunjukkan integritas dalam setiap tindakan (Pai et al., 2022). Selain itu, *assurance* juga tercermin dari keramahan, sopan santun, dan sikap menghargai yang membuat pelanggan merasa dihormati dan nyaman (Zhou et al., 2021). Ketika perusahaan mampu memberikan *assurance* yang tinggi, pelanggan tidak hanya yakin terhadap kualitas layanan yang mereka terima, tetapi juga merasa terlindungi dari risiko atau kesalahan, sehingga hubungan yang terjalin menjadi lebih kuat dan berlandaskan rasa saling percaya (David et al., 2022).

#### **2.1.7. Perceived Usefulness**

*Perceived usefulness* menunjukkan bahwa pengguna secara subjektif percaya bahwa aplikasi dapat menangani transaksi bisnis tertentu atau memperoleh layanan tertentu (Mao et al., 2023). Konsep ini berkaitan dengan nilai manfaat yang dirasakan oleh pengguna ketika mereka menggunakan aplikasi, baik dalam hal menyederhanakan pekerjaan, menghemat waktu, atau memberikan akses yang lebih mudah ke informasi atau layanan tertentu (Akdim et al., 2022). Jika pengguna merasa bahwa aplikasi tersebut memberikan solusi nyata terhadap kebutuhan mereka, seperti mempermudah proses administrasi dalam aplikasi layanan publik atau menyediakan navigasi yang akurat dalam aplikasi peta, mereka akan cenderung menganggap aplikasi itu bermanfaat (N. Singh & Sinha, 2020). *Perceived usefulness* juga memengaruhi keputusan pengguna untuk terus menggunakan aplikasi. Jika manfaat yang dirasakan lebih besar daripada upaya atau waktu yang mereka keluarkan, pengguna akan memiliki persepsi positif dan merasa bahwa aplikasi tersebut layak untuk digunakan secara berkelanjutan (Malaquias & Silva, 2020).

#### **2.1.8. Satisfaction**

*Satisfaction* berkaitan dengan evaluasi pengguna terhadap aplikasi dengan membandingkan kinerja yang mereka rasakan setelah menggunakan aplikasi dengan harapan

mereka sebelum menggunakan aplikasi tersebut (Mao et al., 2023). *satisfaction* ini muncul ketika pengalaman pengguna sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi mereka terhadap fungsi, kinerja, dan kualitas aplikasi (Ranjitha & Agarwal, 2024). Elemen-elemen seperti antarmuka yang intuitif, kecepatan respon, akurasi informasi, dan kemudahan dalam menyelesaikan tugas berkontribusi pada *satisfaction* yang dirasakan (Mubeen et al., 2021). *Satisfaction* juga berkaitan dengan emosi yang dirasakan pengguna. Aplikasi yang memberikan pengalaman positif, seperti antarmuka yang menarik secara visual atau dukungan pelanggan yang responsif, dapat menciptakan rasa senang dan kepercayaan terhadap aplikasi tersebut (Kar, 2021)

#### **2.1.9. Continuance Intention**

*Continuance intention* dalam aplikasi *mobile* merujuk pada niat atau keinginan pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut di masa mendatang (Tam et al., 2020). Hal ini mencerminkan komitmen jangka panjang pengguna terhadap aplikasi, yang biasanya didorong oleh pengalaman positif, kepuasan, dan manfaat yang dirasakan selama menggunakan aplikasi (Xu et al., 2022). Setelah pengguna menggunakan informasi atau layanan yang disediakan oleh aplikasi, pengguna bersedia untuk terus menggunakan aplikasi tersebut untuk jangka waktu tertentu atau lebih lama di masa depan (Mao et al., 2023). Secara keseluruhan, *continuance intention* mencerminkan keberhasilan aplikasi dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna, serta kemampuannya untuk membangun loyalitas jangka panjang (Al Amin et al., 2020)

### **2.2 Pengembangan Hipotesis**

#### **2.2.1. Tangibles terhadap Perceived Usefulness**

*Tangibles* dalam sebuah aplikasi *mobile*, seperti desain antarmuka yang menarik, navigasi yang intuitif, dan kecepatan respons, memainkan peran penting dalam meningkatkan *perceived usefulness* dari aplikasi tersebut (Shao et al., 2020). Ketika elemen-elemen *tangible* dirancang dengan baik, pengguna merasa bahwa aplikasi tersebut tidak hanya fungsional, tetapi juga nyaman dan efisien untuk digunakan (Mao et al., 2023). Kaitannya dengan model TERRA, *tangibles* berkontribusi dalam proses konfirmasi ekspektasi pengguna. Sebelum menggunakan aplikasi, pengguna memiliki harapan tertentu, misalnya mengenai kemudahan penggunaan atau kecepatan akses fitur (Alhosani & Thariq, 2020). *Tangibles* tidak hanya mendukung fungsi teknis aplikasi, tetapi juga memainkan peran kunci dalam membangun persepsi positif pengguna terhadap *perceived usefulness* aplikasi (Meyer-Waarden et al., 2020). Penelitian sebelumnya menunjukkan *tangibles* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* (Mao et al., 2023; Meyer-Waarden et al., 2020; Myeong-Jun & Lee, 2021). Berdasarkan keterkaitan variabel yang telah dijabarkan di atas, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut:

H1: *Tangibles* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness*

#### **2.2.2. Empathy terhadap Perceived Usefulness**

*Empathy* dalam aplikasi *mobile* berperan penting dalam meningkatkan *perceived usefulness* karena aplikasi yang menunjukkan pemahaman terhadap kebutuhan, preferensi, dan situasi pengguna menciptakan pengalaman yang lebih personal (Meyer-Waarden et al., 2020). Ketika aplikasi dirancang dengan memperhatikan kenyamanan pengguna, seperti menyediakan panduan yang jelas, bantuan yang mudah diakses, atau pengaturan yang fleksibel sesuai kebutuhan individu, pengguna merasa bahwa aplikasi tersebut benar-benar mendukung mereka dalam menyelesaikan tugas atau mencapai tujuan (Myeong-Jun & Lee, 2021). Dalam kaitannya dengan model TERRA, empati berperan dalam memenuhi ekspektasi pengguna mengenai seberapa peduli aplikasi terhadap pengalaman mereka. Sebelum menggunakan aplikasi, pengguna memiliki harapan bahwa aplikasi akan membantu mereka dengan cara yang relevan

dan sesuai dengan situasi mereka (Mao et al., 2023). Oleh karena itu, empati tidak hanya membantu menciptakan hubungan emosional yang lebih kuat antara pengguna dan aplikasi, tetapi juga memperkuat persepsi pengguna bahwa aplikasi tersebut benar-benar bermanfaat (Tojib et al., 2023). Penelitian sebelumnya menunjukkan *empathy* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* (Mao et al., 2023; Tojib et al., 2023). Berdasarkan keterkaitan variabel yang telah dijabarkan di atas, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut:

H2: *Empathy* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness*

### **2.2.3. Responsiveness terhadap Perceived Usefulness**

*Responsiveness* dalam aplikasi mobile berperan penting dalam meningkatkan *perceived usefulness* karena kemampuan aplikasi untuk merespons secara cepat dan tepat terhadap kebutuhan pengguna menciptakan pengalaman yang efisien dan memuaskan (Singh & Sahni, 2020). Ketika pengguna berinteraksi dengan aplikasi, mereka menginginkan reaksi yang instan dan relevan, baik itu dalam bentuk pemuatan halaman yang cepat, fitur pencarian yang responsif, atau dukungan pelanggan yang sigap menjawab pertanyaan (Mao et al., 2023). Dalam kaitannya dengan model TERRA, *responsiveness* menjadi faktor kunci dalam proses konfirmasi ekspektasi. Sebelum menggunakan aplikasi, pengguna memiliki harapan tertentu mengenai kecepatan dan keandalan aplikasi dalam merespons interaksi mereka (Sohail & Hasan, 2021). *Responsiveness* tidak hanya meningkatkan efisiensi interaksi pengguna dengan aplikasi, tetapi juga memperkuat persepsi positif terhadap *perceived usefulness* (Nie et al., 2023). Penelitian sebelumnya menunjukkan *responsiveness* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* (Singh & Sahni, 2020; Mao et al., 2023; Meyer-Waarden et al., 2020). Berdasarkan keterkaitan variabel yang telah dijabarkan di atas, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut:

H3: *Responsiveness* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness*

### **2.2.4. Reliability terhadap Perceived Usefulness**

*Reliability* pada aplikasi mobile menjadi faktor penentu utama dalam membentuk *perceived usefulness*, karena keandalan sistem secara langsung memengaruhi keyakinan pengguna bahwa aplikasi tersebut benar-benar bermanfaat dalam aktivitas sehari-hari (Ghani et al., 2022). Ketika aplikasi mampu berfungsi secara konsisten tanpa gangguan, menampilkan informasi yang akurat, memproses perintah dengan cepat, dan menjaga stabilitas kinerja di berbagai kondisi jaringan maupun perangkat, pengguna akan merasa bahwa aplikasi tersebut efektif membantu mereka mencapai tujuan dengan lebih mudah dan efisien (Le, 2021). Dalam perspektif model TERRA, *reliability* menjadi dimensi yang memastikan bahwa setiap interaksi pengguna dengan aplikasi memberikan hasil yang dapat diprediksi dan sesuai harapan, sehingga manfaat yang dirasakan bukan sekadar klaim promosi, tetapi pengalaman nyata yang berulang (Naji et al., 2024). Penelitian sebelumnya menunjukkan *reliability* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* (Xin et al., 2023; Alhadid et al., 2022; Huang & Zhi, 2023). Berdasarkan keterkaitan variabel yang telah dijabarkan di atas, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut:

H4: *Reliability* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness*

### **2.2.5. Assurance terhadap Perceived Usefulness**

*Assurance* pada aplikasi mobile memegang peran penting dalam membentuk *perceived usefulness* karena rasa aman, keyakinan, dan kepercayaan yang dirasakan pengguna terhadap kompetensi pengembang maupun kualitas sistem akan memengaruhi sejauh mana mereka menilai aplikasi tersebut bermanfaat (Naruetharadhol et al., 2021). Ketika pengguna merasa yakin bahwa aplikasi dikembangkan oleh pihak yang profesional, memiliki keamanan data yang terjamin, memberikan informasi yang akurat, dan didukung oleh layanan bantuan yang

responsif, mereka akan melihat aplikasi tersebut sebagai alat yang dapat diandalkan untuk mendukung kebutuhan dan aktivitas mereka (Park et al., 2024). Dalam kerangka model TERRA, *assurance* menjadi dimensi yang menghadirkan kepastian bahwa manfaat yang dijanjikan aplikasi bukan hanya retorika, melainkan benar-benar terwujud melalui keahlian teknis, transparansi, dan integritas layanan (Wen et al., 2025). Penelitian sebelumnya menunjukkan *assurance* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* (Naruetharadhol et al., 2021; Khan et al., 2021; Ge et al., 2021). Berdasarkan keterkaitan variabel yang telah dijabarkan di atas, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut:

H5: *Assurance* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness*

#### **2.2.6. *Perceived Usefulness* terhadap *Satisfaction***

Dalam kaitannya dengan model TERRA, *perceived usefulness* berfungsi sebagai hasil dari konfirmasi ekspektasi pengguna. Sebelum menggunakan aplikasi, pengguna memiliki harapan tertentu, seperti efisiensi dalam menyelesaikan tugas atau keandalan fitur (Mao et al., 2023). Ketika aplikasi memenuhi atau melampaui ekspektasi tersebut, pengguna mengonfirmasi bahwa aplikasi tersebut berguna. Proses konfirmasi ini tidak hanya meningkatkan persepsi terhadap kegunaan aplikasi, tetapi juga menumbuhkan *satisfaction* (Al-Fraihat et al., 2020). Sebaliknya, jika aplikasi tidak memberikan manfaat yang diharapkan, pengguna akan merasa kecewa. *Perceived usefulness* menjadi elemen penting dalam membangun pengalaman yang *satisfaction* (Sidharta & Rahmahwati, 2023). Penelitian sebelumnya menunjukkan *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *satisfaction* (Mao et al., 2023; Sidharta & Rahmahwati, 2023; Daragmeh et al., 2022). Berdasarkan keterkaitan variabel yang telah dijabarkan di atas, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut:

H6: *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Satisfaction*

#### **2.2.7. *Satisfaction* terhadap *Continuance Intention to Use***

*Satisfaction* memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan *continuance intention to use* suatu aplikasi, karena tingkat kepuasan yang tinggi mendorong pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut di masa mendatang (Daragmeh et al., 2022). Dalam kaitannya dengan model TERRA, *satisfaction* adalah hasil dari konfirmasi ekspektasi pengguna yang telah dibentuk sebelum mereka mulai menggunakan aplikasi (Mao et al., 2023). Ketika aplikasi berhasil memenuhi atau melebihi harapan tersebut, pengguna merasakan *satisfaction* (Meyer-Waarden et al., 2020). Proses ini memberikan konfirmasi bahwa aplikasi tersebut benar-benar memenuhi kebutuhan mereka, yang memperkuat *continuance intention to use* (Singh & Sahni, 2020). Penelitian sebelumnya menunjukkan *satisfaction* berpengaruh positif terhadap *continuance intention to use* (Mao et al., 2023; Meyer-Waarden et al., 2020; Daragmeh et al., 2022). Berdasarkan keterkaitan variabel yang telah dijabarkan di atas, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut:

H7: *Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Continuance Intention to Use*

