FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN BANK DIGITAL DI INDONESIA

OLEH

SAFIRA LARASATI OWEN

22911035

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN BANK DIGITAL DI INDONESIA

Tesis S-2

Program Magister Manajemen

OLEH

SAFIRA LARASATI OWEN

22911035

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN BANK DIGITAL DI INDONESIA

TESIS

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Magister Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Ditulis Oleh:

Nama	: Safira Larasati Owen
NIM	: 22911035
Jurusan	: Magister Manajemen
Bidang Konsentrasi	: Keuangan

PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS DAN EKOMONIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang Bertanda tangan dibawah ini saya, Safira Larasati Owen menyatakan bahwa tesis dengan judul "***Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Bank Digital di Indonesia***" adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam penulisan tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar magister di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Sleman, 12 Juli 2024



Safira Larasati Owen

HALAMAN PENGESAHAN

Yogyakarta, 1 Agustus 2024

Telah diterima dan disetujui dengan baik oleh :

Dosen Penguji I	Dosen Penguji II
	
Prof. Dr. Zaenal Arifin, M.Si.	Prof. Dr. Drs. Sutrisno, MM.

BERITA ACARA UJIAN TESIS

Pada hari Kamis tanggal 1 Agustus 2024 Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia telah mengadakan ujian tesis yang disusun oleh :

SAFIRA LARASATI OWEN

No. Mhs. : 22911035

Konsentrasi : Manajemen Keuangan

Dengan Judul:

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN BANK DIGITAL DI INDONESIA

Berdasarkan penilaian yang diberikan oleh Tim Penguji, maka tesis tersebut dinyatakan **LULUS**

Penguji I	Penguji II
Prof. Dr. Zaenal Arifin, M.Si.	Prof. Dr. Drs. Sutrisno, MM.

Mengetahui
Ketua Program Studi Magister Manajemen

Anjar Priyono, S.E., M.Si., Ph.D

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil alamin, puji syukur atas kehadirat Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat dan karunia yang tiada henti serta kesempatan, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Sholawat serta salam tidak lupa selalu tercurahkan kepada Nabi Agung Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan pedoman serta petunjuk.. Melalui karya kecil yang saya susun dengan sebaik-baiknya ini, saya persembahkan kepada:

Yang sangat saya sayangi yaitu Bapak Eko Yunianto dan Ibu Wening Indarwati serta adik saya Meutia Sulistyowati Owen, yang telah senantiasa mendidik saya dengan sabar hingga saya berada di fase ini dan terus untuk melanjutkan fase berikutnya demi cita-cita, yang selalu mendoakan tiada hentinya untuk anak-anaknya agar dapat meraih cita-cita yang diinginkan, yang selalu memberikan motivasi serta semangat kepada saya. Terimakasih atas segala pengorbanannya dan semoga Allah SWT selalu memberikan k

esehatan, kelancaran rezeki, serta selalu diberi keberkahan. Terimakasih kepada Muhammad Fakhrurrozi yang telah menemani, mensupport saya untuk menyelesaikan tesis ini tepat waktu. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan saya di MM 59 semoga selalu diberikan Kesehatan dan keberkahan.

Terimakasih kepada pembimbing saya Bapak Prof. Dr. Zaenal Arifin, M.Si,. saya ucapkan banyak-banyak terimakasih, atas segala ilmu dan juga kesabaran Bapak selama proses bimbingan berlangsung, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan sebaik-baiknya. Terimakasih atas segalanya semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan, kelancaran rezeki, serta selalu diberi keberkahan.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan kepada kehadirat Allah SWT atas berkah dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul **"Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Bank Digital di Indonesia"**. Sholawat serta salam tak lupa selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan pedoman serta petunjuk disetiap kehidupan manusia.

Tesis ini disusun untuk memenuhi tugas akhir sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Penulisan tesis ini tidak lepas dari bantuan, dukunganm dan doa dari berbagai pihak baik berupa nasehat, motivasi, kritik, dan saran. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D, selaku rektor Universitas Islam Indonesia beseta seluruh jajarannya dan rektor-rektor sebelumnya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menuntut ilmu menjadi mahasiswa di Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Prof. Johan Arifin, SE., M.Si., Ph.D. selaku Dekan di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Arif Hartono, SE., M.Ec., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Ilmu Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia
4. Bapak Anjar Priyono, SE., M.Si., Ph.D. selaku Kepala Program Studi Magister Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Prof. Dr. Zaenal Arifin, M.Si, selaku Dosen Pembimbing tesis yang telah banyak membantu, membimbing, saran, solusi, motivasi dan mengarahkan baik pemikiran maupun semangat bagi penulis yang begitu besar hingga terselesaikannya tesis ini. Mohon maaf atas segala salah dan kekurangan penulis selama ini.
6. Bapak Prof. Dr. Drs. Sutrisno, M. M Selaku Dosen Penguji tesis yang telah banyak memberikan bantuan dan bimbingan, saran, solusi, motivasi dan doa sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik

7. Kedua orang tua Bapak Eko Yunianto dan Ibu Wening Indarwati, serta adik saya Meutia Sulistyowati Owen dan seluruh keluarga besar tanpa terkecuali atas doa dan semangat nya.
8. Segenap Dosen serta staf Program Magister Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat dan juga memberikan pelayanan kepada mahasiswa Prodi Ekonomi Islam.
9. Kepada Muhammad Fakhrurrozi yang sudah mendukung segala hal yang saya lakukan supaya tesis ini selesai dengan baik.
10. Seluruh sahabat, teman seperjuangan MM 59 yang telah mendukung saya sampai sejauh ini.

Dengan kerendahan hati, penulis memohon kepada seluruh pihak atas segala kesalahan dan hal-hal yang kurang berkenan di hati, itu semata-mata kelalaian dan kekhilafan dari penulis sendiri, penulis menyadari bahwa tesis yang disajikan ini belum sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga tesis ini dapat berguna dan menambah pengetahuan bagi para pembacanya.

Yogyakarta, 4 Mei 2024



Safira Larasati Owen

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN BANK DIGITAL DI INDONESIA

SAFIRA LARASATI OWEN

22911035

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan bank digital di Indonesia. Penelitian ini dikembangkan dari teori Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2). Penelitian ini menggunakan kuantitatif dimana data diperoleh melalui kuisioner *Google Form*. Penelitian ini menggunakan 179 sampel yang merupakan pengguna Bank digital yang tersebar diseluruh Indonesia. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah PLS- SEM. Adapun hasil dalam penelitian ini menunjukan bahwa Fleksibilitas teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan, media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dan penggunaan, kepercayaan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dan penggunaan, dan minat menggunakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan. Namun fleksibilitas teknologi berpengaruh negative terhadap penggunaan, dan juga kemudahaan penggunaan berpengaruh negative terhadap minat menggunaakan.

Kata Kunci: Bank digital, UTAUT, Fleksibilitas Teknologi, Kemudahan penggunaan, Media Sosial, Kepercayaan dan keamanan, minat menggunakan, penggunaan.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
BERITA ACARA UJIAN TESIS v
SAFIRA LARASATI OWEN v
LEMBAR PERSEMBAHAN vi
KATA PENGANTAR vii
ABSTRAK ix
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xiv
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 7
1.3. Tujuan Penelitian 8
1.4. Manfaat Penelitian 9
BAB II 10
KAJIAN PUSTAKA 10
2.1. Bank 10
2.2. Bank Digital 11
2.2.1 Pengertian 11
2.2.2 Perkembangan Bank Digital di Indonesia 12
2.2.3 Kelebihan Bank Digital 16
2.2.4 Kelemahan Bank Digital 17
2.3. Tingkat Penerimaan Terhadap Teknologi Bank Digital 19
2.3.1 Teknologi pada Bank Digital 19
2.3.2 *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) 21
2.4. Pengembangan Hipotesis 27
2.4.1 Pengaruh Fleksibilitas Teknologi Terhadap Minat dan Penggunaan Bank Digital 27
2.4.2 Pengaruh Kemudahaan penggunaan Terhadap Minat dan Penggunaan Bank Digital 29

2.4.3. Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat dan Penggunaan Bank Digital 31
2.4.4. Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Minat dan Penggunaan Bank Digital 32
2.4.5. Pengaruh Minat (*Intention)* terhadap penggunaan *(Use)* 33
BAB III 35
METODE PENELITIAN 35
3.1. Populasi dan Sampel 35
3.2. Definisi Operasional Variabel 36
a. Minat Menggunakan Bank Digital 36
b. Penggunaan Bank Digital 36
c. Fleksibilitas Teknologi Bank Digital 36
d. Kemudahan Penggunaan Teknologi 37
e. Media Sosial 37
f. Kepercayaan dan keamaaan 37
3.3. Instrumen Penelitian 37
3.4. Teknik Pengambilan Sampel 39
3.5. Teknik Analisis Data 40
BAB IV 46
HASIL DAN PEMBAHASAN 46
4.1 Profil Responden 46
4.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian 50
4.3 Analisis Structural Equation Model 54
4.4 Pembahasan 62
PENUTUP 70
5.1. Kesimpulan 70
5.2. Saran 72
5.3. Keterbatasan penelitian 72
DAFTAR PUSTAKA 73
LAMPIRAN 1 79
ANGKET PENELITIAN 79
LAMPIRAN 2 85
TABULASI DATA 85
LAMPIRAN 3 94

ANALISIS DESKRIPTIF 94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nilai Transaksi digital Banking Jan 2018 - April 2023 2
Gambar 2. 1 Grafik Bank digital dan nilai kapitalisasi pasarnya 13
Gambar 4. 1 Convergent Validity 55
Gambar 4. 2 Hasil Analisis Bootstrapping 60

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert 38
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel 38
Tabel 4. 1 Data Jenis Kelamin Responden 46
Tabel 4. 2 Asal Responden 46
Tabel 4. 3 Data Pekerjaan Responden 47
Tabel 4. 4 Data Penghasilan Responden 48
Tabel 4. 5 Data Bank digital yang digunakan 48
Tabel 4. 6 Data Lama Menggunakan Bank Digital 49
Tabel 4. 7 Data Banyaknya Transaksi perbulan 49
Tabel 4. 8 Kategori Kelas Interval 50
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Variabel Fleksibilitas Teknologi 50
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Variabel Kemudahan Penggunaan 51
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Variabel Media Sosial 52
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Variabel Kepercayaan dan Keamanan 52
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Variabel Minat Menggunakan 53
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Variabel Penggunaan 54
Tabel 4. 15 Hasil Uji Outer Loading 55
Tabel 4. 16 Hasil Uji Cross Loading 56
Tabel 4. 17 Hasil Cronbach's Alpha 57
Tabel 4. 18 Hasil Uji Composite Reliability 58
Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi 59
Tabel 4. 20 Hasil Uji Q-Square 59
Tabel 4. 21 Hasil Uji Hipotesis 61

BAB I

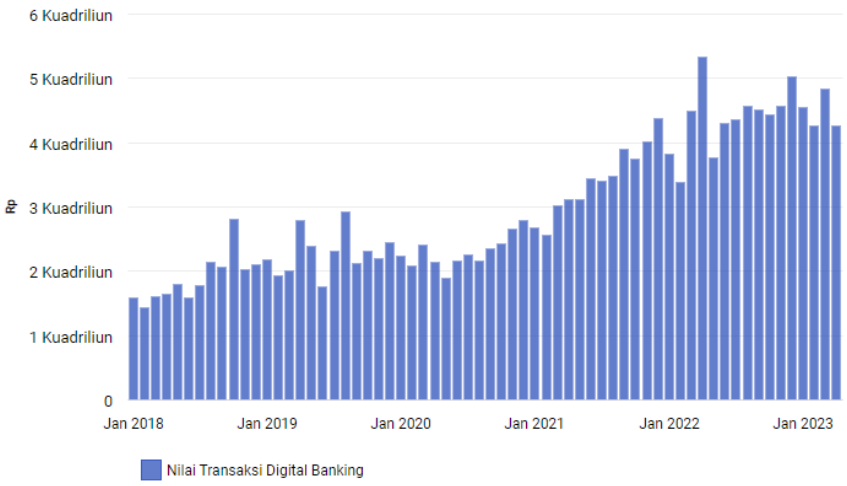
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan dalam teknologi informasi telah memberikan peluang efisien bagi perusahaan perbankan dalam memberikan layanan kepada nasabah mereka sebagai hasil dari perkembangan ini, perbankan digital telah muncul sebagai metode baru dalam melakukan berbagai transaksi perbankan, seperti pengisian uang, transfer, penarikan, manajemen rekening giro dan tabungan, pengelolaan pinjaman, pembayaran tagihan, serta pengajuan produk keuangan dan layanan rekening melalui platform elektronik. Menurut pandangan Howcroft dan rekannya (2002), perbankan digital mengacu pada transformasi aktivitas perbankan yang sebelumnya hanya tersedia di dalam kantor cabang bank menjadi bentuk yang dapat diakses oleh nasabah melalui jalur digital. Faktor-faktor seperti ketersediaan akses internet yang lebih mudah, peningkatan jumlah pengguna internet, efisiensi biaya, kenyamanan, dan potensi keuntungan telah menjadi pendorong bagi bank-bank untuk mengadopsi model perbankan elektronik (Ananda, Devesh and Al Lawati, 2020).