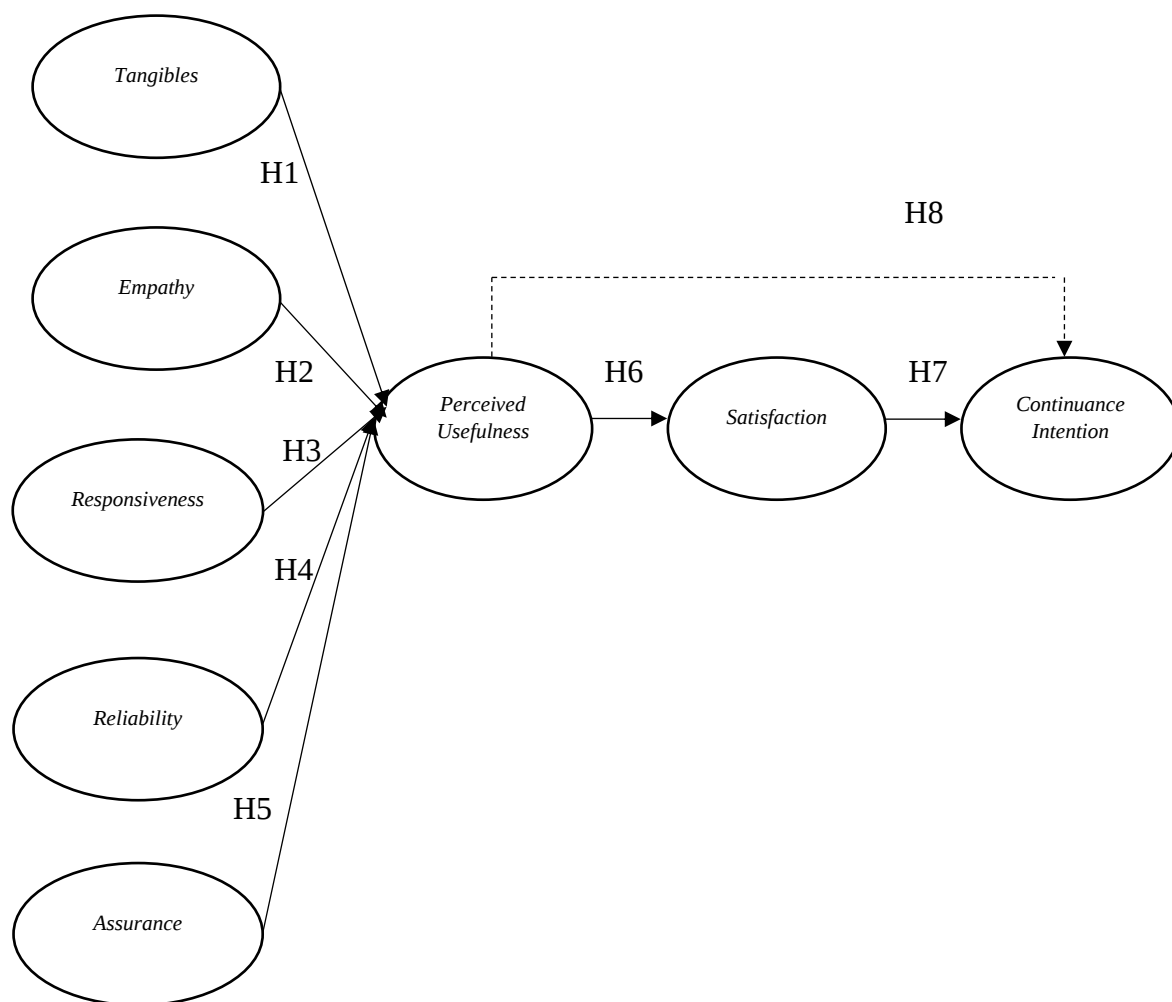
#### **2.2.8. *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention to Use* dimediasi *Satisfaction***

Aplikasi akan memberikan manfaat yang nyata, seperti mempermudah pekerjaan atau memenuhi kebutuhan mereka dengan lebih efisien, mereka akan lebih cenderung untuk terus menggunakan aplikasi tersebut (Al-Fraihat et al., 2020). Namun, bukan hanya *perceived usefulness* yang menentukan *continuance intention to use* tetapi juga seberapa puas mereka dengan pengalaman keseluruhan mereka menggunakan aplikasi tersebut (Mao et al., 2023). Dalam model TERRA, ketika ekspektasi pengguna tentang kegunaan aplikasi dipenuhi, hal ini memunculkan *satisfaction*, yang pada gilirannya mendorong *continuance intention to use* (Lee et al., 2023). Penelitian sebelumnya menunjukkan *satisfaction* mampu memediasi pengaruh

*perceived usefulness* terhadap *continuance intention to use* (Nurdin et al., 2023). Berdasarkan keterkaitan variabel yang telah dijabarkan di atas, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut:

H8: *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Continuance Intention to Use* dimediasi *Satisfaction*

### 2.3 Model Penelitian



**Gambar 2. Model Penelitian**

### 2.4 Penelitian Terdahulu

**Tabel 1. Penelitian Terdahulu**

| No | Peneliti, Tahun             | Variabel                                                                                                                                                                                                    | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                               |
|----|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Al-Fraiha et al. (2020)     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Information quality</i></li> <li>• <i>Perceived usefulness</i></li> <li>• <i>satisfaction</i></li> </ul>                                                        | <i>Information quality</i> mampu meningkatkan <i>perceived usefulness</i> . Kemudian, <i>perceived usefulness</i> akan meningkatkan <i>satisfaction</i>                                        |
| 2  | Meyer-Waarden et al. (2020) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Tangibles</i></li> <li>• <i>Responsiveness</i></li> <li>• <i>Empathy</i></li> <li>• <i>Perceived usefulness</i></li> <li>• <i>Intention to reuse</i></li> </ul> | <i>Tangibles</i> , <i>Responsiveness</i> dan <i>Empathy</i> mampu meningkatkan <i>perceived usefulness</i> . Kemudian, <i>perceived usefulness</i> akan meningkatkan <i>intention to reuse</i> |

| No | Peneliti, Tahun         | Variabel                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3  | Singh & Sahni (2020)    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Responsiveness</i></li> <li>• <i>Security</i></li> <li>• <i>Usefulness</i></li> <li>• <i>Behavior intention</i></li> </ul>                                                                                                                                                                      | <i>Responsiveness</i> dan <i>security</i> mampu meningkatkan <i>perceived usefulness</i> . Kemudian, <i>perceived usefulness</i> akan meningkatkan <i>behavior intention</i>                                                                                                                                                                       |
| 4  | Myeong-Jun & Lee (2021) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Tangibles</i></li> <li>• <i>Responsiveness</i></li> <li>• <i>Empathy</i></li> </ul>                                                                                                                                                                                                             | <i>Tangibles</i> , <i>Responsiveness</i> dan <i>Empathy</i> mampu meningkatkan <i>perceived usefulness</i>                                                                                                                                                                                                                                         |
| 5  | Shahzad et al. (2021)   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Information quality</i></li> <li>• <i>System use</i></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                 | <i>Information quality</i> mampu meningkatkan <i>system use</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 6  | Daragmeh et al. (2022)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Security</i></li> <li>• <i>Perceived usefulness</i></li> <li>• <i>Satisfaction</i></li> <li>• <i>Continuance intention</i></li> </ul>                                                                                                                                                           | <i>Security</i> mampu meningkatkan <i>perceived usefulness</i> . Kemudian, <i>perceived usefulness</i> berpengaruh positif terhadap <i>satisfaction</i> dan <i>continuance intention</i>                                                                                                                                                           |
| 7  | Alyoussef (2023)        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Information quality</i></li> <li>• <i>Perceived usefulness</i></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                       | <i>Information quality</i> mampu meningkatkan <i>perceived usefulness</i>                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 8  | Lee et al. (2023)       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Information quality</i></li> <li>• <i>Perceived usefulness</i></li> <li>• <i>Satisfaction</i></li> <li>• <i>Continous intention</i></li> </ul>                                                                                                                                                  | <i>Perceived usefulness</i> mampu meningkatkan <i>user satisfaction</i> dan <i>continous intention</i> . Kemudian <i>satisfaction</i> mampu berperan sebagai mediasi                                                                                                                                                                               |
| 9  | Mao et al. (2023)       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Tangibles</i></li> <li>• <i>Information quality</i></li> <li>• <i>Efficiency</i></li> <li>• <i>Security</i></li> <li>• <i>Responsiveness</i></li> <li>• <i>Empathy</i></li> <li>• <i>Perceived usefulness</i></li> <li>• <i>Satisfaction</i></li> <li>• <i>Continuance intention</i></li> </ul> | <i>Tangibles</i> , <i>information quality</i> , <i>efficiency</i> , <i>security</i> , <i>responsiveness</i> dan <i>empathy</i> mampu meningkatkan <i>perceived usefulness</i> . Kemudian, <i>perceived usefulness</i> akan meningkatkan <i>satisfaction</i> . Adapun <i>satisfaction</i> berpengaruh positif terhadap <i>continuance intention</i> |
| 10 | Nurdin et al. (2023)    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Perceived usefulness</i></li> <li>• <i>Satisfaction</i></li> <li>• <i>Continous intention</i></li> </ul>                                                                                                                                                                                        | <i>Perceived usefulness</i> mampu meningkatkan <i>user satisfaction</i> dan <i>continous intention</i> . Kemudian <i>satisfaction</i> mampu berperan sebagai mediasi                                                                                                                                                                               |

| No | Peneliti, Tahun              | Variabel                                                                                                            | Hasil Penelitian                                                        |
|----|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| 11 | Sidharta & Rahmahwati (2023) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Perceived usefulness</i></li> <li>• <i>User satisfaction</i></li> </ul> | <i>Perceived usefulness</i> mampu meningkatkan <i>user satisfaction</i> |
| 12 | Tojib et al. (2023)          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Empathy</i></li> <li>• <i>Usefulness</i></li> </ul>                     | <i>Empathy</i> mampu meningkatkan <i>usefulness</i>                     |
| 13 | Al-Shanableh et al. (2024)   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Security</i></li> <li>• <i>Perceived usefulness</i></li> </ul>          | <i>Security</i> mampu meningkatkan <i>perceived usefulness</i>          |

### 3. Metode Penelitian

#### 3.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dan metode penelitian verifikatif. Pendekatan deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang mendeskripsi gejala atau peristiwa yang terjadi, dimana gejala atau peristiwa tersebut dapat dinilai dalam bentuk data numerik (Sugiyono, 2022). Sementara penelitian verifikatif adalah metode yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode ini juga digunakan untuk menguji pengaruh atau bentuk hubungan sebab akibat dari masalah yang sedang diselidiki atau diajukan dalam hipotesis (Arikunto, 2020)

#### 3.2. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi *Jamsostek Mobile* cabang Semarang Pemuda sebanyak 556 peserta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* yaitu metode yang memungkinkan setiap individu dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih (Arikunto, 2020). Kemudian, perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

$$n = \frac{556}{1 + 556 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{556}{6,56}$$

$$n = 84,75 \sim 100$$

Berdasarkan perhitungan sampel, responden yang dianalisis sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan membuat *google form* kuesioner dengan pertanyaan dan skala yang sesuai dengan data yang hendak diukur. Selanjutnya, mengirim *link google form* ke responden. Lalu setelah pengumpulan data, proses analisis dilakukan dengan memanfaatkan software SmartPLS untuk uji statistik dan menguji hipotesis penelitian

#### 3.3. Definisi Operasional dan Indikator Variabel

**Tabel 2. Definisi Variabel dan Indikator Variabel**

| No | Variabel         | Definisi                                                                                                      | Indikator                                                                                                       |
|----|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | <i>Tangibles</i> | Pengalaman visual pengguna yang intuitif, seperti desain antarmuka dan tata letak aplikasi (Mao et al., 2023) | 1. Desain antarmuka<br>2. Tata letak fitur<br>3. Navigasi aplikasi<br>4. Keragaman informasi (Mao et al., 2023) |
| 2  | <i>Empathy</i>   | Aplikasi menyesuaikan kebutuhan tiap pengguna                                                                 | 1. Memantau aktivitas <i>online</i><br>2. Keramahan staf <i>online</i><br>3. Tidak mempersulit                  |

| No | Variabel                    | Definisi                                                                                                                                                                                                                    | Indikator                                                                                                                               |
|----|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                             | (Mao et al., 2023)                                                                                                                                                                                                          | 4. Bantuan tepat<br>(Mao et al., 2023)                                                                                                  |
| 3  | <i>Responsiveness</i>       | Aplikasi dapat mewujudkan fungsi interaktif dan merespons kebutuhan layanan pengguna secara tepat waktu<br>(Mao et al., 2023)                                                                                               | 1. Respon sesuai instruksi<br>2. Kecepatan menyelesaikan transaksi<br>3. Penanganan masalah<br>4. Ketepatan waktu<br>(Mao et al., 2023) |
| 4  | <i>Reliability</i>          | Kemampuan untuk memberikan pelayanan secara konsisten sesuai dengan standar yang dijanjikan, sehingga pelanggan dapat mengandalkan kualitas dan hasil yang mereka terima setiap kali berinteraksi<br>(Alhadid et al., 2022) | 1. Pemecahan masalah<br>2. Keandalan layanan<br>3. Konsistensi kinerja<br>4. Pembaruan sistem<br>(Alhadid et al., 2022)                 |
| 5  | <i>Assurance</i>            | Rasa aman dan keyakinan yang dirasakan pelanggan ketika berinteraksi dengan perusahaan, yang muncul dari kombinasi kompetensi, pengetahuan, dan sikap profesional para pemberi layanan<br>(Naruetharadhol et al., 2021)     | 1. Persepsi keamanan<br>2. Perlindungan hukum<br>3. Keandalan jaringan internet<br>(Naruetharadhol et al., 2021)                        |
| 6  | <i>Perceived Usefulness</i> | Pengguna secara subjektif percaya bahwa aplikasi dapat menangani transaksi bisnis tertentu atau memperoleh layanan tertentu<br>(Mao et al., 2023)                                                                           | 1. Aplikasi sesuai kebutuhan<br>2. Meningkatkan efisiensi<br>3. Manfaat aplikasi<br>(Mao et al., 2023)                                  |
| 7  | <i>Satisfaction</i>         | Evaluasi pengguna terhadap aplikasi dengan membandingkan kinerja yang mereka rasakan setelah menggunakan aplikasi dengan harapan mereka sebelum menggunakan aplikasi tersebut                                               | 1. Puas dengan informasi<br>2. Puas dengan pelayanan<br>3. Perasaan pengguna<br>4. Puas terhadap aplikasi<br>(Mao et al., 2023)         |

| No | Variabel                     | Definisi                                                                                                                                                                                                                                            | Indikator                                                                                                         |
|----|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 8  | <i>Continuance Intention</i> | (Mao et al., 2023)<br>Setelah pengguna menggunakan informasi atau layanan yang disediakan oleh aplikasi, pengguna bersedia untuk terus menggunakan aplikasitersebut untuk jangka waktu tertentu atau lebih lama di masa depan<br>(Mao et al., 2023) | 1. Menggunakan di masa depan<br>2. Kesiediaan merekomendasikan<br>3. Memberi ulasan positif<br>(Mao et al., 2023) |

### 3.4. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan metode *Partial Least Square (PLS)* menggunakan *software SmartPLS* versi 4. *PLS* adalah salah satu metode penyelesaian *Structural Equation Modeling (SEM)* yang dalam hal ini lebih dibandingkan dengan teknik-teknik *SEM* lainnya. *SEM* memiliki tingkat fleksibilitas yang lebih tinggi pada penelitian yang menghubungkan antara teori dan data, serta mampu melakukan analisis jalur (*path*) dengan variabel laten sehingga sering digunakan oleh peneliti yang berfokus pada ilmu sosial (Ghozali & Latan, 2020).

#### 3.4.1. Uji Kelayakan Instrumen (*Outer Model*)

Model pengukuran pada Analisis *SmartPLS* ini berfungsi untuk keterkaitan variabel laten dengan beberapa indikatornya. Model pengukuran terbagi menjadi duapengujian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

##### 1. *Convergent Validity*

Nilai *convergent validity* menunjukkan validitas atas indicator-indikator pengukuran. Nilai *convergent validity* dapat dilihat melalui nilai *loading factor* pada variabel endogen dan eksogen. Nilai yang direkomendasikan adalah  $> 0,7$  pada model penelitian yang relative sudah banyak diteliti (Ghozali & Latan, 2020).

##### 2. *Discriminant Validity*

Nilai *discriminant validity* adalah nilai *cross loading factor* yang bertujuan untuk mengetahui terkait diskriminan yang ada dalam suatu konstruk penelitian. Cara mengetahui nilai diskriminan dalam suatu konstruk dapat dilakukan dengan melihat perbandingan yang menghasilkan angka lebih besar antara nilai *loading* konstruk yang dituju dengan nilai *loading* konstruk yang lain (Ghozali & Latan, 2020)

##### 3. *Average Variance Extracted (AVE)*

Nilai AVE juga menunjukkan hasil evaluasi validitas diskriminan untuk setiap konstruk variabel endogen dan eksogen. AVE menjelaskan interkorelasi internal antar indicator pada konstruk di setiap variabel laten. Nilai AVE diharapkan minimal 0,5 (Ghozali & Latan, 2020)

##### 4. *Composite Reliability*

Nilai *composite reliability* berfungsi untuk mengukur reliabilitas suatu indicator dari suatu konstruk yang dibangun. Nilai *composite reliability* yang diharapkan minimal 0,7. Sementara nilai *composite reliability* di atas 0,8, maka dapat disimpulkan data yang ada memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi (Ghozali & Latan, 2020)

##### 5. *Cronbach Alpha*

Nilai *Cronbach alpha* juga merupakan penilaian terhadap reliabilitas dari batas suatu konstruk. Nilai *Cronbach alpha* mengukur konsistensi internal dari suatu indicator dengan nilai minimal yang diharapkan adalah 0,7 (Ghozali & Latan, 2020)

### 3.4.2. Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural pada analisis *SmartPLS* berfungsi menjelaskan hubungan antar variabel laten dengan variabel laten lainnya. Model struktural terdiri dari beberapa pengukuran yaitu analisis model fit melalui *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR) dan *Normed Fit Index* (NFI), mengukur nilai koefisien  $\beta$  (mengetahui arah hubungan), uji *t* (mengetahui kemaknaan hubungan), nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengetahui nilai penjelasan variabel-variabel respon, serta menguji prediktif *relevance* ( $Q^2$ ) (Ghozali & Latan, 2020)

### 3.4.3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan analisis full model *structural equation modeling* (SEM) dengan *smartPLS*. Dalam full model *structural equation modeling* selain mengkonfirmasi teori, juga menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antara variabel laten (Ghozali & Latan, 2020). Pengujian hipotesis dengan melihat nilai perhitungan *Path Coefisien* pada pengujian inner model. Hipotesis dikatakan diterima apabila nilai *T* statistik lebih besar dari *T* tabel 1,96 ( $\alpha$  5%) yang berarti apabila nilai *T* statistik setiap hipotesis lebih besar dari *T* tabel atau nilai *p-values* lebih kecil dari 0,05 maka dapat dinyatakan diterima atau terbukti.

### 3.4.4. Uji Efek Mediasi (*Variance Accounted For*)

Efek mediasi menunjukkan hubungan antara variabel independen dan dependen melalui variabel penghubung atau mediasi. Setelah memperoleh hasil signifikansi pada setiap jalur yang dilihat dari output *path coefficients* dan *specific indirect effects*, maka selanjutnya dapat mencari efek mediasi yang dihitung menggunakan metode *Variance Accounted For* (VAF). Adapun rumus dari VAF adalah sebagai berikut (Ghozali & Latan, 2020)

$$VAF = \frac{\text{Indirect Effect}}{\text{Indirect Effect} + \text{Direct Effect}}$$

Dasar pengambilan keputusan dari hasil nilai VAF adalah sebagai berikut:

- Jika  $VAF > 0,80$  atau  $> 80\%$ , maka peran variabel mediasi adalah *full mediation*
- Jika  $0,20 \leq VAF \leq 0,80$  atau  $20\% \leq VAF \leq 80\%$ , maka peran variabel mediasi adalah mediasi parsial
- Jika  $VAF < 0,20$  atau  $< 20\%$ , maka peran variabel mediasi tidak ada atau tidak ada mediasi

## 4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

### 4.1. Profil Responden

Data yang diperoleh pada penelitian ini adalah pengguna aplikasi *Jamsostek Mobile* cabang Semarang Pemuda sebanyak 100 responden. Data pribadi responden yang diminta adalah jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan lama menggunakan JMO.

Tabel 3. Profil Responden

| Profil Responden | Item                  | f  | %  |
|------------------|-----------------------|----|----|
| Jenis Kelamin    | Laki-Laki             | 56 | 56 |
|                  | Perempuan             | 44 | 44 |
|                  | 18 – 24 Tahun         | 28 | 28 |
| Usia             | 25 – 34 Tahun         | 37 | 37 |
|                  | 35 – 44 Tahun         | 19 | 19 |
|                  | 45 – 54 Tahun         | 8  | 8  |
|                  | > 55 Tahun            | 8  | 8  |
|                  | SMP                   | 6  | 6  |
| Pendidikan       | SMA/SMK               | 43 | 43 |
|                  | Diploma               | 18 | 18 |
|                  | Sarjana               | 23 | 23 |
|                  | Pascasarjana          | 10 | 10 |
|                  | Pedagang Kaki Lima    | 18 | 18 |
| Pekerjaan        | Pengemudi Ojek Online | 20 | 20 |

| Profil Responden     | Item                       | f  | %  |
|----------------------|----------------------------|----|----|
| Lama Menggunakan JMO | Pekerja Serabutan          | 8  | 8  |
|                      | Wiraswasta (Usaha Rumahan) | 16 | 16 |
|                      | Freelancer                 | 16 | 16 |
|                      | Petani/Nelayan             | 9  | 8  |
|                      | Pekerja Kreatif            | 13 | 13 |
|                      | < 6 Bulan                  | 23 | 23 |
|                      | 6 Bulan – 1 Tahun          | 24 | 24 |
|                      | 1 – 2 Tahun                | 30 | 30 |
|                      | > 2 Tahun                  | 23 | 23 |

Sumber: data diolah

Berdasarkan hasil survei terhadap 100 responden pengguna aplikasi Jamsostek Mobile (JMO) di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Semarang Pemuda terlihat bahwa mayoritas pengguna adalah laki-laki, meskipun perbedaan dengan perempuan tidak terlalu jauh. Hal ini dapat dimaknai bahwa aplikasi JMO cukup inklusif, namun cenderung lebih banyak dimanfaatkan oleh kelompok laki-laki yang umumnya bekerja pada sektor informal. Dari sisi usia, kelompok terbesar berasal dari rentang 25 hingga 34 tahun yang mencapai lebih dari sepertiga responden. Fakta ini selaras dengan data Otoritas Jasa Keuangan yang menyebutkan bahwa usia produktif muda lebih banyak bersentuhan dengan layanan digital, termasuk aplikasi JMO.

Ditinjau dari tingkat pendidikan, mayoritas responden menempuh pendidikan menengah setingkat SMA/SMK. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi JMO mampu menjangkau lapisan masyarakat dengan latar belakang pendidikan beragam. Dari segi pekerjaan, variasi yang muncul cukup beragam. Persentase terbesar berasal dari pengemudi ojek online dan pedagang kaki lima yang bersama-sama merepresentasikan sektor informal perkotaan. Bila dilihat dari lama penggunaan, responden relatif terbagi seimbang. Ada sekelompok pengguna yang baru mengenal JMO dalam enam bulan terakhir, namun ada pula yang sudah lebih dari dua tahun memanfaatkan aplikasi ini

#### 4.2. Deskripsi Jawaban Responden

Berdasarkan data yang dikumpulkan, jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui deskriptif terhadap masing-masing variabel

Tabel 4. Variabel Konstruk dan Indikator

| Variabel dan Indikator                                                                         | Mea  | 5 |    | 4 |    | 3 |    | 2 |    | 1 |   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|------|---|----|---|----|---|----|---|----|---|---|
|                                                                                                | n    | f | %  | f | %  | f | %  | f | %  | f | % |
| <i>Tangibles</i>                                                                               |      |   |    |   |    |   |    |   |    |   |   |
| Desain antarmuka aplikasi JMO terlihat menarik dan mudah dipahami                              | 3,26 | 2 | 2  | 3 | 39 | 4 | 42 | 1 | 17 | 0 | 0 |
|                                                                                                |      |   |    | 9 |    | 2 |    | 7 |    |   |   |
| Tata letak fitur pada aplikasi JMO memudahkan pengguna untuk menemukan layanan yang dibutuhkan | 3,84 | 2 | 29 | 3 | 38 | 2 | 21 | 1 | 12 | 0 | 0 |
|                                                                                                |      | 9 |    | 8 |    | 1 |    | 2 |    |   |   |
| Navigasi dalam aplikasi JMO intuitif dan tidak membingungkan                                   | 3,63 | 2 | 27 | 3 | 32 | 2 | 22 | 1 | 15 | 4 | 4 |
|                                                                                                |      | 7 |    | 2 |    | 2 |    | 5 |    |   |   |
| Aplikasi JMO menyediakan informasi yang beragam dan relevan sesuai dengan kebutuhan pengguna   | 3,55 | 1 | 17 | 3 | 38 | 3 | 32 | 9 | 9  | 4 | 4 |
|                                                                                                |      | 7 |    | 8 |    | 2 |    |   |    |   |   |

| Variabel dan Indikator                                                                                                            | Mean | 5<br>f % | 4<br>f % | 3<br>f % | 2<br>f % | 1<br>f % |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Rata-Rata TA                                                                                                                      | 3,57 |          |          |          |          |          |
| <i>Empathy</i>                                                                                                                    |      |          |          |          |          |          |
| Aplikasi JMO memberikan kemudahan bagi pengguna untuk memantau aktivitas dengan transparan dan akurat                             | 3,74 | 2<br>5   | 25<br>6  | 3<br>6   | 2<br>8   | 28<br>0  |
| Staf yang mendukung layanan JMO selalu ramah dan membantu dalam menyelesaikan permasalahan pengguna                               | 3,73 | 2<br>5   | 25<br>8  | 3<br>8   | 2<br>4   | 24<br>1  |
| Aplikasi JMO memberikan layanan yang sederhana dan tidak mempersulit pengguna dalam mengakses fitur atau layanan yang tersedia    | 3,72 | 2<br>7   | 27<br>8  | 3<br>8   | 1<br>7   | 17<br>6  |
| Aplikasi JMO memberikan bantuan yang sesuai dan relevan dengan kebutuhan saya, sehingga saya merasa diperhatikan sebagai pengguna | 3,74 | 2<br>6   | 26<br>0  | 4<br>0   | 1<br>9   | 19<br>2  |
| Rata-Rata EM                                                                                                                      | 3,73 |          |          |          |          |          |
| <i>Responsiveness</i>                                                                                                             |      |          |          |          |          |          |
| Aplikasi JMO selalu memberikan respon yang sesuai dengan instruksi pengguna                                                       | 3,61 | 1<br>8   | 18<br>1  | 4<br>1   | 41<br>6  | 2<br>4   |
| Aplikasi JMO mampu menyelesaikan transaksi dengan cepat tanpa adanya penundaan yang berarti                                       | 3,64 | 2<br>1   | 21<br>0  | 4<br>0   | 40<br>4  | 2<br>2   |
| Aplikasi JMO memberikan penanganan masalah yang cepat dan efektif ketika pengguna mengalami kendala                               | 3,65 | 2<br>0   | 20<br>1  | 4<br>1   | 41<br>5  | 2<br>2   |
| Aplikasi JMO merespons permintaan dan memproses layanan saya tepat waktu sesuai harapan                                           | 3,66 | 2<br>6   | 26<br>3  | 3<br>3   | 33<br>5  | 2<br>3   |
| Rata-Rata RS                                                                                                                      | 3,64 |          |          |          |          |          |
| <i>Reliability</i>                                                                                                                |      |          |          |          |          |          |
| Aplikasi JMO mampu membantu saya menyelesaikan masalah kepesertaan                                                                | 3,64 | 2<br>3   | 23<br>6  | 3<br>6   | 36<br>4  | 2<br>6   |