Kehadiran bank digital di Indonesia menjadi respons terhadap perubahan perilaku konsumen yang semakin mengutamakan kenyamanan dan kemudahan dalam mengelola aspek keuangan mereka. Model bank konvensional dianggap kurang responsif dalam mengatasi kebutuhan dinamis dari konsumen. Menurut Sukarela Batunanggar, seorang Komisioner dari OJK Institute dan bidang Keuangan Digital, ada dua bentuk bank digital di Indonesia: pertama, bank-bank yang melakukan transformasi pada model, strategi, dan produk bisnis mereka; kedua, bank-bank yang sejak awal didirikan sebagai entitas bank digital. Sukarela Batunanggar menjelaskan bahwa di Indonesia, model pertama lebih umum diterapkan. Dibawah ini adalah nilai transaksi digital banking di Indonesia per bulan periode Januari 2018 – April 2023.

Gambar 1. 1 Nilai Transaksi digital Banking Jan 2018 - April 2023



Dikutip dalam Katadata.com berdasarkan data Bank Indonesia, sepanjang April 2023 nilai transaksi *digital banking* di dalam negeri mencapai Rp4.264,8 triliun atau hampir mencapai Rp4,3 kuadriliun. Mengacu ada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018, layanan perbankan digital adalah layanan perbankan melalui media elektronik yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaaatan data nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Chen, Jia, dan Wu (2023) tentang faktor yang mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan layanan keuangan contactless di industry perbankan sebagai bentuk penerapan dan perluasan model UTAUT. Bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku pengguna layanan contactless. Metode penelitan ini menggunakan data yang dikumpulkan melalui kuisioner. Dengan menggunakan merode Struktural Equation Modeling (SEM) yang digunakan untuk memvalidasi model penelitian. Hasilnya menunjukan bahwa kepercayaan dan persepsi risiko merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi niat perilaku layanan keuangan nirkontak. Selain itu pengguna juga merasa bahwa layanan keuangan nirkontak memiliki keunggulan dibandingkan saluran layanan keuangan tradisional. Sehingga niat mereka menggunakan layanan keuangan nirkontak akan meningkat dan juga akan mempunyai dampak positif terhadap niat berperilaku (Chen, Jia and Wu, 2023). Jadi dapat disimpulkam bahwa

hanya memberikan informasi mengenai faktor yang mempengaruhi niat penggunna layanan *contactless* tidak spesifik membahas terkait layanan bank digital.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Ivanova dan Kim (2022) tentang penerimaan dan penggunaan mobile banking di Asia Tengah sebagai bukri dari model UTAUT yang dimodifikasi, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis adopsi dan penggunaan mobile banking oleh mahasiswa dan faktor-faktor penentunya. Penelitian ini menggunakan metode kuisioner yang respondennya adalah mahasiswa Mongolia yang memiliki pengalaman menggunakan aplikasi *mobile banking.* Hasilnya menyebutkan bahwa *performance expectancy, effort expectancy, social influence* dan *facilitating condition* merupakan konstruksi utama yang terkait dengan peerimaan mobile banking, dimana keamanan yang dirasakan berdampak positif terhadap kepercayaan yang dirasakan. Selain itu, kepercayaan yang dirasakan juga merupakan konstruks dari penggunaan teknologi *mobile banking* oleh mahasiswa yang menjawab kuisioner. Namun disisi lain, hubungin antara risiko yang dirasakan dan perilaku penggunaan tidak diterima (Ivanova and Yeon KIM, 2022).

Penelitian selanjutnya yang ditulis oleh Chikondi Daka dan Phiri (2019) tentang Faktor - faktor yang mendorong adopsi layanan *e-banking* sistem berbasis UTAUT Model. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor mendasar yang mendorong adopsi layanan e-banking berdasarkan model UTAUT. Metode penelitiannya dengan melibatkan 313 responden yang dilakukan di lima bank teratas di Zambia. Pengumpulan sampelnya menggunakan teknik *purposive sampling* dengan analisis menggunakan SPSS. Hasil dari penelitian ini adalah *Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Facilitating Conditions (FC),* dan *Behaviour Intention (BI)* memiliki dampak yang signifikan dalam mengadopsi layanan e-banking. Kemudian, *Social Influence* (SI) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat pengguna untuk mengadopsi layanan *e-banking* (Chikondi Daka and Phiri, 2019).

Model UTAUT 2 merupakan pengembangan lebih lanjut dari model UTAUT yang mempelajari penerimaan dan penggunaan dari sebuah teknologi dalam konteks konsumen. Tujuan dari model UTAUT 2 adalah mengidentifikasi tiga konstruk penting dari penelitian penerimaan dan penggunaan teknologi baik untuk umum maupun konsumen, merubah beberapa hubungan yang sudah ada pada konsep model UTAUT, dan mengenalkan hubungan baru (Venkatesh, Walton and Thong, 2012).

Model UTAUT 2 dalam penelitian ini yang diambil untuk dijadikan variabel penelitiannya adalah Fleksibilitas teknologi *(performance expectancy)*, kemudahaan penggunaan *(effort expectancy)*, sosial media *(sosial media)*, kepercayaan dan keamanan *(trust)* sebagai variabel dependen serta minat penggunaan *(behavioral intention)* dan penggunaan *(use)* sebagai variabel independen. Maka dari itu keterkaitan antara Fleksibilitas teknologi *(performance expectancy)* dengan minat penggunaan *(behavioral intention)* maupun penggunaan *(use)*. Dimana *performance expectancy* mengacu pada persepsi individu tentang sejauh mana penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja mereka dan membantu dalam mencapai tujuan-tujuannya. *Performance expectancy* memainkan peran kunci dalam menentukan niat individu untuk menggunakan teknologi *(behavioral intention)* dan dalam akhirnya mempengaruhi tindakan penggunaan sebenarnya dari teknologi tersebut (Venkatesh, Walton and Thong, 2012). Penelitian sebelumnya yang mendukung hubungan positif antara Fleksibilitas teknologi *(performance expectancy)* dengan minat penggunaan *(behavioral intention)* oleh Thusi (2020) terkait penerimaan dan penggunaan aplikasi seluler ritel oleh generasi milenial di Afrika selatan yang megungkapkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* (Thusi and Maduku, 2020). Selain itu, penelitian sebelumnya yang mendukung hubungan positif antara *performance expectancy* dengan *use* dilakukan oleh Bhattacherjee (2001) yang mengungkapkan bahwa tidak hanya pada

tahap penerimaan awal, *performance expectancy* berkelanjutan bahkan dapat berpengaruh pada keputusan individu untuk terus menggunakan teknologi tersebut (Bhattacherjee, 2001).

Selanjutnya, keterkaitan antara kemudahaan penggunaan *(effort expectancy)* dengan minat penggunaan *(behavioral intention)* maupun penggunaan *(use).* Kemudahaan penggunaan *(effort expectancy)* disini mencerminkan persepsi individu tentang seberapa mudah atau sulit penggunaan suatu teknologi, memiliki peran yang penting dalam menentukan minat penggunaan *(behavioral intention)* dengan penggunaan *(use)* dalam konteks penerimaan dan penggunaan teknologi (Venkatesh, Walton and Thong, 2012). Penelitian sebelumnya yang mendukung hubungan antara kemudahaan penggunaan *(effort expectancy)* dengan minat penggunaan *(behavioral intention)* yang dilakukan oleh Alalwan, Dwivedi dan Rana (2017) terkait faktor-faktor yang mempengaruhi niat berperilaku dan adopsi mobile banking oleh nasabah bank yordania. Hasilnya mengungkapkan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* dalam kasus adopsi layanan mobile banking bagi nasabah di Bank Yordania (Alalwan, Dwivedi and Rana, 2017). Kemudian terkait dengan hubungan antara kemudahaan penggunaan *(effort expectancy)* dengan penggunaan *(use)* dilakukan oleh Venkatesh (2003) mengungkapkan bahwa *effort expectancy* memberikan pengaruh positif terhdap *use behavior*, terutama pada tahap awal penggunaan teknologi. Ketika pengguna merasakan kemudahan dalam menggunakan teknologi maka mereka cenderung akan terus menggunakannya (Venkatesh *et al.,* 2003).

Keterkaitan selanjutnya adalah antara media sosial *(sosial influence)* dengan minat menggunakan *(behavioral intention)* dan penggunaan *(use)*. Media sosial *(sosial influence)* adalah suatu proses dimana individu dipengaruhi atau dibimbing oleh orang lain atau media dalam pengambilan keputusan, perilaku, ataupun sikap. Penelitian terdahulu membuktikan bahwa media sosial *(sosial influence)* berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *(behavioral intention)* dan penggunaan *(use)* yang dilakukan oleh Kossim dan

Legowo (2021) tentang faktor yang mempengaruhi niat konsumen menggunakan pembayaran QR mengungkapkan bahwa *sosial influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* (Putera KOSIM and Legowo, 2021). Selain itu,, penelitian yang dilakukan oleh Penelitian yang dilakukan oleh Roca, Chiu, dan Martinez (2006) menunjukkan bahwa pengaruh sosial dapat menjadi salah satu faktor motivasi bagi individu untuk mengadopsi teknologi, karena mereka ingin menjaga citra sosial mereka. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa ketika penggunaan teknologi telah menjadi hal yang umum dalam lingkungan sosial seseorang, maka individu cenderung merasa tertekan untuk mengikuti dan menggunakan teknologi tersebut (Roca, Chiu and Martínez, 2006).

Selanjutnya. Keterkaitan antara tingkat kepercayaan dan keamanan *(trust)* dengan minat menggunakan *(behavioral intention)* dan penggunaan *(use)*. Kepercayaan dan keamanan merupakan faktor kunci yang memengaruhi keputusan individu untuk menggunakan suatu produk atau layanan, terutama dalam konteks teknologi informasi dan internet. Penelitian yang mendukung hubungan antara kepercayaan dan keamanan *(trust)* dengan minat menggunakan *(behavioral intention)* dan penggunaan *(use)* dilakukan oleh Parayil Iqbal (2023) terkait gambaran pendorong minat untuk mengadopsi *mobile banking* dikalangan nasabah perbankan Syariah. Hasil penelitian ini adalah *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam mengadopsi m-banking pada nasabah perbankan Syariah (Parayil Iqbal, Jose and Tahir, 2023).