| Variabel dan Indikator                                                                                         | Mean | 5      |    | 4      |    | 3      |      | 2      |    | 1      |   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|--------|----|--------|----|--------|------|--------|----|--------|---|
|                                                                                                                | n    | f      | %  | f      | %  | f      | %    | f      | %  | f      | % |
| Aplikasi JMO selalu dapat diandalkan untuk memberikan layanan sesuai yang dijanjikan                           | 3,66 | 2<br>6 | 26 | 3<br>3 | 33 | 2<br>5 | 25   | 1<br>3 | 13 | 3<br>3 | 3 |
| Aplikasi JMO berfungsi dengan baik secara konsisten setiap kali digunakan                                      | 3,67 | 2<br>4 | 24 | 3<br>6 | 36 | 2<br>6 | 26   | 1<br>1 | 11 | 3<br>3 | 3 |
| Aplikasi JMO melakukan pembaruan sistem secara berkala untuk menjaga kualitas dan keandalan layanan            | 3,62 | 1<br>8 | 18 | 4<br>2 | 42 | 2<br>5 | 25   | 1<br>4 | 14 | 1<br>1 | 1 |
| Rata-Rata RL                                                                                                   |      |        |    |        |    |        | 3,65 |        |    |        |   |
| <i>Assurance</i>                                                                                               |      |        |    |        |    |        |      |        |    |        |   |
| Saya merasa aman menggunakan aplikasi JMO karena sistemnya mampu melindungi data dan transaksi                 | 3,66 | 2<br>2 | 22 | 3<br>8 | 38 | 2<br>5 | 25   | 1<br>4 | 14 | 1<br>1 | 1 |
| Aplikasi JMO memiliki landasan hukum yang jelas untuk melindungi hak saya sebagai peserta                      | 3,66 | 2<br>4 | 24 | 3<br>4 | 34 | 2<br>7 | 27   | 1<br>4 | 14 | 1<br>1 | 1 |
| Aplikasi JMO dapat berjalan dengan baik berkat dukungan jaringan internet yang andal dan aman di sekitar saya  | 3,56 | 2<br>2 | 22 | 3<br>7 | 37 | 2<br>0 | 20   | 1<br>7 | 17 | 4<br>4 | 4 |
| Rata-Rata AS                                                                                                   |      |        |    |        |    |        | 3,62 |        |    |        |   |
| <i>Perceived Usefulness</i>                                                                                    |      |        |    |        |    |        |      |        |    |        |   |
| Aplikasi JMO dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna dalam mengelola layanan ketenagakerjaan               | 3,57 | 2<br>3 | 23 | 2<br>9 | 29 | 3<br>3 | 33   | 1<br>2 | 12 | 3<br>3 | 3 |
| Penggunaan aplikasi JMO membantu meningkatkan efisiensi dalam mengakses informasi dan layanan ketenagakerjaan. | 3,59 | 2<br>3 | 23 | 3<br>1 | 31 | 3<br>0 | 30   | 1<br>4 | 14 | 2<br>2 | 2 |
| Aplikasi JMO memberikan manfaat nyata bagi pengguna dalam mengelola data dan layanan terkait ketenagakerjaan   | 3,69 | 2<br>3 | 23 | 4<br>0 | 40 | 2<br>2 | 22   | 1<br>3 | 13 | 2<br>2 | 2 |
| Rata-Rata PU                                                                                                   |      |        |    |        |    |        | 3,62 |        |    |        |   |
| <i>Satisfaction</i>                                                                                            |      |        |    |        |    |        |      |        |    |        |   |
| Saya merasa puas dengan kualitas dan keakuratan informasi yang disediakan oleh aplikasi JMO                    | 3,67 | 2<br>6 | 26 | 3<br>4 | 34 | 2<br>3 | 23   | 1<br>5 | 15 | 2<br>2 | 2 |

| Variabel dan Indikator                                                                                        | Mea  | 5 |    | 4 |    | 3    |    | 2 |    | 1 |   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|---|----|---|----|------|----|---|----|---|---|
|                                                                                                               | n    | f | %  | f | %  | f    | %  | f | %  | f | % |
| Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan melalui aplikasi JMO, baik dari segi respon maupun kemudahan | 3,67 | 2 | 22 | 3 | 36 | 3    | 31 | 9 | 9  | 2 | 2 |
|                                                                                                               |      | 2 |    | 6 |    | 1    |    |   |    |   |   |
| Menggunakan aplikasi JMO memberikan pengalaman yang menyenangkan dan memenuhi harapan saya sebagai pengguna   | 3,64 | 2 | 24 | 3 | 33 | 2    | 28 | 1 | 13 | 2 | 2 |
|                                                                                                               |      | 4 |    | 3 |    | 8    |    | 3 |    |   |   |
| Secara keseluruhan, saya puas dengan aplikasi JMO karena fungsinya sesuai dengan kebutuhan                    | 3,61 | 2 | 22 | 3 | 33 | 3    | 32 | 1 | 10 | 3 | 3 |
|                                                                                                               |      | 2 |    | 3 |    | 2    |    | 0 |    |   |   |
| Rata-Rata ST                                                                                                  |      |   |    |   |    | 3,65 |    |   |    |   |   |
| <i>Continuance Intention</i>                                                                                  |      |   |    |   |    |      |    |   |    |   |   |
| Saya berencana untuk terus menggunakan aplikasi JMO di masa depan untuk mengelola layanan ketenagakerjaan     | 3,68 | 2 | 20 | 4 | 42 | 2    | 25 | 1 | 12 | 1 | 1 |
|                                                                                                               |      | 0 |    | 2 |    | 5    |    | 2 |    |   |   |
| Saya bersedia merekomendasikan aplikasi JMO kepada orang lain yang membutuhkan layanan serupa                 | 3,68 | 2 | 24 | 3 | 35 | 2    | 28 | 1 | 11 | 2 | 2 |
|                                                                                                               |      | 4 |    | 5 |    | 8    |    | 1 |    |   |   |
| Saya merasa yakin untuk memberikan ulasan positif mengenai aplikasi JMO berdasarkan pengalaman penggunaan     | 3,51 | 1 | 17 | 3 | 39 | 2    | 28 | 1 | 10 | 6 | 6 |
|                                                                                                               |      | 7 |    | 9 |    | 8    |    | 0 |    |   |   |
| Rata-Rata CI                                                                                                  |      |   |    |   |    | 3,62 |    |   |    |   |   |

Sumber: data diolah

Berdasarkan Tabel 4 dengan 100 responden, variabel TA memiliki nilai *mean* sebesar 3,57. Indikator dengan nilai *mean* tertinggi sebesar 3,84 menunjukkan 38 responden menyatakan setuju dan 29 responden menyatakan sangat setuju bahwa “Tata letak fitur pada aplikasi JMO memudahkan pengguna untuk menemukan layanan yang dibutuhkan”.

Variabel EM memiliki nilai *mean* 3,73. Indikator dengan nilai *mean* tertinggi sebesar 3,74 menunjukkan 40 responden menyatakan setuju dan 26 responden menyatakan sangat setuju bahwa “Aplikasi JMO memberikan bantuan yang sesuai dan relevan dengan kebutuhan saya, sehingga saya merasa diperhatikan sebagai pengguna”.

Variabel RS memiliki nilai *mean* 3,64. Indikator dengan nilai *mean* tertinggi sebesar 3,66 menunjukkan 33 responden menyatakan sangat setuju dan 26 responden menyatakan sangat setuju bahwa “Aplikasi JMO merespons permintaan dan memproses layanan saya tepat waktu sesuai harapan”.

Variabel RL memiliki nilai *mean* 3,65. Indikator dengan nilai *mean* tertinggi sebesar 3,67 menunjukkan 36 responden menyatakan setuju dan 24 responden menyatakan sangat setuju bahwa “Aplikasi JMO berfungsi dengan baik secara konsisten setiap kali digunakan”.

Variabel AS memiliki nilai *mean* 3,62. Indikator dengan nilai *mean* tertinggi sebesar 3,66 menunjukkan bahwa 34 responden menyatakan setuju dan 24 responden menyatakan sangat

setuju bahwa “Aplikasi JMO memiliki landasan hukum yang jelas untuk melindungi hak saya sebagai peserta”.

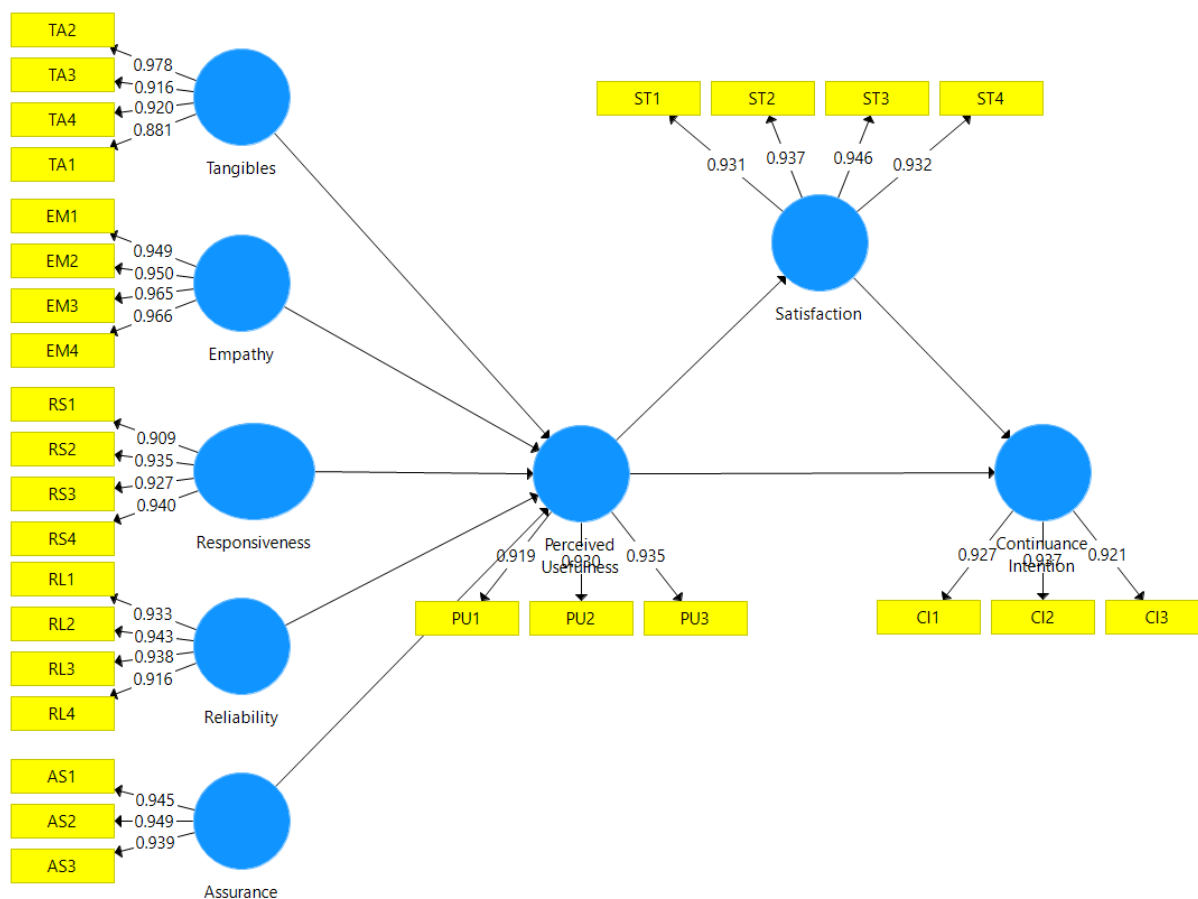
Variabel PU memiliki nilai *mean* 3,62. Indikator dengan nilai *mean* tertinggi sebesar 3,69 menunjukkan 40 responden menyatakan setuju dan 23 responden menyatakan sangat setuju bahwa “Aplikasi JMO memberikan manfaat nyata bagi pengguna dalam mengelola data dan layanan terkait ketenagakerjaan”.

Variabel ST memiliki nilai *mean* 3,65. Indikator dengan nilai *mean* tertinggi sebesar 3,67 menunjukkan 34 responden menyatakan setuju dan 26 responden menyatakan sangat setuju bahwa “Saya merasa puas dengan kualitas dan keakuratan informasi yang disediakan oleh aplikasi JMO”.

Variabel CI memiliki nilai *mean* 3,62. Indikator dengan nilai *mean* tertinggi sebesar 3,68 menunjukkan 35 responden menyatakan setuju dan 24 responden menyatakan sangat setuju bahwa “Saya bersedia merekomendasikan aplikasi JMO kepada orang lain yang membutuhkan layanan serupa”.

#### 4.3. Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan metode *Partial Least Square* (PLS) menggunakan software SmartPLS versi 4. *Partial Least Square* adalah metode analisis yang cukup kuat karena tidak didasarkan pada banyak asumsi.



Gambar 3. Outer Model

Sumber: Data Diolah

Pada pengujian *outer model* terdapat 8 variabel laten yang diikuti dengan masing-masing variabel konstruknya. *Tangibles* dengan 4 variabel konstruk, *Empathy* dengan 4 variabel konstruk, *Responsiveness* dengan 4 variabel konstruk, *Reliability* dengan 4 variabel konstruk, *Assurance* dengan 3 variabel konstruk, *Perceived Usefulness* dengan 3 variabel konstruk, *Satisfaction* dengan 4 variabel konstruk, dan *Continuance Intention* dengan 3 variabel konstruk

#### 4.3.1. Uji Outer Model

##### 4.3.1.1. Convergent Validity dan AVE

Tabel 5. Uji *Convergent Validity* dan Nilai AVE

| Variabel                     | Item Butir | Nilai <i>Outer Loading</i> | Nilai AVE |
|------------------------------|------------|----------------------------|-----------|
| <i>Tangibles</i>             | TA1        | 0.881                      | 0.854     |
|                              | TA2        | 0.978                      |           |
|                              | TA3        | 0.916                      |           |
|                              | TA4        | 0.920                      |           |
| <i>Empathy</i>               | EM1        | 0.949                      | 0.917     |
|                              | EM2        | 0.950                      |           |
|                              | EM3        | 0.965                      |           |
|                              | EM4        | 0.966                      |           |
| <i>Responsiveness</i>        | RS1        | 0.909                      | 0.861     |
|                              | RS2        | 0.935                      |           |
|                              | RS3        | 0.927                      |           |
|                              | RS4        | 0.940                      |           |
| <i>Reliability</i>           | RL1        | 0.933                      | 0.870     |
|                              | RL2        | 0.943                      |           |
|                              | RL3        | 0.938                      |           |
|                              | RL4        | 0.916                      |           |
| <i>Assurance</i>             | AS1        | 0.945                      | 0.892     |
|                              | AS2        | 0.949                      |           |
|                              | AS3        | 0.939                      |           |
| <i>Perceived Usefulness</i>  | PU1        | 0.919                      | 0.861     |
|                              | PU2        | 0.930                      |           |
|                              | PU3        | 0.935                      |           |
| <i>Satisfaction</i>          | ST1        | 0.931                      | 0.877     |
|                              | ST2        | 0.937                      |           |
|                              | ST3        | 0.946                      |           |
|                              | ST4        | 0.932                      |           |
| <i>Continuance Intention</i> | CI1        | 0.927                      | 0.862     |
|                              | CI2        | 0.937                      |           |
|                              | CI3        | 0.921                      |           |

Sumber: Data Diolah

Standar ukuran pada uji validitas yaitu nilai *outer loading* > 0,7 dan nilai AVE > 0,5 dengan keterangan sebagai berikut:

1. *Tangibles* memiliki nilai *outer loading* dari TA1 sampai TA4 berturut-turut sebesar 0.881; 0.978; 0.916; 0.920 dimana nilai tersebut lebih tinggi dari 0,7. Hal ini berarti bahwa seluruh indikator *tangibles* valid. Di sisi lain nilai AVE tertera 0.854. Hal ini berarti variabel laten *tangibles* mampu menjelaskan indikator-indikatornya
2. *Empathy* memiliki nilai *outer loading* dari EM1 sampai EM4 berturut-turut sebesar 0.949; 0.950; 0.965 dan 0.966 dimana nilai tersebut lebih tinggi dari 0,7. Hal ini berarti bahwa seluruh indikator *empathy* valid. Di sisi lain nilai AVE tertera 0.917. Hal ini berarti variabel laten *empathy* mampu menjelaskan indikator-indikatornya
3. *Responsiveness* memiliki nilai *outer loading* dari RS1 sampai RS4 berturut-turut sebesar 0.909; 0.935; 0.927 dan 0.940 dimana nilai tersebut lebih tinggi dari 0,7. Hal ini berarti bahwa seluruh indikator *responsiveness* valid. Di sisi lain nilai AVE tertera 0.861. Hal ini berarti variabel laten *responsiveness* mampu menjelaskan indikator-indikatornya
4. *Reliability* memiliki nilai *outer loading* dari RL1 sampai RL4 berturut-turut sebesar 0.933; 0.943; 0.938 dan 0.916 dimana nilai tersebut lebih tinggi dari 0,7. Hal ini berarti

- bahwa seluruh indikator *reliability* valid. Di sisi lain nilai AVE tertera 0.870. Hal ini berarti variabel laten *reliability* mampu menjelaskan indikator-indikatornya
5. *Assurance* memiliki nilai *outer loading* dari AS1 sampai AS4 berturut-turut sebesar 0.945; 0.949; dan 0.939 dimana nilai tersebut lebih tinggi dari 0,7. Hal ini berarti bahwa seluruh indikator *assurance* valid. Di sisi lain nilai AVE tertera 0.892. Hal ini berarti variabel laten *assurance* mampu menjelaskan indikator-indikatornya
  6. *Perceived usefulness* memiliki nilai *outer loading* dari PU1 sampai PU3 berturut-turut sebesar 0.919; 0.930 dan 0.935 dimana nilai tersebut lebih tinggi dari 0,7. Hal ini berarti bahwa seluruh indikator *perceived usefulness* valid. Di sisi lain nilai AVE tertera 0.861. Hal ini berarti variabel laten *perceived usefulness* mampu menjelaskan indikator-indikatornya
  7. *Satisfaction* memiliki nilai *outer loading* dari ST1 sampai ST4 berturut-turut sebesar 0.931; 0.937; 0.946 dan 0.932 dimana nilai tersebut lebih tinggi dari 0,7. Hal ini berarti bahwa seluruh indikator *satisfaction* valid. Di sisi lain nilai AVE tertera 0.877. Hal ini berarti variabel laten *satisfaction* mampu menjelaskan indikator-indikatornya
  8. *Continuance intention* memiliki nilai *outer loading* dari CI1 sampai CI3 berturut-turut sebesar 0.927; 0.937 dan 0.921 dimana nilai tersebut lebih tinggi dari 0,7. Hal ini berarti bahwa seluruh indikator *continuance intention* valid. Di sisi lain nilai AVE tertera 0.862. Hal ini berarti variabel laten *continuance intention* mampu menjelaskan indikator-indikatornya

#### 4.3.1.2.Discriminant Validity

Tabel 6. *Discriminant Validity* Nilai *Fornell Lacker Criterion*

| Variabel laten                    | Assuran<br>ce | Continua<br>nce<br>Intention | Empath<br>y  | Perceive<br>d<br>Usefulne<br>ss | Reliabil<br>ity | Responsiven<br>ess | Satisfacti<br>on | Tangibl<br>es |
|-----------------------------------|---------------|------------------------------|--------------|---------------------------------|-----------------|--------------------|------------------|---------------|
| <i>Assurance</i>                  | <b>0.961</b>  |                              |              |                                 |                 |                    |                  |               |
| <i>Continuanc<br/>e Intention</i> | 0.958         | <b>0.959</b>                 |              |                                 |                 |                    |                  |               |
| <i>Empathy</i>                    | 0.948         | 0.957                        | <b>0.970</b> |                                 |                 |                    |                  |               |
| <i>Perceived<br/>Usefulness</i>   | 0.948         | 0.950                        | 0.969        | <b>0.970</b>                    |                 |                    |                  |               |
| <i>Reliability</i>                | 0.944         | 0.950                        | 0.964        | 0.965                           | <b>0.967</b>    |                    |                  |               |
| <i>Responsiven<br/>ess</i>        | 0.944         | 0.948                        | 0.958        | 0.947                           | 0.960           | <b>0.964</b>       |                  |               |
| <i>Satisfaction</i>               | 0.942         | 0.939                        | 0.957        | 0.944                           | 0.951           | 0.953              | <b>0.960</b>     |               |
| <i>Tangibles</i>                  | 0.938         | 0.928                        | 0.945        | 0.928                           | 0.933           | 0.928              | 0.936            | <b>0.954</b>  |

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai diagonal pada masing-masing variabel lebih besar jika dibandingkan dengan variabel lainnya. Hal tersebut menandakan bahwa variabel konstruk pada masing-masing variabel dapat membentuk variabel laten dengan baik atau valid secara diskriminan

#### 4.3.1.3.Uji Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas dapat dilakukan melalui *Cornbach's Alpha* dan *Composite reliability* suatu variabel dapat dikatakan reliabel ketika memiliki *Cornbach's Alpha* nilainya  $\geq 0,7$  dan *Composite reliability*  $\geq 0,8$  (Ghozali & Latan, 2020)

Tabel 7. Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*

| No | Variabel                     | <i>Cronbach's Alpha</i> | <i>Composite Reliability</i> | Ket      |
|----|------------------------------|-------------------------|------------------------------|----------|
| 1  | <i>Assurance</i>             | 0.939                   | 0.961                        | Reliabel |
| 2  | <i>Continuance Intention</i> | 0.920                   | 0.949                        | Reliabel |
| 3  | <i>Empathy</i>               | 0.970                   | 0.978                        | Reliabel |
| 4  | <i>Perceived Usefulness</i>  | 0.919                   | 0.949                        | Reliabel |
| 5  | <i>Reliability</i>           | 0.950                   | 0.964                        | Reliabel |
| 6  | <i>Responsiveness</i>        | 0.946                   | 0.961                        | Reliabel |
| 7  | <i>Satisfaction</i>          | 0.953                   | 0.966                        | Reliabel |
| 8  | <i>Tangibles</i>             | 0.943                   | 0.959                        | Reliabel |

Sumber: data diolah

Dari hasil output SmartPLS pada tabel diatas diketahui seluruh variabel konstruk memiliki nilai *cronbach's alpha* di atas 0,7 dan *composite reliability* di atas 0,8. Maka dapat dikatakan bahwa seluruh variabel reliable sebab telah memenuhi nilai minimum *Cornbach's Alpha* dan *Composite reliability*. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa kusioner sudah memenuhi kriteria reliabilitas yang artinya kusioner mampu menghasilkan data yang konsisten

#### 4.3.2. Uji *Inner Model*

##### 4.3.2.1. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur akurasi prediksi (pendugaan). Secara umum nilai  $R^2$  sebesar 0,75 dianggap memiliki akurasi pendugaan yang besar,  $R^2$  sebesar 0,50 memiliki pendugaan akurasi yang sedang, dan nilai  $R^2$  sebesar  $< 0,25$  memiliki akurasi nilai pendugaan yang rendah (Manley et al., 2021). Hasil nilai koefisien determinasi dapat diketahui pada tabel berikut:

Tabel 8. Koefisien Determinasi

| No | Item                         | <i>R Square</i> | <i>R Square Adjusted</i> |
|----|------------------------------|-----------------|--------------------------|
| 1  | <i>Continuance Intention</i> | 0.919           | 0.917                    |
| 2  | <i>Perceived Usefulness</i>  | 0.927           | 0.923                    |
| 3  | <i>Satisfaction</i>          | 0.883           | 0.882                    |

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa akurasi pendugaan model  $R^2$  *perceived usefulness* sebesar 0.927. Berdasarkan nilai tersebut memiliki pendugaan akurasi yang besar. Akurasi pendugaan model  $R^2$  *satisfaction* sebesar 0.883. Berdasarkan nilai tersebut memiliki pendugaan akurasi yang besar. Adapun akurasi pendugaan model  $R^2$  *continuance intention* sebesar 0.919. Berdasarkan nilai tersebut memiliki pendugaan akurasi yang besar. Berdasarkan nilai tersebut memiliki pendugaan akurasi yang besar. Nilai koefisien determinasi yang tinggi juga menunjukkan bahwa model tersebut sudah *robust* atau kuat. Ini berarti model memiliki kemampuan yang baik dalam menggambarkan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti dan mampu memberikan prediksi yang akurat. Sebuah model yang *robust* cenderung lebih stabil dan konsisten ketika diterapkan pada data sampel yang berbeda atau pada situasi lain yang serupa, sehingga memberikan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap hasil penelitian

##### 4.3.2.2. *Effect Size*

Sebagai untuk mengevaluasi nilai  $R^2$  dari semua variabel endogen dengan menggunakan  $f^2$ . Perbedaan  $f^2$  dengan  $R^2$  adalah  $f^2$  lebih spesifik pada masing-masing variabel eksogen. Secara umum nilai 0.02 dianggap memiliki *effect size* kecil, 0.15 memiliki *affect size* sedang dan 0.35 memiliki *affect size* besar (Manley et al., 2021). Berikut adalah tabel nilai  $f^2$

Tabel 9. *Effect Size*

| Variabel<br>laten         | Assuran<br>ce | Continua<br>nce<br>Intention | Empath<br>y | Perceive<br>d<br>Usefulne<br>ss | Reliabil<br>ity | Responsiven<br>ess | Satisfacti<br>on | Tangibl<br>es |
|---------------------------|---------------|------------------------------|-------------|---------------------------------|-----------------|--------------------|------------------|---------------|
| Assurance                 |               |                              |             | 0.055                           |                 |                    |                  |               |
| Continuanc<br>e Intention |               |                              |             |                                 |                 |                    |                  |               |
| Empathy                   |               |                              |             | 0.023                           |                 |                    |                  |               |
| Perceived<br>Usefulness   |               | 0.244                        |             |                                 |                 |                    | 7.562            |               |
| Reliability               |               |                              |             | 0.029                           |                 |                    |                  |               |
| Responsiven<br>ess        |               |                              |             | 0.030                           |                 |                    |                  |               |
| Satisfaction              |               | 0.453                        |             |                                 |                 |                    |                  |               |
| Tangibles                 |               |                              |             | 0.063                           |                 |                    |                  |               |

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagai berikut:

1. *Tangible, empathy, responsiveness, reliability* dan *assurance* masing-masing memiliki nilai *effect size* sebesar 0.063; 0.023; 0.030; 0.029 dan 0.055 terhadap *perceived usefulness*. Hal ini tergolong kecil
2. *Perceived usefulness* memiliki nilai *effect size* sebesar 7.562 terhadap *satisfaction*. Hal ini tergolong besar. Kemudian, *perceived usefulness* memiliki nilai *effect size* sebesar 0.244 terhadap *continuance intention*. Hal ini tergolong sedang
3. *Satisfaction* memiliki nilai *effect size* sebesar 0.453 terhadap *continuance intention*. Hal ini tergolong besar

#### 4.3.2.3. Predictive Relevance

Sebagai tambahan untuk mengevaluasi besarnya nilai  $R^2$  sebagai kriteria dari akurasi prediksi, peneliti dapat menggunakan nilai Stone-Geisser  $Q^2$ . Nilai  $Q^2$  didapatkan dengan menggunakan prosedur blindfolding. Sebagai pengukuran relatif dari relevansi prediktif, nilai 0,02 dianggap memiliki relevansi prediktif yang kecil, 0,15 memiliki relevansi prediktif yang sedang, dan 0,35 memiliki relevansi prediktif yang besar (Manley et al., 2021)

Tabel 10. *Predictive Relevance*

| No | Variabel              | $Q^2$ |
|----|-----------------------|-------|
| 1  | Assurance             |       |
| 2  | Continuance Intention | 0.779 |
| 3  | Empathy               |       |
| 4  | Perceived Usefulness  | 0.782 |
| 5  | Reliability           |       |
| 6  | Responsiveness        |       |
| 7  | Satisfaction          | 0.767 |
| 8  | Tangibles             |       |

Sumber: data diolah

- a. Relevansi prediktif *Tangible, empathy, responsiveness, reliability* dan *assurance* terhadap *perceived usefulness* sebesar 0.782. Hal tersebut tergolong relevansi prediktif yang besar
- b. Relevansi prediktif *Preceived usefulness* terhadap *satisfaction* sebesar 0.767. Hal tersebut tergolong relevansi prediktif yang besar
- c. Relevansi prediktif *Preceived usefulness* dan *satisfaction* terhadap *continuance intention* sebesar 0.779. Hal tersebut tergolong relevansi prediktif yang besar

#### 4.3.2.4. Analisis Model Fit

Analisis model fit dalam *Structural Equation Modelling* (SEM) adalah proses evaluasi untuk menentukan sejauh mana model teoretis yang diusulkan sesuai dengan data empiris yang dikumpulkan. Berikut adalah hasil analisis *model fit*

Tabel 11. Analisis Model Fit

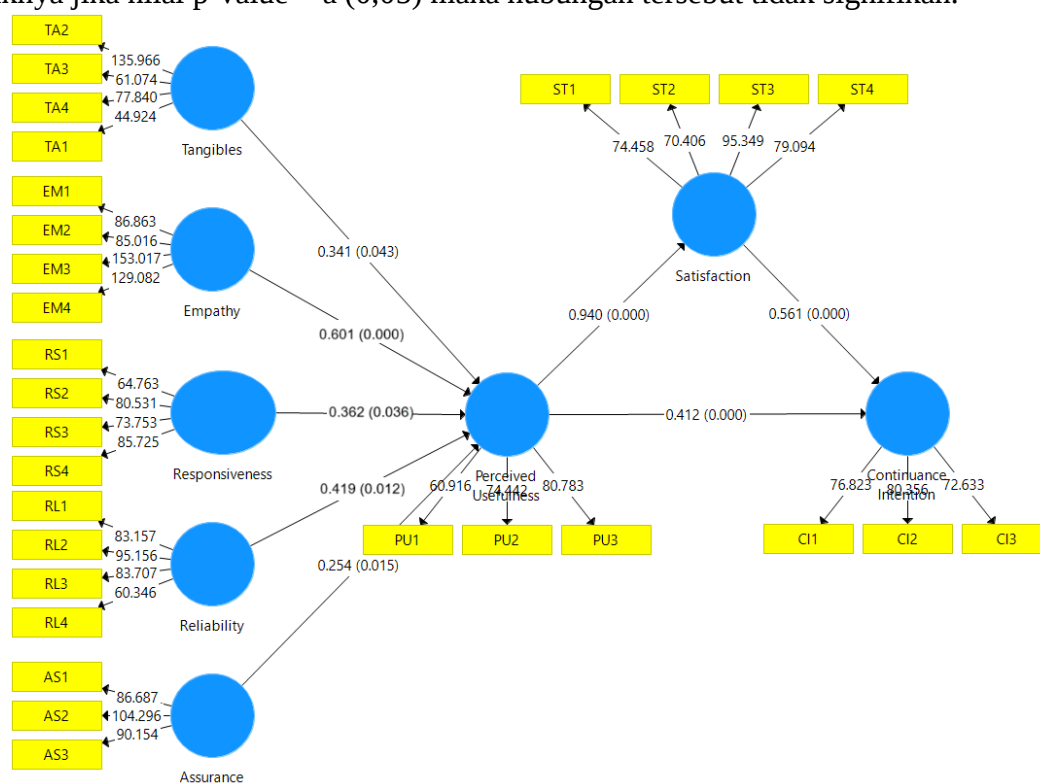
| No | Indikator | SRMR  | Kesimpulan |
|----|-----------|-------|------------|
| 1  | SRMR      | 0.024 | Model Fit  |
| 2  | NFI       | 0.880 | Model Fit  |

Sumber: data diolah

Tabel 11 menunjukkan bahwa model penelitian telah layak dan sesuai dengan data yang dianalisis atau dapat diartikan bahwa model penelitian telah secara akurat mencerminkan struktur hubungan yang ada dalam data. Hal ini dikarenakan nilai *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR) sebesar  $0.024 < 0.08$  dan nilai *Normed Fit Index* (NFI)  $0.880 > 0.8$

#### 4.3.2.5. Structural Model Path Coefficient

Analisis koefisien model struktural digunakan untuk mengetahui hubungan mana yang berpengaruh secara signifikan. Jika nilai  $p\text{-value} < \alpha$  (0,05) maka hubungan tersebut signifikan, sebaliknya jika nilai  $p\text{-value} > \alpha$  (0,05) maka hubungan tersebut tidak signifikan.



Gambar 4. Inner Model

Tabel 12. Pengujian Koefisien Dan Pengujian Pengaruh Langsung Model Struktural

| Hipt. | Hubungan Variabel                                    | Koefisien<br>$\beta$ | t<br>Statistik | p<br>Values  | Ket.     |
|-------|------------------------------------------------------|----------------------|----------------|--------------|----------|
| H1    | <i>Tangibles</i> => <i>Perceived Usefulness</i>      | 0.341                | <b>2.028</b>   | <b>0.043</b> | Diterima |
| H2    | <i>Empathy</i> => <i>Perceived Usefulness</i>        | 0.601                | <b>5.005</b>   | <b>0.000</b> | Diterima |
| H3    | <i>Responsiveness</i> => <i>Perceived Usefulness</i> | 0.362                | <b>3.296</b>   | <b>0.036</b> | Diterima |
| H4    | <i>Reliability</i> => <i>Perceived Usefulness</i>    | 0.419                | <b>4.277</b>   | <b>0.012</b> | Diterima |
| H5    | <i>Assurance</i> => <i>Perceived Usefulness</i>      | 0.254                | <b>2.438</b>   | <b>0.015</b> | Diterima |
| H6    | <i>Perceived Usefulness</i> => <i>Satisfaction</i>   | 0.940                | <b>81.985</b>  | <b>0.000</b> | Diterima |
| H7    | <i>Satisfaction</i> => <i>Continuance Intention</i>  | 0.561                | <b>6.813</b>   | <b>0.000</b> | Diterima |

Sumber: data diolah

Berdasarkan perhitungan diatas, pada masing-masing koefisien jalur diperoleh nilai  $p < 0.05$ . dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua hubungan pengaruh langsung antar variabel adalah signifikan ( $p < 0.05$ )

Tabel 13. Pengujian Koefisien Dan Pengujian Pengaruh Tidak Langsung Model Struktural

| Hipt. | Hubungan Variabel                                                                     | Koefisien<br>$\beta$ | t<br>Statistik | p<br>Values  | Ket.     |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------|--------------|----------|
| H8    | <i>Perceived Usefulness</i> => <i>Satisfaction</i> =><br><i>Continuance Intention</i> | 0.527                | <b>6.699</b>   | <b>0.000</b> | Diterima |

Sumber: data diolah

Dari table diatas diperoleh hasil p value dari koefisien jalur yaitu  $p < 0.05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh tidak langsung antar variabel adalah signifikan ( $p < 0.05$ )

#### 4.3.3. Uji Efek Mediasi

Efek mediasi menunjukkan hubungan antara variabel independen dan dependen melalui variabel penghubung atau mediasi (Ghozali & Latan, 2020). Pengujian *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* dengan *satisfaction* sebagai pemediasi dapat dilihat dari nilai *Variance Accounted For* (VAF):

$$\begin{aligned}
 \text{Pengaruh Tidak Langsung} &= 0.940 * 0.561 = 0.527 \\
 \text{Pengaruh Langsung} &= 0.412 \\
 \text{Pengaruh Total} &= 0.939 \\
 \text{VAF} &= 0.527/0.939 = 56,1\% \text{ (Mediasi Parsial)}
 \end{aligned}$$

#### 4.4. Pembahasan

##### 4.4.1. Pengaruh *Tangibles* terhadap *Perceived Usefulness*

Hasil analisis pengaruh *tangibles* terhadap *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif. Artinya semakin baik *tangibles* yang dirasakan pengguna aplikasi Jamsostek Mobile (JMO) di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Semarang Pemuda terhadap aplikasi JMO maka *perceived usefulness* akan semakin meningkat.

Pengguna terbantu dengan tampilan aplikasi yang rapi, fitur tersusun dengan baik, serta kemudahan dalam menemukan layanan yang dibutuhkan akan lebih meyakini bahwa aplikasi tersebut benar-benar bermanfaat bagi kebutuhan. Tata letak yang intuitif memberi kesan bahwa JMO dirancang untuk mendukung efisiensi dan efektivitas penggunaan. Ketika pengalaman penggunaan aplikasi terasa praktis dan mendukung aktivitas sehari-hari, maka persepsi terhadap kegunaan aplikasi meningkat secara signifikan. Dengan kata lain, kenyamanan visual dan kemudahan akses yang termasuk dalam dimensi *tangibles* mampu memperkuat keyakinan bahwa aplikasi JMO memberikan manfaat nyata dalam mengakses berbagai layanan ketenagakerjaan

Temuan ini dapat dijelaskan melalui teori TERRA, yang menekankan bahwa kualitas layanan berbasis teknologi tidak hanya ditentukan oleh kinerja sistem, tetapi juga oleh pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan teknologi tersebut. Dalam kerangka teori TERRA, aspek *tangibles* dalam layanan digital mencerminkan kualitas tampilan dan kemudahan penggunaan sistem yang dapat meningkatkan persepsi pengguna terhadap kegunaan teknologi (*perceived usefulness*). Ketika antarmuka sistem dirancang secara intuitif dan memudahkan pengguna dalam menemukan layanan yang dibutuhkan, maka pengguna akan merasakan bahwa teknologi tersebut benar-benar membantu mereka dalam memenuhi kebutuhan layanan.

Hal ini tercermin dari nilai jawaban tertinggi pada dimensi *tangibles*, yaitu pernyataan bahwa “Tata letak fitur pada aplikasi JMO memudahkan pengguna untuk menemukan layanan yang dibutuhkan.” Pernyataan ini menunjukkan bahwa pengguna menilai desain dan pengaturan fitur pada aplikasi JMO telah dirancang secara sistematis sehingga memudahkan mereka dalam menavigasi berbagai layanan yang tersedia. Tata letak fitur yang jelas dan terstruktur membuat pengguna dapat dengan cepat menemukan layanan yang mereka butuhkan tanpa mengalami kesulitan dalam penggunaan aplikasi. Temuan tersebut juga selaras dengan

nilai tertinggi pada indikator *perceived usefulness*, yaitu pernyataan bahwa “Aplikasi JMO memberikan bantuan yang sesuai dan relevan dengan kebutuhan saya, sehingga saya merasa diperhatikan sebagai pengguna.” Ketika pengguna dapat dengan mudah menemukan fitur dan layanan yang mereka perlukan melalui tampilan aplikasi yang baik, mereka akan merasakan bahwa aplikasi tersebut mampu memberikan bantuan yang relevan dengan kebutuhan mereka.

Mayoritas responden berada pada rentang usia 25–34 tahun (37%), diikuti oleh usia 18–24 tahun (28%). Kelompok usia ini umumnya merupakan generasi yang cukup familiar dengan teknologi digital, namun tetap membutuhkan tampilan aplikasi yang sederhana dan navigasi yang jelas agar dapat mengakses layanan secara cepat dan efisien. Oleh karena itu, tata letak fitur yang memudahkan pengguna dalam menemukan layanan menjadi faktor penting yang meningkatkan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dari aplikasi JMO.

Dengan demikian, dalam perspektif teori TERRA, kualitas tampilan dan kemudahan navigasi dalam layanan digital merupakan faktor penting yang dapat meningkatkan *perceived usefulness*. Semakin baik desain dan tata letak fitur dalam aplikasi JMO, maka semakin besar pula persepsi pengguna bahwa aplikasi tersebut bermanfaat dalam membantu mereka memperoleh layanan BPJS Ketenagakerjaan secara lebih efektif dan efisien.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya bahwa *tangibles* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness* (Mao et al., 2023; Meyer-Waarden et al., 2020; Myeong-Jun & Lee, 2021).

#### **4.4.2. Pengaruh *Empathy* terhadap *Perceived Usefulness***

Hasil analisis pengaruh *empathy* terhadap *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif. Artinya semakin baik *empathy* yang dirasakan pengguna aplikasi Jamsostek Mobile (JMO) di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Semarang Pemuda terhadap aplikasi JMO maka *perceived usefulness* akan semakin meningkat.

Pengguna yang merasakan aplikasi JMO dirancang dengan memperhatikan kenyamanan, kesederhanaan, dan kebutuhan nyata para pekerja, mereka akan lebih meyakini bahwa aplikasi tersebut benar-benar bermanfaat. Perasaan didukung dan dimengerti melalui fitur-fitur yang ramah pengguna serta layanan yang responsif menjadikan JMO tidak sekadar sebagai sarana teknis, melainkan juga sebagai mitra yang mempermudah akses terhadap hak dan layanan ketenagakerjaan. Dalam kerangka teori TERRA, *empathy* mencerminkan bagaimana teknologi tidak hanya hadir sebagai alat fungsional, tetapi juga mampu menunjukkan perhatian pada kebutuhan dan pengalaman pengguna. Dimensi ini menekankan bahwa layanan berbasis teknologi yang baik harus mampu memahami kebutuhan pengguna secara personal, memberikan respons yang relevan, serta menciptakan pengalaman penggunaan yang nyaman dan bermakna. Dimensi *empathy* memiliki peran penting dalam membentuk persepsi pengguna terhadap manfaat suatu sistem atau aplikasi. Ketika teknologi mampu memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, memberikan bantuan yang tepat, serta menghadirkan pengalaman yang menunjukkan kepedulian terhadap pengguna, maka pengguna akan menilai bahwa teknologi tersebut benar-benar bermanfaat dalam mendukung aktivitas mereka. Dalam konteks penggunaan aplikasi digital seperti JMO, ketika pengguna merasakan bahwa aplikasi memberikan bantuan yang relevan, mudah dipahami, dan mampu menjawab kebutuhan layanan mereka, maka hal tersebut akan meningkatkan *perceived usefulness*. Pengguna tidak hanya melihat aplikasi sebagai sarana teknis untuk mengakses layanan, tetapi juga sebagai sistem yang memahami kebutuhan mereka.

Responden memberikan nilai tertinggi pada indikator *perceived usefulness* bahwa “Aplikasi JMO memberikan bantuan yang sesuai dan relevan dengan kebutuhan saya, sehingga saya merasa diperhatikan sebagai pengguna.” Temuan ini menegaskan bahwa perasaan dihargai dan diperhatikan melalui layanan yang relevan menciptakan pengalaman emosional positif, yang kemudian memperkuat persepsi bahwa aplikasi JMO layak digunakan. Dengan kata lain, kehadiran empati dalam desain dan layanan aplikasi bukan sekadar faktor tambahan, melainkan elemen kunci yang mampu meningkatkan persepsi kegunaan aplikasi JMO. Temuan ini juga

sejalan dengan indikator dengan nilai tertinggi pada variabel *empathy*, yang menyatakan bahwa “Aplikasi JMO memberikan bantuan yang sesuai dan relevan dengan kebutuhan saya, sehingga saya merasa diperhatikan sebagai pengguna.” Kesamaan makna antara indikator pada variabel *perceived usefulness* dan *empathy* menunjukkan bahwa persepsi kegunaan aplikasi tidak hanya dibentuk oleh fungsi teknis semata, tetapi juga oleh sejauh mana aplikasi mampu menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan penggunanya. Dalam hal ini, empati yang tercermin melalui desain layanan, kemudahan akses informasi, serta fitur yang responsif terhadap kebutuhan peserta menjadi faktor penting yang memperkuat persepsi kegunaan aplikasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya bahwa *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness* (Mao et al., 2023; Tojib et al., 2023)

#### **4.4.3. Pengaruh *Responsiveness* terhadap *Perceived Usefulness***

Hasil analisis pengaruh *responsiveness* terhadap *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif. Artinya semakin baik *responsiveness* yang dirasakan pengguna aplikasi Jamsostek Mobile (JMO) di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Semarang Pemuda terhadap aplikasi JMO maka *perceived usefulness* akan semakin meningkat. Ketika pengguna merasakan bahwa aplikasi JMO mampu merespons kebutuhan mereka secara cepat dan tepat, mereka akan menilai bahwa aplikasi ini tidak hanya sekadar sarana administratif, tetapi benar-benar membantu mempermudah akses terhadap layanan ketenagakerjaan. Hal ini memperkuat persepsi bahwa aplikasi JMO memiliki kegunaan yang nyata, karena setiap interaksi yang terjadi menghadirkan pengalaman positif dan efisien bagi penggunanya.