Minat menggunakan *(Behavioral intention)* adalah niat atau keinginan seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Keterkaitannya dengan *use* adalah bahwa behavioral intention dapat menjadi prediktor atau penentu dari seberapa sering atau seberapa intensif seseorang menggunakan suatu produk atau layanan. Penelitian yang dilakukan oleh Hassan dan Farmanesh (2022) tentang faktor-faktor utama yang mempengaruhi niat pelanggan Yordania dan penggunaaan saluran perbankan SST (*Internet Banking*, *Mobile Banking*, dan

Telebanking). Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa niat menggunakan *(behavioral intention)* berpengaruh signifikan terhadap perilaku menggunakan *(use behavior)* (Hassan and Farmanesh, 2022).

Penelitian terkini mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna dalam menggunakan aplikasi Bank Digital di Indonesia, melibatkan penerapan model UTAUT 2 sebagai bentuk upaya inovatif dalam memahami faktor-faktor penerimaan dan adopsi teknologi perbankan. Kebaharuan dari penelitian sebelumnya yang cenderung memfokuskan pada aspek khusus seperti keamanaan dan efisiensi biaya. Model UTAUT 2 ini memberikan pandangan baru dengan mengidentifikasi berbagai konsep seperti, kepercayaan terhadap teknologi, pengaruh social, dan juga kondisi yang memfasilitasi. Kepercayaan pada teknologi mencerminkan keyakinan pengguna terhadap kinerja dan manfaat dari aplikasi bank digital, sedangkan pengaruh social ini menyoroti peran dari lingkaran social dalam membentuk minat pengguna. Dengan pendekatan yang terintegrasi dan fokus pada UTAUT 2, Penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam pemahaman faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan terhadap layanan bank digital di Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang diatas maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah fleksibilitas teknologi bank digital (*Performance Expectancy)* berpengaruh terhadap minat (*Intention)* dan Penggunaan *(Use)* bank digital di Indonesia?
2. Apakah Kemudahan penggunaan teknologi (*Effort Expectancy)* berpengaruh terhadap minat (*Intention)* dan Penggunaan *(Use)* bank digital di Indonesia?
3. Apakah media sosial (*Sosial Influence)* berpengaruh terhadap minat (*Intention)* dan Penggunaan *(Use)* bank digital di Indonesia?

4. Apakah Kepercayaan dan keamanan (*Trust)* berpengaruh terhadap minat (*Intention)* dan Penggunaan *(Use)* bank digital di Indonesia?
5. Apakah minat (*Intention)* berpengaruh terhadap penggunaan (*Use)* bank digital di Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

Dari penjelasan Rumusan masalah diatas maka dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis apakah fleksibilitas teknologi bank digital (*Performance Expectancy)* berpengaruh terhadap minat (*Intention)* dan Penggunaan *(Use)* bank digital di Indonesia.
2. Untuk menganalisis apakah kemudahan penggunaan teknologi *(Effort Expectancy)* berpengaruh terhadap minat (*Intention)* dan Penggunaan *(Use)* bank digital di Indonesia.
3. Untuk menganalisis apakah media sosial *(Sosial Influence)* berpengaruh terhadap minat (*Intention)* dan Penggunaan *(Use)* bank digital di Indonesia.
4. Untuk menganalisis apakah Kepercayaan dan keamanan *(Trust)* berpengaruh terhadap minat (*Intention)* dan Penggunaan *(Use)* bank digital di Indonesia.
5. Untuk menganalisis apakah minat (*Intention)* berpengaruh terhadap penggunaan *(Use)* bank digital di Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademik

   Penelitian ini menjadi gambaran dan referensi dalam mengembangkan Manajemen Keuangan khususnya di Universitas Islam Indonesia, dan juga dapat dijadikan gambaran atau referensi bagi mahasiswa Universita Islam Indonesia atau generasi selanjutnya

2. Manfaat Praktis

   a. Bagi Perusahaan

      Dapat memberikan gambaran bagaimana para nasabah terhadap penggunaan layanan bank digital sebagai bahan evaluasi guna meningkatkan layanan dari bank digital.

   b. Bagi Pengguna Bank Digital

      Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi yang dapat dikaji lebih lanjut dengan inovasi dan pembaharuan yang lebih informatif.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Bank

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), bank didefinisikan sebagai sebuah Lembaga intermediasi keuangan yang umumnya didirikan dengan kewenangan untuk menerima simpanan uang, peminjaman uang, dan menerbitkan promes atau banknote. Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, menyatakan bahwa bank adalah badan usaha yang mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya untuk meningkatkan taraf hidup orang banyak. Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) N0.31, bank diartikan sebagai suatu Lembaga yang berperan sebagai perantara keuangan antara pihak-pihak yang memiliki kelebihan dana dan pihak-pihak yang memerlukan dana. Bank juga berfungsi sebagai media untuk memperlancar lalu lintas pembayaran. Bank didefinisikan sebagai Lembaga keuangan yang didirikan dengan tujuan utama untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya. Fungsi bank sebagai perantara dalam transaksi keuangan dan menyediakan berbagai layanan perbankan kepada nasabah.

Bank adalah suatu jenis lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan antara individu atau entitas yang memiliki kelebihan dana (surplus unit) dengan mereka yang membutuhkan dana. Selain itu, bank juga memiliki peran dalam memfasilitasi kelancaran proses pembayaran (Saputri *et al.,* no date). berdasarkan paparan tersebut, bank diartikan sebagai sebuah entitas keuangan yang bertindak sebagai perantara antara individu atau Lembaga yang memiliki kelebihan dana dan mereka memberikan dana.

2.2. Bank Digital

2.2.1 Pengertian

Perbankan digital didalam Otoritas Jasa Keuangan dijelaskan dalam peraturan nomor 12/POJK.03/2021 menyatakan bahwa bank digital adalam Lembaga perbankaan yang terdaftar dalam bank berbadan hukum Indonesia (BHI) yang menyediakan dan menjalankan kegiatan usaha perbankan melalui saluran elektronik, tanpa memiliki kantor cabang fisik selain kantor pusat (OJK, 2021). Bank digital dapat berupa bank baru atau bank yang bertransformasi menjadi digital. Seluruh layanan perbankan, mulai dari pembukaan rekening tabungan, deposito, cetak rekening koran, pengajuan kredit, dan bantuan *costumer service* dijalankan secara penuh melalui saluran elektronik. Bank digital diwajibkan untuk terus mengembangkan teknologi daring untuk memberikan layanan serta kenyamanan kepada para nasabahnya.

Menurut Patrick Johnson (2020) bank digital diartikan sebagai organisasi bisnis yang menawarkan aktivitas perbankan secara *fully online* yang sebelumnya hanya tersedia di kantor cabang bank saja. Bank digital juga dapat menawarkan pembukaan rekening simpanan tanpa jumlah minimum, atau mengadopsi pendekatan dengan risiko kredit yang berbeda. Bank digital sebagai pembeda dengan bank umum lainnya, Bank digital diwajibkan memiliki minimal satu kantor fisik berupa kantor pusat dan memenuhi persyaratan operasional sebagai Bank digital. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (2021) menetapkan enam kriteria yang harus dipenuhi oleh bank supaya bisa dikategorikan menjadi bank digital, diantaranya:

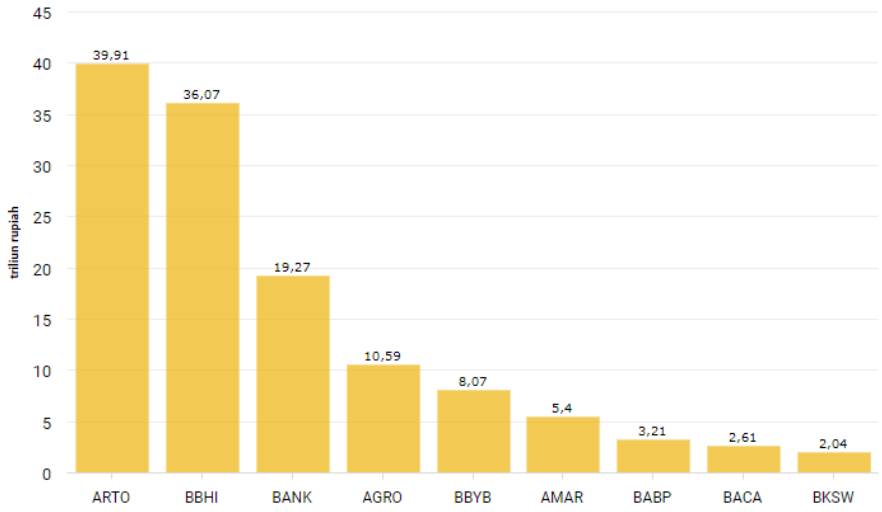
1. Bank harus memiliki model bisnis yang menggunakan teknologi inovatif dan aman untuk memenuhi kebutuhan nasabah.
2. Bank harus memiliki kemampuan untuk mengelola model bisnis perbankan digital secara bijaksana dan berkelanjutan.

3. Bank harus memiliki manajemen risiko yang memadai.
4. Bank harus mematuhi aspek tata kelola, termasuk memastikan bahwa direksi memiliki kompetensi di bidang teknologi informasi dan bidang lainnya sesuai dengan ketentuan OJK tentang penilaian kemampuan dan kepatuhan.
5. Bank harus melaksanakan langkah-langkah untuk melindungi keamanan data nasabah. Bank juga harus memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan ekosistem keuangan digital atau inklusi keuangan.
6. Bank BHI wajib memastikan bahwa persyaratan ini tetap terpenuhi selama mereka beroperasi sebagai bank digital.

2.2.2 Perkembangan Bank Digital di Indonesia

Bank Digital muncul untuk merespon perubahan dari perilaku konsumen yang semakin mencari kemudahan dan aksesibilitas dalam pengelolaan keuangan. Bank Konvensional dipandang kurang responsif dalam menghadapi kebutuhan konsumen yang dinamis. Komisioner OJK Institute dan Keuangan digital, Sukarela Batunanggar mengatakan terdapat dua bentuk pada Bank Digital di Indonesia yaitu bank melakukan transformasi model, strategi dan produk bisnisnya dan bank yang dari awal berdiri adalah bank digital. Sukarela Batunanggar menyampaikan bahwa bank digital yang beroperasi diindonesia adalah dengan pola pertama. Terdapat beberapa Bank Digital yang ada di Indonesia diantaranya Jago dari Bank Jago, Allo Bank, BluBCA dari Bank BCA, Jenius dari Bank BTPN, Digibank dari Bank DBS dan lainnya. Minat masyarakat terhadap bank digital semakin tinggi seiring dengan perkembangan teknologi. Dilihat dari data Bank Indonesia (BI) menunjukan bahwa nilai transaksi bak digital sudah tembus Rp52,245 triliun sepanjang 2020. Berikut ini adalah grafik terkait Bank digital dan nilai kapitalisasi pasarnya.

Gambar 2. 1 Grafik Bank digital dan nilai kapitalisasi pasarnya



Sumber: RTI Business

Data diatas diambil dari aplikasi RTI Business yang menunjukan bahwa Bank Jago dengan kode emiten ARTO menjadi bank digital dengan kapitalisasi pasar terbesar diantara yang lainnya yaitu 39,91 triliun. Kedua ada Allo Bank dengan kode Emiten BBHI dengan nilai kapitalisasi mencapai 36,40 triliun. Ketiga, ada Bank Aladin Syariah (BANK) dengan kapitalisasi pasar mencapai 19,27 triliun. selain yang ada digrafik ada beberapa bank yang belum lama muncul pada 11 Agustus 2016 yaitu Jenius dari BTPN, lalu pada 2 Juli 2021 yaitu Blu dari Bank Central Asia (BCA) yang hingga saat ini belum meluncurkan saham perdananya (IPO).

Perkembangan Teknologi Keuangan khususnya Bank Digital, membuat persaingan diperbankan digital menjadi semakin tinggi sehingga membuat para pemilik Bank Digital untuk bisa terus berinovasi agar bisa bertahan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengungkapkan bahwa terdapat 3 tantangan dalam layanan perbankaan digital diantaranya mengevaluasis percobaaan layanan perbankan digital Bank Indonesia dari sisi sistem informasi perbankan, kesiapan jaringan, edukasi, dan tangkat keamanan nasabah (Tambunan1, Irwan and Nasution2, 2023). Dalam era perbankan digital yang terus berkembang, pentingnya inovasi dan evolusi model bisnis sangatlah krusial.

Dengan teknologi yang terus berubah dengan cepat, bank digital harus terus beradaptasi untuk tetap relevan. Inovasi memungkinkan mereka mengadopsi solusi teknologi terkini, seperti keamanan siber yang lebih kuat dan analisis data yang lebih mendalam, sehingga dapat memberikan layanan yang lebih baik kepada nasabah. Selain itu, inovasi juga memungkinkan bank untuk merespons perubahan dalam perilaku konsumen yang semakin mengutamakan kemudahan dan aksesibilitas dalam pengelolaan finansial mereka.

Inovasi teknologi menjadi syarat utama dalam penyelenggaraan layanan bank digital. Selain itu, bank tersebut harus memiliki model bisnis dengan penggunaan teknologi yang inovatif dan aman. Bank Digital memiliki berbagai macam layanan, diantaranya:

1. *Bank Statement*

   Bank Statement adalah dokumen elektonik yang menyajikan rincian transaksi keuangan yang terjadi dalam suatu periode tertentu pada rekening bank digital nasabah. *Bank Statement* dalam bank digital merupakan salah satu elemen penting dalam memberikan dan aksesibilitas informasi keuangan kepada nasabah, dan juga membantu mereka mengelola keuangan dengan lebih efektif.

2. *Cash Withdrawals*

   Seperti yang kita ketahui bank digital umumnya tidak memilki kantor cabang fisik, nasabah masih dapat melakukan penarikan tunai melalui ATM atau jaringan dari mitra bank digital. Ada beberapa bank digital juga menawarkan penarikan tunai tanpa kartu yang bisa diakses melalui aplikasi mobile.

3. *Funds Transfers*

Bank digital juga melayani layanan *Funds Transfers* yang mempermudah nasabah untuk dapat mentransfer dana antar rekening, baik sesama bank digital ataupun ke bank konvensional lainnya. Proses *Funds Transfers* ini dapat dilakukan secara instan melalui platform yang disediakan oleh bank digital.

4. Opening Deposit

Bank digital menyediakan layanan pembukaan rekening bagi para nasabahnya yang bisa dilakukan secara online. Nasabah hanya tinggal mengisi formulir dan mengunggah dokumen yang diperlukan melalui aplikasi atau situs web dari bank digital untuk membuka rekening baru.

5. Saving Account

Selain pembukaan rekening online, bank digital juga mempermudah nasabahnya untuk dapat mengelola tabungan mereka melalui platform digital. Bank digital biasanya menawarkan suku bunga yang kompetitif dan kemudahan dalam memantau tabungan.

6. Loan Management

Bank digital juga menyediakan layanan pengajuan pinjaman secara online, mulai dari pengajuan hingga persetujuan. Selanjutnya, nasabah dapat memantau dan juga mengelola pinjaman mereka melalui platform digital yang dilayani oleh Bank digital.

7. Cheques Management

Bank digital semua aksesnya menggunakan layanan digital, begitupula dengan pengelolaan cek seperti cek elektronik, pemeriksaan status, dan juga informasi terkait dengan ceknya.

8. Transaction Records Monitoring

Adanya layanan digital yang difasilitasi oleh bank digital bertujuan supaya nasabah dapat memantau semua transaksi mereka, termasuk pembayaran, transfer, dan juga pembelian melalui rekaman transaksi yang disediakan oleh bank digital.

2.2.3 Kelebihan Bank Digital

Bank digital merujuk pada layanan perbankan yang disampaikan kepada pelanggan melalui saluran digital. Bank digital memanfaatkan teknologi digital untuk memberikan akses ke layanan perbanakan kepadaa nasabah tanpa memerlukan kehadiran fisik di bank. Adapun kelebihan dari Bank digital diantaranya adalah sebagai berikut (Hidayat and Kassim, 2023):

1. Kemudahan

   Kemudahan dalam bank digital ini mencakup beberapa fitur dan layanan yang membuat pengalaman perbankan menjadi lebih praktis, fleksibel, dan dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Hadirnya kemudahan dalam bank digital membuat nasabah dapat mengakses layanan perbankan selama 24 jam tanpa harus ke kantor cabang ataupun menyesuaikan dengan jam operasional kantor cabang.

2. Fleksibilitas

   Fleksibitlitas dalam bank digital mengacu pada kemampuan sistem perbankan untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan dan preferensi nasabah,serta memberikan opsi beragam dalam melakukan transaksi keuangan. Bank digital umumnya menyediakan berbagai platform untuk para nasabahnya diantaranya internet banking, mobile banking, dan platform perbankan online lainnya. Bank digital juga mencacu pada kemampuan nasabah untuk melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja. Hal ini sebagai berntuk respon bank digital

terhadap kebutuhan dinamis dan gaya hidup nasabah yang menginginkan akses dan kontrol yang lebih mudah.

3. Penghematan waktu

Penghematan waktu dalam bank digital ini merujuk pada efisiensi dan kemudahan yang diperoleh nasabah dalam melakukan transaksi keuangan tanpa memerlukan waktu yang lama. Penghematan waktu dalam bank digital juga menciptakan pengalaman perbankan yang lebih efisien dan dapat disesuaikan dengan waktu nasabah. Dengan adanya pemanfaatan teknologi dan inovasi, bank digital memberikan kemudahan akses dan pengelola keuangan yang lebih cepat dan praktis bagi nasabahnya.

4. Biaya operasional lebih rendah

Biaya operasional lebih rendah dalam bank digital mengacu pada pengurangan biaya yang diperoleh oleh institusi perbankan yang mengadoprsi model bisnis digital. Hal ini tercermin dari bank digital tidak memerlukan banyak kantor fisik, penggunaan teknologi terbaru, dan juga penghematan dalam proses komunikasi, serta menggunakan platform perbankan digital yang terintegritas. Hal ini dapat ciptakan biaya operasional yang lebih rendah.

2.2.4 Kelemahan Bank Digital

Selain memiliki manfaat, ternyata bank digital juga memiliki beberapa tantangan dan kekurangannya diantara lain (Kataria, 2019):

1. Keamanan

Hal ini menjadi fokus utama dari tantangan adanya bank digital, sebab banyak orang yang enggan menggunakan layanan perbankan digital karena

kekhawatiran akan keamanan. Hal ini muncul karena banyaknya berita terkait dengan kejahatan *cyber* di media.

2. Sulit bagi pengguna baru

Sulit bagi pengguna baru menjadi tantangan bagi bank digital ketika mereka melakukan pemasaran. Hal ini disebabkan karena kebanyakan nasabah kurang ataupun tidak memahami secara rinci terkait layanan yang diberikan di bank digital.

3. Regulasi dan legalitas

Perkembangan teknologi yang cepat dalam teknologi perbankan digital sering kali melampauin perkembangan regulasinya. Hal ini dapat menciptakan ketidakpastian hukum yang dapat mempengaruhi keamanan dan perlindungan konsumen.

4. Ketakutan akan ancaman online

Banyak nasabah bank digital yang mereka khawatir akan penipuan online. Meskipun sebagian besar bank sudah memastikan bahwa situs mereka aman, tetapi tidak ada situs web bank yang imun terhadap kejahatan siber dan perentasan. Meskipun bank digital berusaha keras untuk menyediakan sistem keamanan yang andal, tetapi kekhawatiran ini dapat menghambat adopsi layanan perbankan digital. Maka dari itu diperlukan edukasi dan kesadaran mengenai langkah keamanan yang diterapkan oleh bank digital seperti enkripsi data, otentikasi dua faktor, dan sistem deteksi ancaman. Hal tersebut dapat membantu untuk mengurangi ketakutan nasabah dan meningkatkan kepercayaan terhadap layanan perbankan digital.

2.3. Tingkat Penerimaan Terhadap Teknologi Bank Digital

2.3.1 Teknologi pada Bank Digital

Di era digital yang terus maju, bank digital telah mengubah paradigma konvensional perbankan dengan menyajikan kemudahan dan aksesibilitas yang sebelumnya tidak pernah terjadi. Dengan bantuan aplikasi, costumer dapat mengelola keuangan mereka secara cepat dan efisien, melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. Proses pembukaan rekening yang cepat dan sederhana, bersama dengan beragam fitur inovatif seperti pembayaran digital, transfer tanpa biaya, dan investasi online, menjadikan bank digital sebagai solusi yang sangat diandalkan. Meskipun demikian, tantangan keamanan data juga muncul, mendorong bank digital untuk terus meningkatkan sistem keamanan mereka. Dengan terus berinovasi, bank digital tidak hanya menjadi penyedia layanan keuangan, tetapi juga menjadi pendorong utama dalam transformasei global menuju ekosistem keuangan yang lebih terkoneksi dan inklusif.

Perbandingan antara Bank konvensional dengan bank digital terletak pada sistem operasinya dimana bank konvensional mengandalkan cabang fisik untuk menyediakan layanan perbankannya, sedangkan bank digital sepenuhnya secara online tanpa adanya cabang fisik dimana semua layanan perbankan dapat diakses melalui aplikasi atau platform digital. Dalam layanannya bank konvensional menyediakan berbagai produk perbankan tradisional seperti tabungan, pinjaman, deposito, dan lainnya, seringkali pada layanan bank konvensionel harus ada persyaratan fisik seperti penandatanganan dokumen secara langsung. Jika, bank digital berfokus pada kemudahan akses dan pengelolaan melalui perangkat digital. Bank konvensional memiliki layanan perbankan melalui aplikasi yang biasa dikenal dengan m-banking. M-banking merupakan bentuk digitalisasi dari bank konvensional.