Temuan ini sejalan dengan teori TERRA yang menekankan pentingnya kecepatan dan ketepatan sistem digital dalam memenuhi ekspektasi pengguna, karena faktor ini akan langsung memengaruhi penerimaan serta kebermanfaatan teknologi. Dalam kerangka teori TERRA, *responsiveness* mencerminkan kemampuan sistem atau layanan digital dalam memberikan respons yang cepat, tepat, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Respons yang cepat dan akurat menunjukkan bahwa sistem dirancang untuk memahami kebutuhan pengguna serta mampu memberikan layanan secara efisien. Ketika pengguna merasakan bahwa sistem mampu merespons dengan baik, maka kepercayaan terhadap kemampuan sistem akan meningkat, yang pada akhirnya memperkuat persepsi kegunaan teknologi tersebut.

Nilai jawaban tertinggi pada dimensi *responsiveness*, yaitu pernyataan bahwa “Aplikasi JMO merespons permintaan dan memproses layanan saya tepat waktu sesuai harapan”. Pernyataan ini menunjukkan bahwa pengguna menilai aplikasi JMO mampu memberikan respons layanan secara cepat dan tepat waktu. Kecepatan dalam memproses permintaan layanan membuat pengguna merasa bahwa aplikasi tersebut dapat diandalkan untuk membantu kebutuhan mereka tanpa harus melalui proses yang berbelit-belit atau memakan waktu lama. Temuan ini juga selaras dengan nilai tertinggi pada indikator *perceived usefulness*, yaitu pernyataan bahwa “Aplikasi JMO memberikan bantuan yang sesuai dan relevan dengan kebutuhan saya, sehingga saya merasa diperhatikan sebagai pengguna.” Respons yang cepat dan tepat waktu membuat pengguna merasakan bahwa aplikasi benar-benar membantu menyelesaikan kebutuhan mereka secara praktis. Dengan demikian, pengalaman layanan yang responsif tidak hanya meningkatkan kepuasan pengguna, tetapi juga memperkuat persepsi bahwa aplikasi tersebut memiliki manfaat nyata dalam mendukung aktivitas pengguna.

Berdasarkan jenis pekerjaan, sebagian besar responden bekerja di sektor informal seperti pengemudi ojek online (20%), pedagang kaki lima (18%), wiraswasta usaha rumahan (16%), dan freelancer (16%). Jenis pekerjaan tersebut umumnya memiliki mobilitas tinggi dan keterbatasan waktu untuk mengakses layanan secara langsung di kantor BPJS Ketenagakerjaan. Oleh karena itu, layanan aplikasi yang mampu merespons permintaan dengan cepat sangat membantu mereka dalam mengurus berbagai keperluan administrasi secara praktis melalui perangkat digital. Ketika layanan dapat diproses secara cepat dan tepat waktu, pengguna akan merasakan bahwa aplikasi JMO memberikan manfaat nyata dalam mendukung kebutuhan mereka

Ketepatan waktu dalam memproses layanan tidak hanya menciptakan kenyamanan, tetapi juga memperkuat keyakinan bahwa JMO adalah aplikasi yang fungsional dan relevan, sehingga meningkatkan *perceived usefulness* di mata pengguna. Dengan demikian, dalam perspektif model TERRA, dimensi *responsiveness* berperan penting dalam membentuk *perceived usefulness*, karena kemampuan sistem dalam merespons kebutuhan pengguna secara cepat dan tepat akan memperkuat keyakinan pengguna bahwa teknologi tersebut memberikan manfaat yang nyata dan relevan bagi mereka. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat *responsiveness* yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula persepsi kegunaan terhadap aplikasi JMO sebagai layanan digital BPJS Ketenagakerjaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya bahwa *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness* (Singh & Sahni, 2020; Mao et al., 2023; Meyer-Waarden et al., 2020).

#### **4.4.4. Pengaruh *Reliability* terhadap *Perceived Usefulness***

Hasil analisis pengaruh *reliability* terhadap *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif. Artinya semakin baik *reliability* yang dirasakan pengguna aplikasi Jamsostek Mobile (JMO) di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Semarang Pemuda terhadap aplikasi JMO maka *perceived usefulness* akan semakin meningkat. *Reliability* tercermin dari konsistensi aplikasi dalam memberikan layanan, keakuratan informasi yang ditampilkan, serta kepastian bahwa setiap fitur dapat digunakan tanpa kendala berarti. Ketika pengguna merasakan bahwa aplikasi selalu dapat diandalkan setiap kali dibutuhkan, persepsi mereka terhadap kegunaan aplikasi pun meningkat karena JMO dianggap mampu memenuhi kebutuhan layanan ketenagakerjaan secara konsisten. Kepercayaan yang muncul dari pengalaman positif ini menjadikan *reliability* sebagai faktor penting yang memperkuat persepsi bahwa aplikasi JMO bukan sekadar sarana digital, melainkan solusi nyata yang membantu pekerja mengakses layanan BPJS Ketenagakerjaan dengan lebih mudah, cepat, dan pasti.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui model TERRA, yang menekankan bahwa kualitas layanan berbasis teknologi dipengaruhi oleh beberapa dimensi utama, salah satunya adalah *reliability*. Dalam kerangka teori TERRA, *reliability* mencerminkan kemampuan suatu sistem untuk memberikan layanan secara akurat, konsisten, dan dapat diandalkan setiap kali digunakan oleh pengguna. Ketika teknologi mampu berfungsi secara stabil dan memberikan hasil yang sesuai dengan harapan pengguna, maka tingkat kepercayaan pengguna terhadap sistem tersebut akan meningkat. Kepercayaan ini kemudian membentuk persepsi bahwa teknologi tersebut benar-benar memiliki manfaat dalam mendukung kebutuhan pengguna.

Hal ini tercermin dari nilai jawaban tertinggi pada dimensi *reliability*, yaitu pernyataan bahwa “Aplikasi JMO berfungsi dengan baik secara konsisten setiap kali digunakan.” Pernyataan ini menunjukkan bahwa pengguna menilai aplikasi JMO memiliki tingkat keandalan yang baik dalam menjalankan fungsinya. Konsistensi kinerja aplikasi membuat pengguna merasa bahwa layanan yang tersedia dapat diakses kapan pun diperlukan tanpa mengalami kendala teknis yang berarti. Kondisi ini menciptakan rasa percaya terhadap aplikasi sebagai sarana utama dalam mengakses layanan BPJS Ketenagakerjaan. Temuan tersebut juga selaras dengan nilai tertinggi pada indikator *perceived usefulness*, yaitu pernyataan bahwa “Aplikasi JMO memberikan bantuan yang sesuai dan relevan dengan kebutuhan saya, sehingga saya merasa diperhatikan sebagai pengguna.” Ketika aplikasi berfungsi secara konsisten dan dapat diandalkan, pengguna akan merasakan bahwa aplikasi tersebut benar-benar membantu mereka dalam memperoleh layanan yang dibutuhkan. Dengan kata lain, keandalan sistem memperkuat keyakinan pengguna bahwa aplikasi JMO mampu memberikan manfaat nyata dalam mendukung aktivitas layanan yang mereka butuhkan.

Berdasarkan lama penggunaan aplikasi JMO, sebagian besar responden telah menggunakan aplikasi selama 1–2 tahun (30%), diikuti oleh 6 bulan–1 tahun (24%) dan lebih dari 2 tahun (23%). Pengalaman penggunaan yang cukup lama memungkinkan responden untuk menilai konsistensi kinerja aplikasi secara langsung. Ketika aplikasi dapat berfungsi dengan

baik setiap kali digunakan, pengguna akan semakin percaya bahwa aplikasi tersebut benar-benar bermanfaat dalam membantu mereka memperoleh layanan BPJS Ketenagakerjaan secara lebih mudah dan efisien

Dengan demikian, dalam perspektif model TERRA, dimensi *reliability* berperan penting dalam membentuk *perceived usefulness*, karena konsistensi dan keandalan sistem dalam memberikan layanan akan meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap manfaat teknologi tersebut. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat *reliability* yang dirasakan pengguna, maka semakin kuat pula persepsi bahwa aplikasi JMO merupakan aplikasi yang bermanfaat dan dapat diandalkan dalam memenuhi kebutuhan layanan peserta BPJS Ketenagakerjaan

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya bahwa *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness* (Xin et al., 2023; Alhadid et al., 2022; Huang & Zhi, 2023)

#### **4.4.5. Pengaruh Assurance terhadap Perceived Usefulness**

Hasil analisis pengaruh *assurance* terhadap *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif. Artinya semakin baik *assurance* yang dirasakan pengguna aplikasi Jamsostek Mobile (JMO) di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Semarang Pemuda terhadap aplikasi JMO maka *perceived usefulness* akan semakin meningkat. *Assurance* dalam konteks ini mencakup rasa aman dalam menggunakan aplikasi, kejelasan informasi yang disajikan, serta keyakinan bahwa setiap layanan yang diberikan dapat dipercaya. Ketika pengguna merasa yakin bahwa aplikasi JMO memberikan jaminan keamanan data, transparansi proses, serta kejelasan prosedur layanan, mereka akan menilai bahwa aplikasi ini bukan hanya sarana digital, tetapi juga solusi yang dapat diandalkan. Keyakinan tersebut memperkuat persepsi kegunaan karena pengguna tidak hanya memperoleh manfaat praktis dalam mengakses layanan, tetapi juga mendapatkan ketenangan dalam setiap interaksi dengan aplikasi.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui model TERRA, yang menekankan bahwa kualitas layanan berbasis teknologi dipengaruhi oleh beberapa dimensi utama, salah satunya adalah *assurance*. Dalam kerangka teori TERRA, *assurance* mencerminkan kemampuan sistem atau penyedia layanan dalam memberikan rasa aman, kepercayaan, serta kepastian kepada pengguna terkait penggunaan layanan digital. Ketika pengguna merasa bahwa suatu aplikasi memiliki legitimasi yang jelas, perlindungan hukum yang kuat, serta sistem yang dapat dipercaya, maka mereka akan lebih yakin untuk menggunakan aplikasi tersebut dan menilai bahwa layanan yang diberikan memiliki manfaat nyata bagi mereka.

Hal ini tercermin dari nilai jawaban tertinggi pada dimensi *assurance*, yaitu pernyataan bahwa “Aplikasi JMO memiliki landasan hukum yang jelas untuk melindungi hak saya sebagai peserta.” Pernyataan ini menunjukkan bahwa pengguna menilai aplikasi JMO tidak hanya berfungsi sebagai platform digital untuk mengakses layanan BPJS Ketenagakerjaan, tetapi juga memiliki jaminan legalitas dan perlindungan terhadap hak-hak peserta. Adanya kepastian hukum tersebut memberikan rasa aman bagi pengguna dalam memanfaatkan layanan yang tersedia pada aplikasi. Temuan ini juga sejalan dengan nilai tertinggi pada indikator *perceived usefulness*, yaitu pernyataan bahwa “Aplikasi JMO memberikan bantuan yang sesuai dan relevan dengan kebutuhan saya, sehingga saya merasa diperhatikan sebagai pengguna.” Ketika pengguna merasa bahwa aplikasi memiliki jaminan keamanan dan perlindungan yang jelas, mereka akan lebih percaya bahwa layanan yang diberikan benar-benar dirancang untuk memenuhi kebutuhan mereka secara aman dan bertanggung jawab. Rasa aman tersebut memperkuat persepsi bahwa aplikasi tidak hanya mudah digunakan, tetapi juga benar-benar memberikan manfaat yang relevan bagi pengguna.

Dengan demikian, dalam perspektif model TERRA, dimensi *assurance* berperan penting dalam membentuk *perceived usefulness*, karena jaminan keamanan, kepercayaan, serta kepastian hukum yang diberikan oleh sistem akan meningkatkan keyakinan pengguna bahwa teknologi tersebut dapat memberikan manfaat yang nyata dan dapat diandalkan. Oleh karena

itu, semakin tinggi tingkat assurance yang dirasakan pengguna, maka semakin kuat pula persepsi kegunaan terhadap aplikasi JMO sebagai layanan digital BPJS Ketenagakerjaan

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya bahwa *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness* (Naruetharadhol et al., 2021; Khan et al., 2021; Ge et al., 2021)

#### **4.4.6. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Satisfaction***

Hasil analisis pengaruh *perceived usefulness* terhadap *satisfaction* memiliki pengaruh positif. Artinya semakin baik *perceived usefulness* yang dirasakan pengguna aplikasi Jamsostek Mobile (JMO) di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Semarang Pemuda terhadap aplikasi JMO maka *satisfaction* akan semakin meningkat. Ketika pengguna merasa bahwa aplikasi JMO benar-benar membantu mereka dalam mengakses informasi, memproses klaim, maupun memantau status kepesertaan dengan cepat dan efisien, maka persepsi kegunaan tersebut akan bertransformasi menjadi pengalaman positif yang menumbuhkan *satisfaction*.

*Satisfaction* muncul karena manfaat yang diperoleh sesuai dengan harapan dan kebutuhan nyata para peserta, sehingga aplikasi ini tidak hanya dipandang sebagai sarana administratif, melainkan juga solusi praktis yang memberikan nilai tambah. Dengan demikian, keterkaitan antara *perceived usefulness* dan *satisfaction* memperlihatkan bahwa semakin besar keyakinan pengguna terhadap kegunaan aplikasi, semakin tinggi pula kepuasan mereka dalam memanfaatkan layanan digital yang ditawarkan BPJS Ketenagakerjaan.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui model TERRA, yang menekankan bahwa kualitas layanan berbasis teknologi tidak hanya dinilai dari aspek teknis sistem, tetapi juga dari pengalaman pengguna dalam memanfaatkan layanan tersebut. Dalam kerangka teori TERRA, kualitas layanan digital yang baik akan meningkatkan persepsi manfaat teknologi (*perceived usefulness*), yang pada akhirnya berdampak pada meningkatnya kepuasan pengguna (*satisfaction*). Dengan kata lain, ketika sistem mampu memberikan layanan yang bermanfaat dan relevan dengan kebutuhan pengguna, maka pengguna akan merasa bahwa layanan tersebut memberikan nilai tambah yang nyata, sehingga memunculkan kepuasan dalam penggunaan teknologi.