Penting untuk membedakan antara mobile banking (m-banking) dan layanan bank digital. Meskipun sering digunakan secara bergantian, keduanya memiliki perbedaan utama dalam cakupan dan fungsi. M-banking lebih terfokus pada layanan perbankan melalui perangkat seluler, terutama transaksi sederhana seperti pengecekan saldo dan transfer dana. Sebaliknya, bank digital merupakan lembaga perbankan yang beroperasi secara online tanpa keberadaan cabang fisik, menyediakan berbagai layanan termasuk pembukaan rekening, manajemen investasi, dan peminjaman. Bank digital menawarkan cakupan layanan yang lebih luas dan kompleks, sedangkan m-banking cenderung terbatas pada fungsi dasar dengan fokus pada kemudahan dan kecepatan akses melalui perangkat seluler (Usman, Monoarfa and Marsofiyati, 2020)

Teknologi untuk bank digital telah menjadi peluang bagi bank-bank untuk meningkatkan daya saing di industri perbankan melalui peningkatan efisiensi operasional. Di Indonesia, peningkatan jumlah pengguna perangkat digital dan perubahan gaya hidup telah meningkatkan potensi pasar untuk perbankan digital dan juga memicu migrasi pengguna perbankan konvensional ke perbankan digital. Produk dan layanan perbankan digital merupakan salah satu strategi bank untuk meningkatkan dan mempertahankan pangsa pasar di era persaingan digital. Berdasarkan survei perbankan digital yang dilakukan oleh PWC pada tahun 2018, 66 persen responden menyatakan bahwa strategi perbankan digital merupakan bagian dari strategi perusahaan. Selain itu, hanya 12 persen responden yang menyatakan bahwa perbankan digital merupakan bagian dari strategi pengembangan teknologi informasi perusahaan, dan 16 persen sebagai bagian dari strategi produk atau pelanggan mereka. Hasil survei menunjukkan bahwa perbankan digital di Indonesia telah menjadi strategi utama dan bukan strategi khusus di bidang teknologi informasi atau pengembangan produk layanan perbankan. Selain itu, penelitian juga menemukan adanya trade-off antara efisiensi kinerja bank dan efisiensi

jangkauan pasar akibat adopsi teknologi perbankan digital. Bank yang kurang agresif dalam adopsi teknologi perbankan digital menghasilkan jangkauan pasar yang lebih rendah, sementara bank yang terlalu agresif dapat menghadapi efisiensi kinerja keuangan yang lebih rendah. Oleh karena itu, strategi adopsi teknologi perbankan digital yang optimal bagi bank-bank menjadi penting untuk dipertimbangkan guna mempertahankan daya saing mereka. Selain itu, adopsi teknologi perbankan digital juga berdampak pada efisiensi relatif bank, di mana bank yang lebih efisien dalam menjalankan kegiatan bisnis mereka akan meningkatkan kemampuan mereka untuk bersaing dan mendominasi pasar. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa adopsi teknologi perbankan digital berdampak lebih kuat pada efisiensi skala bank dibandingkan dengan jenis efisiensi bank lainnya (Yusgiantoro *et al.*, 2018)

Maka dari itu, Teknologi juga mendukung efisiensi operasional bank digital melalui otomatisasi dan analisis data. Adopsi teknologi ini memicu pertumbuhan pasar, memikat pengguna dari perbankan konvensional. Keberhasilan bank digital dalam mengoptimalkan operasionalnya melalui teknologi memberikan keunggulan bersaing dan dominasi pasar. Dengan demikian, teknologi menjadi pendorong utama dalam transformasi global menuju ekosistem keuangan yang lebih terkoneksi dan inklusif, dengan bank digital terus berinovasi untuk menjawab tuntutan pasar dan mempertahankan daya saing.

2.3.2 *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT)

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) pertama kali dikemukakan oleh Venkatesh et al. (2003). menurut Venkatesh dkk. model UTAUT adalah model penerimaan dan penggunaan teknologi. Tujuan utama penelitian

menggunakan UTAUT untuk membantu organisasi memahami bagamiana penggunaan bereaksi terhadap pengenalan teknologi baru (Venkatesh, Walton and Thong, 2012).

UTAUT menggabungkan fitur-fitur yang berhasil dari delapan teori penerimaan teknologi terkemuka menjadi satu teori. Kedelapan teori terkemuka yang disatukan didalam UTAUT adalah: *Theory of reasoned action (TRA), Technology acceptence model (TAM), Motivational model (MM), Theory of planned behavior (TPB), Combined TAM and TPB, Modelof PC utilization (MPTU), Innovation diffusion theory (IDT), dan Social cognitive (SCT).* UTAUT Terbukti lebih berhasil dibandingkan dari delapan teori yang lain dalam menjelaskan hingga 70% pengguna.

Setelah mengevaluasi kedelapan model, Venkatesh, dkk. menemukan tujuh konstruk yang tampak menjadi determinan langsung yang signifikan terhadap *behavioral intention* atau *use behavior* dalam satu atau lebih di masing-masing model. Konstruk-konstruk tersebut adalah *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, attitude toward using technology*, dan *self-efficacy*. Setelah melalui pengujian lebih lanjut, ditemukan empat konstruk utama yang memainkan peran penting sebagai determinan langsung dari *behavioral intention* dan *use behavior* yaitu, *performance expectancy, effort expectancy, social influence, dan facilitating conditions*. Sedangkan yang lain tidak signifikan sebagai determinan langsung dari *behavioral intention*. Disamping itu terdapat pula empat moderator: *gender, age, voluntariness, dan experience* yang diposisikan untuk memoderasi dampak dari empat konstruk utama pada *behavioral intention dan use behavior.*

1. Minat (*Intention)*

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) minat adalah kecendrungan hati yang kuat terhadap sesuatu, keinginan, ataupun gairah. Dapat dikatakan minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam

mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginan. Minat berinvestasi berkembang sebagai hasil dari pemberian sosialisasi tentang investasi yang telah dilakukan oleh BEI. Salah satu faktor yang mempengaruhi minat berinvestasi yaitu adanya rangsangan yang datang dari lingkungan sosialnya yang sesuai dengan seleranya dalam bisnis investasi sehingga seseorang akan mudah menimbulkan minat (Nandar, Rokan and Ridwan, 2018).

Minat merupakan keinginan atau hasrat seorang individu untuk mempelajari dan memahami yang berkaitan dengan investasi di pasar modal hingga pada tahap mempraktikannya, atau ikut dalam kegiatan transaksi dan investasi (Rizki and Pajar, 2017). Minat adalah kondisi mental yang dapat memberikan respon terarah pada suatu keadaan yang menyenangkan dan memberikan kepuasan. Minat merupakan keinginan individu untuk melakukan perilaku tertentu sebelum perilaku tersebut dilakukan. Adanya minat untuk melakukan suatu tindakan akan menentukan apakah kegiatan tersebut akhirnya akan dilakukan. Kegiatan inilah yang disebut perilaku (Laksono, 2021).

Niat perilaku atau bisa disebut *Behavioral intention* merupakan faktor seberapa tinggi tingkat loyalitas yaitu tingkah laku yang diberikan oleh konsumen terhadap kesetiannya kepada suatu perusahaan. Menurut Namkung dan Jang (2007) *behavioral intention* juga bisa diartikan sebagai respon seorang yang dikeluarkan kepada perusahaan karena kepuasan yang ia dapatkan dari perusahaan tersebut serta bersedia untuk merekomendasikan dan mengajak orang lain untuk menggunakannya. Dalam penelitian Purwianti (2017) ini juga berpendapat bahwa ketika suatu produk memiliki *behavioral intention* yang baik dan menguntungkan maka bisa prediksi bahwa perusahaan tersebut akan dapat bertahan dan memenangkan persaingan diantara sejenisnya. *Behavioral intention* ditentukan

oleh dua factor yakni *attitude toward the behavior* dan *subjective norm concerning that behavior* (Indrawati and Putri, 2016).

2. Fleksibilitas Teknologi *(Performance Expectancy)*

Fleksibilitas Teknologi (Performance Expectancy) merupakan sejauh mana tingkat keyakinan yang dirasakan oleh pengguna bahwa suatu teknologi tersebut dapat memberikan keuntungan dalam kinerjanyat (Ramdhani *et al.,* 2017). Performance Expectancy juga diartikan seabagai tingkat kemudahan yang di dapatkan dalam penggunaan suatu sistem (Ofori *et al.,* 2018).

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa Fleksibilitas Teknologi (Performance Expectancy) adalah sejauh mana harapan seorang pengguna percaya bahwa dengan menggunakan layanan bank digital akan membantu dia untuk mencapai keuntungan dalam kinerja pekerjaannya. Fleksibilitas teknologi juga dapat diartikan bahwa harapan seseorang untuk mempermudah dan membantu pekerjaannya dengan sistem teknologi baru yang akan diganakan ataupun dimanfaatkan. Adanya Fleksibilitas Teknologi (Performance Expectancy) yang baik maka timbullah minat menggunakan (*UseBehavior*) menggunakan layanan bank digital.

3. Kemudahan Penggunaan *(Effort Expectancy)*

Kemudahan penggunaan menurut Venkatesh (2012)diartikan sebagai suatu kemudahan yang terdapat pada usaha penggunaan sistem dimana hal tersebut dapat mengefisiensikan waktu serta tenaga yang dikeluarkan oleh seseorang dalam beraktivitas (Venkatesh, Walton and Thong, 2012).

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan *(Effort Expectancy)* merupakan harapan individu bahwa adanya kemudahan dalam mengakses ataupun menggunakan system teknologi baru ramah digunakan oleh

beberapa golongan usia, *gender*, agama, dan lain-lain. Adanya kemudahan dalam menggunakan system teknologi baru maka timbullah minat menggunakan (*Use Behavior*) menggunakan layanan bank digital.

4. Media Sosial *(Sosial Influence)*

Media Sosial *(social influence)* didefinisikan sebagai "faktor media sosial yang berpengaruh terhadap individu untuk meningkatkan kepercayaan dan merekomendasi untuk menggunakan system teknologi terbaru". Pengaruh social merupakan tingkatan sejauh mana seorang individu merasa percaya bahwa media sosial disekitarnya menganggap penggunaan sisitem baru merupakan hal yang penting (Ramdhani *et al*., 2017).

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa Media Sosial *(social influence)* merupakan pengaruh kuat dari suatu lingkungan pelaku untuk menggunakan teknologi baru maka timbullah minat menggunakan (*Behavioral intention*) menggunakan aplikasi bank digital

5. Kepercayaan dan keamanan *(Trust)*

Istilah *"trust"* mengacu kepada kemampuan seseorang untuk menaruh kepercayaan kepada orang lain. *Trust* juga diartikan sebagai keyakinan mengenai kemungkinan bahwa tindakan orang lain dimasa depan akan menguntungkan, atau tidak merugikan bagi seseorang (Aziz, Samsudin and Khan, 2021). Dalam sebuah jurnal disampaikan bahwa *Trust* adalah pandangan atau penilaian subjektif pengguna terhadap sejauh mana mereka percaya terhadap keamanan, keandalan, dan risiko yang terkait (Sharma and Klein, 2020)

Trust memegang peran yang penting dalam psikologi sosial dan manajemen organisasi dengan mencerminkan evaluasi subjektif individu terhadap tingkat keyakinan mereka terhadap pihak lain dalam suatu interaksi. Berbagai dimensi

menjadi fokus dalam pemahaman yang dirasakan dimana akan melibatkan penilaian individu terhadap karakterisrik khusus kepada pihak yang dipercayai.

Keamanan disisi lain, merujuk pada perlindungan dari ancamaan terhadap sistem informasi yang dapat mencakup kerahasiaan, integritas, dan ketersediaan data. Hal ini menciptakan lingkungan yang aman bagi pengguna untuk memperkuat kepercayaan pengguna bahwa data ataupun transaksi mereka dilindungi dari penyalahgunaaan.

6. Penggunaan *(Use)*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia penggunaan sebuah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap kebiasaan) tidak saja badan atau ucapan. Hal ini berarti bahwa perilaku itu pada dasarnya meliputi segala bentuk tindakan atau aktivitas baik yang bersifat fisik maupun psikis yang ditujukan oleh seseorang.

penggunaan (*Use*) dapat didefinisikan sebagai seberapa sering pengguna menggunakan teknologi informasi (Venkatesh, Walton and Thong, 2012). Suatu teknologi informasi akan digunakan apabila pengguna memiliki minat menggunakan sistem informasi tersebut, dikarenakan keyakinan seseorang menggunakan suatu sistem dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Ada beberapa hal yang melatarbelakangi adanya perbedaan perilaku, diantaranya:

a. Lingkungan tempat individu bekerja
b. Pelatihan atau pendidikan pemakai
c. Pengetahuan pemakai

Teori perilaku pemakai dalam menelaah informasi merupakan suatu aktivitas individu dalam mencari informasi yang digunakan untuk memenuhi tujuan tertentu. Perilaku tersebut digambarkan kedalam suatu pola tertentu namun setiap

individu mempunyai perbedaan dalam penerapan pola tersebut. Hal tersebut juga dapat diartikan bahwa setiap individu mempunyai perbedaan perilaku menelaah informasi. yang menyebabkan timbulnya perbedaan tersebut antara lain: lingkungan kerja, pelatihan, pengetahuan dan level pengalaman pemakai (Retno Ayumi, 2015)

Perilaku (*behavior*) adalah segala manifestasi hayati atau manifestasi hidup individu, yaitu semua ciri-ciri yang menyatakan bahwa individu manusia itu hidup, perilaku tersebut bukan hanya mencakup hal-hal yang dapat diamati *(overt)* tetapi juga hal-hal yang tersembunyi (*covert*) (Sukmadinata, 2016). Berdasarkan paparan diatas dapat disumpulkan bahwa perilaku penggunaan adalah suatu tindakan ataupun perbuatan terhadap perangsangan atau respon atas lingkungan sekitarnya untuk menggunakan sesuatu

2.4. Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Fleksibilitas Teknologi Terhadap Minat dan Penggunaan Bank Digital

Fleksibilitas Teknologi atau *Performance Expectancy* adalah sejauh mana individu mengharapkan bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja kerjanya atau memberikan manfaat positif. Venkatesh, dkk (2003) mendefinisikan bahwa *performance expectancy* sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan membantunya mencapai peningkatan kinerja pekerjaan. Kaitannya dengan aplikasi bank digital dimana *performance expectanxy* diyakini bahwa nantinya aplikasi tersebut akan memberikan kemudahan akses, efisiensi transaksi, dan fitur inovatif. Jika nasabah percaya bahwa dengan menggunakan aplikasi akan memberikan akses yang cepat dan mudah ke informasi keuangan maka akan meningkatkan tingkat *performance expectancy*

akan tinggi. Nantinya akan berpengaruh terhadap minat menggunakan *(intention)* dan penggunaan (*use)* bank digital.

Penelitian sebelumnya mendukung dampak positif dari *performance expectancy* terhadap minat menggunakan *(behavioral intention)* yang dilakukan oleh Thusi (2020) terkait penerimaan dan penggunaan aplikasi seluler ritel oleh generasi milenial di Afrika selatan yang megungkapkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* (Thusi and Maduku, 2020).

Penelitian lain yang mendukung dampak positif antara *performance expectancy* terhadap minat menggunakan *(behavioral intention)* yag dilakukan oleh Tannady, Dewi, dan Gilbert (2024) terkait niat menggunakan untuk menggunakan aplikasi GoFood, mengungkapkan bahwa *performance expectaxy* berpengaruh terhadap minat menggunakan *(behavioral intention)* (Tannady, Dewi and Gilbert, 2024).

Penelitian lain yang yang mendukung antara *performance expectancy* terhaap minat menggunakan *(behavioral intention)* yang dilakukan oleh Tahfidz, Utaminingtyas, dan Sumiati (2024) mengungkapkan bahwa *performance Expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan aplikasi yang akurat dengan model penerimaan dan penggunaan terknologi terpadu pada mahasiswa (Tahfidz, Utaminingtyas and Sumiati, 2024).

Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Paramita dan Cahyadi (2024) terkait analisis preferensi konsumen dan faktor yang mempengatuhi niat dan perilaku penggunaan saat menggunakan QRIS diwilayah Jabodetabek. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* dalam niat perilaku dalam menggunakan QRIS (Paramita and Cahyadi, 2024).

Selain itu, fleksibilitas teknologi *(performance expectancy)* pada penggunaan *(use)*

menyoroti bahwa *performance expectanxy* yang lebih tinggi seringkali berhubungan dengan adopsi teknologi yang lebih cepat dan penggunaan yang lebih intensif. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bhattacherjee (2001) yang mengungkapkan bahwa tidak hanya pada tahap penerimaan awal, *performance expectancy* berkelanjutan bahkan dapat berpengaruh pada keputusan individu untuk terus menggunakan teknologi tersebut (Bhattacherjee, 2001).

Dari pejelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa *performance expectancy* sebagai bentuk interpretasi dari harapan seseorang untuk menjadikan aplikasi bank digital menjadi lebih mudah dan efisien melalui pemanfaatan sistem teknologi baru yang digunakan atau dimanfaatkan. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesisnya adalah

H1a: Fleksibilitas Teknologi berpengaruh positif terhadap Minat menggunakan Bank Digital.

H1b: Fleksibilitas Teknologi berpengaruh positif terhadap penggunaan Bank Digital.

2.4.2 Pengaruh Kemudahaan penggunaan Terhadap Minat dan Penggunaan Bank Digital

Kemudahaan penggunaan (*Effort expectancy)* adalah sebuah konsep untuk mengukur sejauh mana individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi akan mudah atau sulit. Dalam konteks aplikasi digital, jika pengguna percaya bahwa menggunakan aplikasi tersebut tidak memerlukan usaha yang berlebihan. Keterkaitan antara *effort expectancy* dan *Behavioral Intention* serta penggunaan *(Use)* dalam menggunakan aplikasi bank digital mencerminkan sejauh mana persepsi individu mengenai kemudahan penggunaan aplikasi tersebut mempengaruhi niat mereka untuk menggunakan layanan tersebut.

Temuan Alalwan, Dwivedi dan Rana (2017) terkait faktor-faktor yang

mempengaruhi niat berperilaku dan adopsi mobile banking oleh nasabah bank yordania. Hasilnya mengungkapkan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* dalam kasus adopsi layanan mobile banking bagi nasabah di Bank Yordania (Alalwan, Dwivedi and Rana, 2017).

Penelitian lain yang dilakukan oleh Mahande dan Malago (2019) juga mendukung terkait *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* yang memiliki pengaruh positif pada penerimaan *e-learning* melalui model UTAUT pada program pasca sarjana (Mahande and Malago, 2019).

Penelitian lain yang mendukung *Effort Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dilakukan oleh Sulaeman dan Ninglasari (2020) terkait faktor yang mempengaruhi niat perilaku penggunaan model platform *crowdfunding* berbasis zakat untuk melawan dampak buruk COVID-19 terhadap UMKM (Sulaeman and Ninglasari, 2020).

Temuan penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh (2003) mengungkapkan bahwa *effort expectancy* memberikan pengaruh positif terhdap *use behavior*, terutama pada tahap awal penggunaan teknologi. Ketika pengguna merasakan kemudahan dalam menggunakan teknologi maka mereka cenderung akan terus menggunakannya (Venkatesh *et al.*, 2003).

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa *effort expectancy* merupakan kemudahaan yang dirasakan oleh nasabah saat menggunakan aplikasi bank digital. Dari paparan tersebut dapat disimpulkan bahwa *Effort Expectancy* merupakan kemudahan yang dirasakan oleh nasabah saat menggunakan aplikasi bank digital. Maka dapat disimpulkan hipotesisnya adalah

H2a: Kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan bank digital.

H2b: Kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan bank digital.

2.4.3. Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat dan Penggunaan Bank Digital

Social Influence dapat diartikan sebagai persepsi individu bahwa orang-orang yang memiliki peran penting dalam hidupnya dan merekomendasikan untuk menggunakan system teknologi terbaru. Keterkaitan *Social influence*, khususnya media sosial dengan *behavioral intention* ketika menggunakan bank digital adalah untuk mencerminkan sejauh mana informasi, ulasan, bahkan opini yang disampaikan melalui media massa mempengarugi niat individu untuk mengadopsi dan menggunakan layanan tersebut.

Temuan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kossim dan Legowo (2021) tentang faktor yang mempengaruhi niat konsumen menggunakan pembayaran QR mengungkapkan bahwa *sosial influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* (Putera KOSIM and Legowo, 2021).

Penelitian lain yang mendukung hipotesis ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Putranto (2020) yang menggungkapkan bahwa *sosial influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* dalam faktor penerimaan teknologi seluler dalam penggunaan perbankan berdasarkan model UTAUT 2 (Putranto, 2020).

Penelitian yang mendukung terkait *Sosial Influence* terhadap *Behavioral Intention* berpengaruh positif seperti penelitian yang dilakukan oleh Putra, Huda, dan Fetrina (2019) dalam mengevaluasi model *e money* pada Bank Mandiri (Putra, Huda and Fetrina, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Roca, Chiu dan Martinez (2006) terkait pengaruh sosial juga dapat memotivasi individu untuk mengadopsi teknologi karena adanya keinginan untuk mempertahankan citra sosial. Dalam penelitian ini juga mengungkapkan bahwa apabila penggunaan teknologi telah menjadi norma dalam lingkungan sosial, dan

individu akan merasa terdorong untuk mengikuti dan menggunakan teknologi tersebut (Roca, Chiu and Martínez, 2006)

Dari paparan tersebut dapat disimpulkan bahwa hubungan positif antara *sosial influence* yang melalui media sosial baik dengan minat menggunakan dan penggunaan menekankan pada bagaimana pentingnya peran media massa sebagai agen informasi yang berpotensi untuk membentuk sikap terkait niat menggunakan dan penggunaan bank digital. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesisnya adalah

H3a: Media Sosial berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan bank digital.

H3b: Media Sosial berpengaruh positif terhadap penggunaan bank digital.

2.4.4. Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Minat dan Penggunaan Bank Digital

Kepercayaan dapat diartikan sebagai bentuk keyakinan seorang terhadap integritas, kemampuan, dan niat baik pihak lain dalam suatu interaksi atau transaksi. Kepercayaan menjadi faktor utama yang memengaruhi minat menggunakan maupun penggunaan. Jika seseorang merasa percaya terhadap suatu teknologi atau layanan, maka mereka cenderung akan memiliki minat yang lebih tinggi untuk menggunakannya.

Kepercayaan dan keamanan merupakan dua faktor fundamental yang memiliki pengaruh kuat terhadap penggunaan teknologi, khususnya dalam konteks digital. Kepercayaan pengguna berkaitan erat dengan keyakinan mereka bahwa sistem yang mereka gunakan dapat diandalkan, memiliki integritas, dan memadai dari sefi kinerja yang diharapkan. Selain itu, keamanan teknologi juga berperan penting karena berkaitan dengan kemampuan sistem untuk melindungi data pribadi pengguna dan menjamin transaksi yang aman.

Temuan dalam penelitian Parayil Iqbal (2023) terkait gambaran pendorong minat untuk mengadopsi *mobile banking* dikalangan nasabah perbankan Syariah. Hasil penelitian ini adalah *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam mengadopsi m-banking pada nasabah perbankan Syariah (Parayil Iqbal, Jose and Tahir, 2023).

Penelitian ini yang mendukung bahwa *Trust* memiliki hubungan yang positif terhadap *behavioral intention* dilakukan oleh Merhi, Hone, dan Tarhini (2019) terkait dengan niat menggunakan mobile banking dikalangan konsumen Lebanon dan Inggris yang meperluas UTAUT 2 dengan keamanan, privasi dan kepercayaan (Merhi, Hone and Tarhini, 2019).