Hal ini tercermin dari nilai jawaban tertinggi pada indikator *perceived usefulness*, yaitu pernyataan bahwa “Aplikasi JMO memberikan bantuan yang sesuai dan relevan dengan kebutuhan saya, sehingga saya merasa diperhatikan sebagai pengguna.” Pernyataan ini menunjukkan bahwa pengguna menilai aplikasi JMO mampu memberikan manfaat yang nyata dalam membantu mereka mengakses layanan BPJS Ketenagakerjaan. Ketika pengguna merasa bahwa aplikasi benar-benar memahami dan memenuhi kebutuhan mereka, maka persepsi terhadap kegunaan aplikasi akan semakin kuat. Temuan tersebut juga selaras dengan nilai tertinggi pada indikator *satisfaction*, yaitu pernyataan bahwa “Saya merasa puas dengan kualitas dan keakuratan informasi yang disediakan oleh aplikasi JMO.” Kualitas dan keakuratan informasi yang diberikan oleh aplikasi memperkuat keyakinan pengguna bahwa sistem tersebut dapat diandalkan sebagai sumber layanan dan informasi yang terpercaya. Ketika aplikasi mampu memberikan informasi yang tepat, jelas, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna, maka pengguna akan merasakan manfaat nyata dari penggunaan aplikasi tersebut, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kepuasan mereka.

Dengan demikian, dalam perspektif model TERRA, kualitas layanan digital yang mampu menghasilkan *perceived usefulness* yang tinggi akan berkontribusi langsung terhadap peningkatan *satisfaction* pengguna. Semakin besar manfaat yang dirasakan oleh pengguna dari penggunaan aplikasi JMO, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang mereka rasakan terhadap layanan digital BPJS Ketenagakerjaan. Oleh karena itu, *perceived usefulness* menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan suatu aplikasi dalam menciptakan pengalaman pengguna yang memuaskan

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *satisfaction* (Mao et al., 2023; Sidharta & Rahmahwati, 2023; Daragmeh et al., 2022)

#### **4.4.7. Pengaruh *Satisfaction* terhadap *Continuance Intention***

Hasil analisis pengaruh *satisfaction* terhadap *continuance intention* memiliki pengaruh positif. Artinya semakin baik *satisfaction* yang dirasakan pengguna aplikasi Jamsostek Mobile (JMO) di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Semarang Pemuda terhadap aplikasi JMO maka *continuance intention* akan meningkat. *Satisfaction* yang timbul dari pengalaman positif, seperti kemudahan mengakses layanan, kecepatan proses, serta manfaat nyata yang dirasakan, akan mendorong pengguna untuk tetap setia memanfaatkan JMO sebagai sarana utama dalam mengelola layanan ketenagakerjaan.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui model TERRA, yang menekankan bahwa kualitas layanan berbasis teknologi akan membentuk pengalaman pengguna yang positif, yang kemudian berujung pada kepuasan dan keberlanjutan penggunaan layanan. Dalam kerangka teori TERRA, ketika sistem mampu memberikan layanan yang berkualitas, akurat, dan dapat diandalkan, maka pengguna akan merasakan pengalaman penggunaan yang memuaskan. Kepuasan tersebut selanjutnya akan mendorong pengguna untuk terus menggunakan layanan serta menunjukkan loyalitas terhadap sistem yang mereka gunakan.

Hal ini tercermin dari nilai jawaban tertinggi pada indikator *satisfaction*, yaitu pernyataan bahwa “Saya merasa puas dengan kualitas dan keakuratan informasi yang disediakan oleh aplikasi JMO.” Pernyataan ini menunjukkan bahwa pengguna menilai aplikasi JMO mampu menyediakan informasi yang akurat dan berkualitas, sehingga dapat membantu mereka dalam memperoleh layanan BPJS Ketenagakerjaan secara lebih mudah dan terpercaya. Ketika pengguna merasa bahwa informasi yang diberikan oleh aplikasi dapat diandalkan, maka tingkat kepuasan terhadap layanan yang diberikan akan semakin tinggi. Temuan tersebut juga selaras dengan nilai jawaban tertinggi pada indikator *continuance intention*, yaitu pernyataan bahwa “Saya bersedia merekomendasikan aplikasi JMO kepada orang lain yang membutuhkan layanan serupa.” Kesiediaan pengguna untuk merekomendasikan aplikasi kepada orang lain merupakan salah satu indikator kuat dari niat untuk terus menggunakan suatu sistem. Ketika pengguna merasa puas dengan pengalaman penggunaan aplikasi, mereka tidak hanya berniat untuk menggunakan kembali layanan tersebut, tetapi juga cenderung menyebarkan pengalaman positif tersebut kepada orang lain.

Dengan demikian, dalam perspektif model TERRA, kepuasan pengguna merupakan hasil dari kualitas layanan digital yang baik dan menjadi faktor penting yang mendorong *continuance intention*. Semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pengguna terhadap aplikasi JMO, maka semakin besar pula kemungkinan mereka untuk terus menggunakan aplikasi tersebut serta merekomendasikannya kepada pengguna lain yang membutuhkan layanan serupa

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya bahwa *satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* (Mao et al., 2023; Meyer-Waarden et al., 2020; Daragmeh et al., 2022)

#### **4.4.8. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention* dimediasi *Satisfaction***

Hasil analisis pengaruh *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* dimediasi *satisfaction* memiliki pengaruh positif. Artinya semakin baik *perceived usefulness* yang dirasakan pengguna aplikasi Jamsostek Mobile (JMO) di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Semarang Pemuda akan meningkatkan *satisfaction* sehingga berdampak pada peningkatan *continuance intention*. Ketika pengguna aplikasi Jamsostek Mobile (JMO) di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Semarang Pemuda merasakan bahwa aplikasi ini benar-benar bermanfaat dan memudahkan pekerjaan, maka tingkat kepuasan yang dirasakan pun semakin meningkat. Kepuasan ini bukan hanya lahir dari sekadar pengalaman menggunakan aplikasi, melainkan dari keyakinan bahwa fitur-fitur yang tersedia mampu menjawab kebutuhan kerja

secara cepat, tepat, dan akurat. Dengan adanya kepuasan tersebut, pegawai terdorong untuk terus menggunakan aplikasi JMO dalam jangka panjang. Hal ini menegaskan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan pengguna, semakin besar pula keinginan mereka untuk mempertahankan penggunaan aplikasi, karena kepuasan yang muncul telah menjadi jembatan penting yang menghubungkan persepsi manfaat dengan niat berkelanjutan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* dimediasi *satisfaction* (Nurdin et al., 2023)

## **5. Simpulan, Saran dan Keterbatasan**

### **5.1. Simpulan**

Dari hasil temuan penelitian dan pembahasan maka disimpulkan bahwa:

1. *Tangibles* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*
2. *Empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*
3. *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*
4. *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*
5. *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*
6. *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *satisfaction*
7. *Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*
8. *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* dimediasi *satisfaction*

### **5.2. Saran**

Berdasarkan simpulan hasil penelitian tersebut, berikut saran yang dapat diberikan kepada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Semarang Pemuda untuk meningkatkan kualitas layanan aplikasi JMO dan mendorong keberlanjutan penggunaan aplikasi oleh peserta

1. BPJS Ketenagakerjaan Cabang Semarang Pemuda disarankan untuk terus meningkatkan kualitas tampilan antarmuka aplikasi JMO agar semakin mudah digunakan oleh peserta
2. BPJS Ketenagakerjaan juga disarankan untuk meningkatkan pendekatan pelayanan yang lebih berorientasi pada kebutuhan pengguna.
3. BPJS Ketenagakerjaan Cabang Semarang Pemuda perlu memastikan bahwa setiap layanan yang tersedia dalam aplikasi JMO dapat diproses dengan cepat dan tepat waktu.
4. Untuk meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap aplikasi JMO, BPJS Ketenagakerjaan disarankan untuk terus menjaga stabilitas dan konsistensi kinerja sistem
5. BPJS Ketenagakerjaan juga perlu terus meningkatkan jaminan keamanan dan kepastian hukum dalam penggunaan aplikasi JMO.
6. BPJS Ketenagakerjaan Cabang Semarang Pemuda disarankan untuk memastikan bahwa informasi yang tersedia dalam aplikasi JMO selalu akurat, jelas, dan mudah dipahami oleh pengguna.
7. Untuk meningkatkan *continuance intention* pengguna, BPJS Ketenagakerjaan dapat mendorong pengguna agar terus menggunakan aplikasi JMO dengan memberikan pengalaman layanan yang konsisten dan memuaskan.
8. BPJS Ketenagakerjaan Cabang Semarang Pemuda perlu menjadikan kepuasan pengguna sebagai fokus utama dalam pengembangan layanan digital.

### **5.3. Keterbatasan Penelitian dan Penelitian Masa Depan**

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yang dapat dilanjutkan untuk penelitian masa depan, adalah sebagai berikut:

1. Populasi dan sampel penelitian ini hanya dilakukan pada pengguna aplikasi Jamsostek Mobile (JMO) di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Semarang Pemuda. Sehingga hasil penelitian akan berbeda jika diterapkan pada pengguna JMO di BPJS Ketenagakerjaan Cabang lainnya. Penelitian selanjutnya, dapat menduplikasi model penelitian yang diterapkan pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang lainnya

2. Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner. Sehingga terdapat kemungkinan kesalahan persepsi responden dari pertanyaan kuesioner. Sehingga disarankan pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan instrumen lain seperti wawancara untuk mendapatkan opini responden secara lebih mendalam
3. Penelitian ini tidak mengikutsertakan variabel lainnya yang berhubungan dengan *continuance intention* seperti *facilitating condition* dan *social influence*
4. Masih terdapat keterbatasan pada aspek *empathy* dan *responsiveness* yang belum bisa tergantikan melalui aplikasi JMO

#### 5.4. Implikasi Manajerial

Berikut adalah implikasi manajerial pada penelitian ini:

1. Untuk meningkatkan kualitas tampilan antarmuka aplikasi JMO, BPJS Ketenagakerjaan dapat menjalankan Program Optimalisasi Desain dan Navigasi Aplikasi JMO. Program ini dapat dilakukan melalui evaluasi pengalaman pengguna (*user experience*) secara berkala, pengujian kemudahan penggunaan (*usability testing*), serta penyederhanaan tata letak menu dan fitur layanan. Melalui program ini, aplikasi diharapkan menjadi lebih intuitif dan memudahkan peserta dalam menemukan layanan yang dibutuhkan
2. Untuk meningkatkan pendekatan pelayanan yang lebih berorientasi pada kebutuhan pengguna, BPJS Ketenagakerjaan dapat melaksanakan Program Layanan Digital Berbasis Kebutuhan Peserta. Program ini dapat berupa penyediaan fitur bantuan interaktif, pengembangan pusat bantuan digital (*help center*), serta pengumpulan umpan balik pengguna melalui survei atau fitur saran di aplikasi JMO. Program ini bertujuan agar layanan yang diberikan benar-benar sesuai dengan kebutuhan peserta
3. Untuk memastikan setiap layanan dalam aplikasi JMO diproses dengan cepat dan tepat waktu, BPJS Ketenagakerjaan dapat menjalankan Program Percepatan Respons Layanan Digital. Program ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kapasitas sistem, mempercepat proses verifikasi layanan digital, serta menerapkan standar waktu pelayanan (*service level agreement*) untuk setiap jenis layanan yang tersedia di aplikasi
4. Untuk menjaga stabilitas dan konsistensi kinerja sistem, BPJS Ketenagakerjaan dapat mengimplementasikan Program Pemeliharaan dan Monitoring Sistem Aplikasi. Program ini meliputi pemantauan kinerja sistem secara real time, pemeliharaan berkala terhadap infrastruktur teknologi, serta penanganan bug atau gangguan teknis secara cepat. Dengan adanya program ini, aplikasi JMO dapat berfungsi secara konsisten setiap kali digunakan oleh peserta
5. Untuk meningkatkan jaminan keamanan dan kepastian hukum dalam penggunaan aplikasi JMO, BPJS Ketenagakerjaan dapat menjalankan Program Penguatan Keamanan dan Perlindungan Data Peserta. Program ini dapat berupa peningkatan sistem keamanan digital, penerapan perlindungan data pribadi, serta penyampaian informasi yang transparan kepada pengguna mengenai regulasi dan perlindungan hukum yang mendasari layanan digital JMO
6. Untuk memastikan informasi dalam aplikasi JMO selalu akurat dan mudah dipahami, BPJS Ketenagakerjaan dapat melaksanakan Program Peningkatan Kualitas Informasi Layanan. Program ini meliputi pembaruan informasi layanan secara berkala, penyederhanaan bahasa informasi agar lebih mudah dipahami, serta penyediaan panduan layanan dalam bentuk teks, infografis, atau video penjelasan di dalam aplikasi
7. Untuk meningkatkan *continuance intention* pengguna, BPJS Ketenagakerjaan dapat menjalankan Program Sosialisasi dan Edukasi Penggunaan Aplikasi JMO. Program ini dapat dilakukan melalui kegiatan sosialisasi kepada peserta, penyebaran informasi melalui media sosial, serta pelatihan penggunaan aplikasi bagi peserta di lingkungan perusahaan atau instansi. Program ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pengguna mengenai manfaat aplikasi JMO sehingga mereka terdorong untuk terus menggunakannya

8. Untuk menjadikan kepuasan pengguna sebagai fokus utama pengembangan layanan digital, BPJS Ketenagakerjaan dapat melaksanakan Program Evaluasi Kepuasan Pengguna Layanan Digital. Program ini dapat dilakukan melalui survei kepuasan pengguna secara berkala, analisis ulasan pengguna pada aplikasi, serta tindak lanjut terhadap keluhan atau masukan dari peserta. Hasil evaluasi tersebut dapat digunakan sebagai dasar perbaikan dan pengembangan layanan aplikasi JMO di masa mendatang.