Dari paparan tersebut dapat disimpulkan bahwa apabila Kepercayaan dan keamanan yang tinggi terhadap suatu teknologi atau layanan akan memberikan dampak positif terhadap minat menggunakan maupun penggunaan bank digital. Maka hipotesis dalam penelitian ini adalah

H4a: Kepercayaan dan Keamanan berpengaruh positif terhadap Minat menggunakan Bank Digital

H4b: Kepercayaan dan Keamanan berpengaruh positif terhadap penggunaan Bank Digital

2.4.5. Pengaruh Minat (*Intention)* terhadap penggunaan *(Use)*

Minat menggunakan *(Intention)* menggambarkan sejauh mana seorang individu ingin mengadopsi suatu layanan atau inovasi. Minat menggunakan memiliki hubungan positif signifikan terhadap penggunaan *(Use)*. Sebab, apabila seseorang memiliki minat yang tinggi untuk menggunakan suatu teknologi, maka cenderng untuk melibatkan diri

dalam perilaku nya dalam mendukung penggunaan teknologi tersebut akan meningkat juga.

Temuan dari penelitian yang dilakukan oleh Hassan dan Farmanesh (2022) tentang faktor-faktor utama yang mempengaruhi niat pelanggan Yordania dan penggunaaan saluran perbankan SST (*Internet Banking*, *Mobile Banking*, dan *Telebanking)*. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa niat menggunakan *(behavioral intention)* berpengaruh signifikan terhadap perilaku menggunakan *(use behavior)* (Hassan and Farmanesh, 2022).

Penelitian lain yang mendukung hipotesis ini terkait dengan *behavioral intention* berpengaruh positif terhadap *use* dilakukan oleh Purwanto dan Loisa (2020) yang mengungkapkan hal serupa terhadap niat dan perilaku penggunaan sistem mobile banking di Indonesia yang diadaptasi dari model UTAUT(Purwanto and Loisa, 2020).

Penelitian terkait hubungan antara minat penggunaan *(behavioral intention)* dengan penggunaan *(use)* yang dilakukan oleh Almaiah, Alamri, dan Al Rahmi (2019) mengungkapkan bahwa minat menggunakan berpengaruh signifikan terhadap penggunaaan pada sikap atau penerimaan terkait dengan pembelajaran seluler di pendidikan tinggi (Almaiah, Alamri and Al-Rahmi, 2019)

Berdasarkan paparan tersebut dapat disimpulkan bahwa minat menggunakan *(behavioral intention)* memiliki pengaruh yang positif terhadap penggunaan *(Use).* Hal ini sejalan dengan hipotesis dalam penelitian ini yang mengungkapkan bahwa

H5: Minat bank digital *(intention)* berpengaruh positif terhadap penggunaan *(Use)* Bank Digital

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel

Populasi yang -digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah di Indonesia yang telah menggunakan layanan bank digital. Adapun total penggunaan layanan bank digital di Indonesia saat ini berjumlah 47 juta orang dewasa pengguna per 2021 (Ramalan, 2021).

Teknik sampel pada penelitian ini yaitu *purposive sampling* jadi tidak semua elemen yang ada di populasi mendapatkan kesempatan yang sama untuk menjadi responden. Karena penelitian ini menggunakan metode analisis PLS-SEM maka asumsi untuk pengambilan sampel PLS-SEM dapat menggunakan ukuran sampel yang kecil, tidak seperti SEM yang berbasis konvarian dimana hal tersebut membuat peneliti harus menggunakan jumlah sampel yang besar. Namun populasi dalam penelitian ini yaitu para nasabah yang menggunakan layanan bank digital tidak diketahui secara pasti maka membuat peneliti menggunakan rumusan dari Lemeshow untuk menentukan jumlah sampel. Rumus Lemeshow yang biasa digunakan apabila jumlah sampel tidak diketahui secara pasti adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2_{1-\frac{\propto}{2}} P\,(1-P)}{d^2}$$

(Lemeshow S, Hosmer DW Jr, Klar J, 1990)

n : Jumlah sampel

z : Derajat kepercayaan

P : Proporsi populasi yang menggunakan

d : Limit dari error atau presisi absolut

Karena proporsi pada penelitian ini tidak diketahui maka menggunakan rumus

Lameshow untukmencari n sebagai berikut

$$n = \frac{1{,}960\ (0{,}25)}{0{,}10^2}$$

$$n = 96{,}04$$

Hasil yang diperoleh dari perhitungan Lemeshow yaitu jumlah sampel yang diperlukan minimal sebanyak 96 sampel.

3.2. Definisi Operasional Variabel

a. Minat Menggunakan Bank Digital

Minat Menggunakan didefinisikan sebagai ketertarikan seseorang untuk menggunakan sistem baru secara terus menerus. Seorang akan berminat menggunakan suatu teknologi informasi yang baru apabila pengguna tersebut yakin teknologi baru tersebut dapat meningkatkan kinerjanya, menggunakan teknologi baru tersebut mudah digunakan, dan adanya pengaruh lingkungan pelaku untuk menggunakan teknologi tersebut.

b. Penggunaan Bank Digital

Penggunaan didefinisikan sebagai intensitas dan atau frekuensi pemakai dalam menggunakan teknologi informasi. Perilaku sangat tergantung pada evaluasi pengguna dari sistem tersebut. Suatu teknologi baru akan digunakan jika pemakai teknologi tersebut berminat untuk menggunakan teknologi tersebut karena pelaku yakin teknologi tersebut dapat meningkat kinerjanya,menggunakan teknologi informasi dapat dilakukan dengan mudah, dan adanya pengaruh lingkungan dari pemakai teknologi tersebut.

c. Fleksibilitas Teknologi Bank Digital

Fleksibilitas Teknologi adalah sejauh mana harapan seorang nasabah percaya bahwa dengan menggunakan Bank Digital akan membantu dia untuk mencapai keuntungan dalam kinerja pekerjaannya. Fleksibilitas teknologi juga dapat diartikan

bahwa harapan seseorang untuk mempermudah dan membantu pekerjaannya dengan sistem teknologi baru yang akan diganakan ataupun dimanfaatkan.

d. Kemudahan Penggunaan Teknologi

Kemudahan penggunaan merupakan harapan individu bahwa adanya kemudahan dalam mengakses ataupun menggunakan system teknologi baru ramah digunakan oleh beberapa golongan usia, *gender*, agama, dan lain-lain. Kemudahaan penggunaan teknologi juga bisa mencakup seberapa paham nasabah dalam menggunakan fitur yang terdapat didalam aplikasi Bank Digital.

e. Media Sosial

Media Sosial mencakup seberapa kuat pengaruh dari media sosial untuk menggunakan teknologi baru maka timbullah minat untuk menggunakan Bank Digital.

f. Kepercayaan dan keamaaan

Kepercayaan dan keamanan merupakan konsep kritis dalam psikologi sosial dan manajemen organisasi yang mencerminkan penilaian individu terhadap sejauh mana mereka merasa percaya terhadap pihak lain dalam suatu hubungan atau interaksi. Beberapa dimensi utama terlibat dalam memahami kepercayaan yang dirasakan, melibatkan evaluasi individu terhadap karakteristik tertentu dari pihak yang dipercayai dan juga tingkat keamanannya.

3.3. Instrumen Penelitian

Teknik skala pengukuran data dalam penelitian ini ialah menggunakan skala Likert. Skala ini dimaksudkan untuk mengukur para nasabah dalam menggunakan Bank Digital. Skala ini sebagai alternatif bagi responden untuk menjawab soal yang telah disediakan oleh peneliti, sehingga responden cukup mejawab dengan cara checklist jawaban yang sesuai. Alternatif yang digunakan sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Skala Likert

No	Skor	Penjelasan
1	1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	2	Tidak Setuju (TS)
3	3	Netral (N)
4	4	Setuju (S)
5	5	Sangat Setuju (SS)

Adapun penjabaran indikator dari setiap variabel yang nantinya dijadikan sebagai penyusunan item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan, peneliti menjabarkan dalam sebuah tabel 3.2 berikut:

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	**Indikator**	**Sumber**
Fleksibilitas Teknologi (FT)	a. Menggunakan bank digital memberikan manfaat dalam bertransaksi b. Bank digital membantu meningkatkan efisiensi ketika bertransaksi c. Menggunakan Bank Digital meningkatkan produktivitas saya mengatur keuangan d. Bank Digital membantu menyelesaikan masalah saya lebih baik dan cepat dalam keuangan	(Venkatesh, 2012)
Kemudahaan Penggunaan (KP)	a. Menurut saya layanan dan fitur Bank Digital mudah untuk digunakan b. Bank Digital mudah untuk dipelajari dan dimengerti dengan cepat c. Dalam menggunakan Bank Digital terasa lebih efisien dalam segi tenaga dan waktu yang dikeluarkan	(Venkatesh, 2012)
Media Sosial (MS)	a. Pemilihan Bank Digital berdasarkan dari iklan dan promosi di media sosial b. Iklan dan promosi yang dilakukan bank digital membuat saya untuk	(Venkatesh, 2012)

	menggunakan Bank Digital c. Saya menggunakan Bank Digital disebabkan oleh iklan di sosial Media	
Kepercayaan dan Keamanan (KK)	a. Menurut saya, Bank digital merupakan layanan yang dapat dipercaya b. Menurut saya, Bank digital merupakan layanan yang aman dan dapat diandalkan c. Saya akan percaya pada layanan yang diberikan oleh bank digital	(Chang dan Chen, 2008)
Minat Menggunakan (MM)	a. Dibandingkan dengan Bank konvensional, saya menganggap menggunakan Bank Digital merupakan pilihan yang tepat b. Saya berniat untuk selalu menggunakan Bank Digital dimasa akan datang c. Saya berencana menggunakan Bank Digital disetiap transkasi keuangan	(Venkatesh, 2012)
Penggunaan (P)	a. Saya lebih suka menggunakan sistem di bank digital b. Saya cukup tinggi/sering bertransaksi menggunakan *Bank digital* dengan frekuensi penggunaan yang cukup tinggi/sering c. Saya selalu menggunakan *bank digital* untuk bertransaksi	(Almaiah, Alamri and Al-Rahmi, 2019) (Venkatesh, Walton and Thong, 2012)

3.4. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel pada penelitian ini adalah tehnik *Purposive Sampling*, dimana pengertian teknik *purposive sampling* menurut Sugiyono (2018) merupakan tehnik pengambilan sampel yang dipertimbangkan secara

tertentu. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling karena sampel pada penelitian menggunakan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan agar bisa menjawab permasalahan yang terdapat dalam penelitian. Berikut ini adalah kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel penelitian:

1. Responden yang berumur 18 - 30 tahun dan paham akan teknologi yang berasal
2. Responden berasal dari semua kalangan baik mahasiswa maupun yang sudah bekerja
3. Responden merupakan seorang nasabah dan memiliki rekening Bank digital.
4. Responden merupakan pengguna yang pernah melakukan transaksi Bank Digital.

3.5. Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dalam penelitian ini diolah menggunakan PLS (*Partial Least Square*) dengan software smart PLS 3.3.3. Dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah analisis partial linear square, menurut Hartono (2015) PLS yang merupakan statistika multivariat dengan melakukan pembandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda. Partial linear square PLS adalah salah satu metoda statistika pemodelan persamaan struktural SEM (*Structural Equation Modeling)* berbasis varian yang dirancang untuk menyelesaikan regresi berganda kompilasi yang bermasalah terkait data spesifik, seperti ukuran sampel penelitian kecil, terdapat data yang hilang (nilai yang hilang) dan multikolinearitas. Model persamaan dari UTAUT yang menggunakan PLS adalah sebagai berikut

1. Minat menggunakan *(behavioral intention)* sebagai variabel intervening

   $MM = \beta 0 + \beta 1.FT + \beta 2.KP + \beta 3.MS + \beta 4.KK + \varepsilon$ …..(1)

   Dimana

   MM = minat menggunakan

$\beta 0, \beta 1, \beta 2, \beta 3, \beta 4 =$ koefisien regresi

FT = Fleksibilitas Teknologi

KP = Kemudahaan penggunaan

MS = Media Sosial

KK = Kepercayaan dan keamanan

2. Penggunaan *(Use)*

$P = \beta 0 + \beta 1.FT + \beta 2.KP + \beta 3.MS + \beta 4.KK + \varepsilon \ldots$ (2)

$P = Y0 + Y1.MM + \varepsilon \ldots\ldots$ (3)

Dimana

P = Penggunaan

$\beta 0, \beta 1, \beta 2, \beta 3, \beta 4 =$ koefisien regresi

MM = Minat Menggunakan

FT = Fleksibilitas Teknologi

KP = Kemudahaan penggunaan

MS = Media Sosial

KK = Kepercayaan dan keamanan

Adapun langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut.

a. *Outer Model* / Pengujian Model Pengukuran

Pengujian model pengukuran *outer model* dilakukan untuk menguji validitas dan reabilitas, pada prinsipnya uji outer model digunakan menguji indikator terhadap variabel laten atau untuk mengukur seberapa jauh indikator dapat menjelaskan variabel latennya. Indikator yang digunakan pada pengujian outer model ini yaitu *uji validitas convergen, validitas deskriminan,* dan r*eabilitas*. Berikut ini rumus persamaan yang digunakan pada outer model:

$$x = \prod_x \xi + \varepsilon_x$$

$$y = \prod_y \eta + \varepsilon_y$$

Keterangan ;

x dan y: matriks variable manifes independent dan dependen

ξ dan η: matriks konstruk laten independent dan dependen

∏: matrik koefisien

ε: matriks outer model residu

1) Uji Validitas Konvergen

Uji validitas Konvergen berarti bahwa seperangkat indikator mewakili satu variabel laten dan yang mendasari variabel laten tersebut. Nilai AVE sekurang-kurangnya nya sebesar 0,5. Nilai ini memggambarkan validitas konvergen yang memadai, berarti bahwa satu variabel laten mampu menjelaskan lebih dari setengah varian dari indikator-indikatornya dalam rata-rata. Berikut ini merupakan rumus persamaan AVE:

$$AVE = \frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum var(\varepsilon_i)}$$

Dimana: λ_i adalah *loading factor* (*convergent validity*) dan *var* (ε_i) = 1 - λ_i^2

2) Validitas Diskriminan

Validitas deskriminan apabila diartikan secara statistik, nilai AVE pada setiiap variabel laten harus lebih besar disbanding nilai r2 yang tertinggi dengan nilai variabel lainnya. Indrawati Indrawati (2018) pada jurnalnya membahas bahwa indikator dikatakan valid apabila indikator suatu konstruk memiliki nilai korelasiterhadap konstruknya lebih besar dari nilai korelasi dengan konstrul lain.

3) Uji Realibitas

Pada uji reabilitas ini menggunakan *Cronbach's Alpha* (CA). Pada nilai ini mencerminkan realibilitas semua indikator semua indikator dalam model, dengan besaran nilai minimalnya atau tolak ukuur yaitu 0,7 dan nilai idealnya adalah 0,8 atau 0,9 yang mana termasuk kedalam penelitian yang lebih muktahir. Selain itu nilai *Composite Realibility* (CR) juga digunakan, yang diinterpretasikan sama dengan nilai *Cronbach's Alpha.*

$$CR = \frac{(\sum_{i-1}^{n} \lambda_i)}{(\sum_{i-1}^{n} \lambda_i)^2 + \sum_{i-1}^{n} \lambda_i var\ (\epsilon i)}$$

Dimana: λ_i adalah *loading factor* (*convergent validity*) dan *var* (ε_i) = 1 - λ_i^2

b. *Inner Model* / Pengujian Model Struktrual

Pengujian model inner model merupakan pengukuran model structural yang menguji pengaruh antara satu variabel laten dengan variabel variabel laten lainnya, atau menguji hubungan variabel yang telah di hipotesisikan sebelumnya *path coefficient*. Pengujian ini dilakukan dengan cara*boostraping* melalui SmartPLS. Inner model ini memiliki persamaan diantaranya:

$$\eta 1 = \beta\eta = \gamma\xi = \zeta$$

Nilai η menggambarkan vector variabel laten independent, ξ adalahvector variabel laten oksogen, ζ adalah vector variabek residual. Model ini dapat dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen,*Stone-Geisser Q-square* test untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikasi dari koefisien parameter jalur struktrural. Berikut ini persaamaandan beberapa uji yang terdapat dalam Inner model ini :

1) Uji R-Square (R^2)

Tahap ini dilakukan dengan mengevaluasi nilai R^2 (*Coefficient of Determination*). Adapun standar pengukuran berkisar antar 0,67 dinyatakan kuat, sekitar 0,33 moderat dan dibawah 0,19 menunjukan tingkat varian yang lemah. Untuk mendapatkan nilai R^2 dapat menggunakan rumus berikut:

$$R^2 = 1 + \frac{\sum(ni - n'i)2}{\sum(ni - n'i)2}$$

Dimana *n* merupakan vektor variabel laten (konstruk) indpenden. Hasil dari *PLS R-squares* mendeskriptifkan jumlah *variance* dari konstruk yang telah dijelaskan oleh model. Dalam hal inisemakin tinggi nilai pada R^2 berarti semakin bagusP dan baik model prediksi dan model penelitian yang telah diajukan.

2) Uji Q^2 Predictive Relevace

Setelah melihat besarnya R-square, evaluasi pada model PLS ini juga dapat dilakukan dengan menggunakan Q^2. Untuk dapat memberikan bukti bahwa variabel tertentu yang digunakan dalam suatu model yang saling memliki keterkaitan prediktif (*predictive relevance*) nilai $Q^2 > 0$ menunjukan bahwa model *predictive relevance*, sedangkan nilai $Q^2 < 0$ menunjukan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Q^2 mengukur seberapa baik nilai observasi yang telah dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya.

3) Uji Hipotesis

Dengan memperhatikan nilai T-test dengan menggunakan metode *boostrapping* dengan uji *two-tailed* dengan tingkat signifikansi5% atau 10% untuk melakukan pengujian hipotesis–hipotesis penelitian. Bila nilai T-test

lebih besar dari 1,96 maka hipotesis yang telah dibuat dapat diterima. Dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$T(test) = \frac{\gamma' jb}{se\ (\gamma Fjb)}$$

4) Uji f^2 (*Effect Size)*

Pengujian ini dilakukan guna untuk memprediksi pengaruh variabel terntenu terhadap variabel lainnya dalam strruktur model dengan nilai ambang batas berkisar 0,02 untuk pengaruh yang kecil, 0,15 untuk pengaruh menengah dan sekitar 0,35 untuk pengaruh yang besar. Untuk mencari F^2 dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$f^2 = \frac{R2include\ =\ R2exclude}{1\ =\ R2include}$$

Dimana:

R^2 include : Nilai yang diperoleh Ketika eksogen dimasukkan kemodel.

R^2 exclude : Nilai yang diperoleh Ketika konstrak eksogen telah dikeluarkan dari model

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden

Analisis deskriptif para pengguna bank digital di Indonesia, seperti pada tabel 4.1:

Tabel 4. 1 Data Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki – Laki	69	38,55%
2	Perempuan	110	61,45%
Total		**179**	**100%**

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukan bahwa 38,55% responden adalah laki-laki dan 61,45% responden adalah perempuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengguna bank digital di Indonesia adalah berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4. 2 Asal Responden

No	Asal	Jumlah	Persentase
1	Aceh	2	1,12%
2	Bali	3	1,68%
3	Banten	20	11,17%
4	Bengkulu	2	1,12%
5	DI Yogyakarta	9	5,03%
6	DKI Jakarta	63	35,20%
7	Jambi	2	1,12%
8	Jawa Barat	24	13,41%
9	Jawa Tengah	8	4,47%
10	Jawa Timur	2	1,12%
11	Kalimantan Barat	14	7,82%
12	Kalimantan Timur	2	1,12%
13	Kep. Riau	1	0,56%
14	Lampung	5	2,79%
15	NTB	1	0,56%
16	NTT	3	1,68%
17	Riau	4	2,23%
18	Papua Selatan	1	0,56%

19	Sulawesi Selatan	3	1,68%
20	Sumatera Barat	2	1,12%
21	Sumetara Utara	6	3,35%
22	Sumatera Selatan	2	1,12%
	Total	**179**	**100,00%**

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.2 tentang data asal responden menunjukan bahwa responden berasal dari berbagai daerah yang ada di Indonesia diantaranya Provinsi Kepulauan Riau, NTB, dan Papua selatan masing-masing dengan 0,56%, kemudian Provinsi Aceh, Bengkulu, Jambi, Jawa Timur, Kalimantan Timur, Sumatera Barat, serta Sumatera Selatan masing-masing dengan 1,12%. Lalu ada Provinsi Bali, NTT, dan Sulawesi Selatan masing-masing dengan 1,68%. Kemudian Provinsi Riau dengan 2,23%, Provinsi Lampung dengan 2,79%. Provinsi Sumatera Utara dengan 3,35%, Provinsi Jawa Tengah dengan 4,47%, Provinsi DI Yogyakarta dengan 5,03%, Provinsi Kalimantan Barat dengan 7,82%, Provinsi Banten dengan 11,17%, Provinsi Jawa Barat dengan 13,41%, dan Provinsi DKI Jakarta sebanyak 35,20%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengguna bank digital berasal dari Provinsi DKI Jakarta dengan total sebanyak 35,20%.

Tabel 4. 3 Data Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Guru	1	0,56%
2	Karyawan	44	24,58%
3	Wirausaha	30	16,76%
4	Pns	9	5,03%
5	Mahasiswa	95	53,07%
Total		**179**	**100,00%**

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 4.3 terkait dengan pekerjaan responden, menyebutkan bahwa sebanyak 0,56% responden berprofesi sebagai guru, lalu ada 24,58% sebagai karyawan, kemudian 16,76% seorang wirausaha, dan 5.03% bekerja sebagai PNS, serta sebanyak 53,07%

masih seorang mahasiswa. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa reponden terbanyak berasal dari kalangan mahasiswa.

Tabel 4. 4 Data Penghasilan Responden

No	Penghasilan	Jumlah	Persentase
1	<2.000.000	90	50,28%
2	2.000.000 - 5.000.000	55	30,73%
3	>5.000.000	34	18,99%
Total		**179**	**100,00%**

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.4 terkait dengan data penghasilan responden menyebutkan bahwa ada 50,28% responden berpenghasilan kurang dari Rp2.000.000, kemudian ada 30,73% persen yang berpenghasilan di sekitar Rp2.000.000 – Rp5.000.000, serta ada sebanyak 18,99% responden berpenghasilan lebih dari >Rp5.000.000. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak memiliki penghasilan kurang dari Rp2.000.000.

Tabel 4. 5 Data Bank digital yang digunakan

No	Bank Digital Yang Digunakan	Jumlah	Persentase
1	Allo Bank	20	11,17%
2	Bank Jago	27	15,08%
3	BluBCA	69	38,55%
4	Jenius	28	15,64%
5	Neo Bank	14	7,82%
6	Sea Bank	21	11,73%
Total		**179**	**100,00%**

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 4.5 terkait dengan bank digital yang digunakan disebutkan bahwa pengguna Allo Bank sebanyak 11,17%, Bank Jago sebanyak 15,08%, BluBCA sebanyak 38,55%, Jenius sebanyak 15,64%, NeoBank sebanyak 7,82%, serta Seabank sebanyak 11,73%. Maka dari itu penggunaan bank digital yang paling banyak digunakan responden adalah BluBCA sebanyak 38,55% atau sebanyak 69 responden menggunakan BluBCA.

Tabel 4. 6 Data Lama Menggunakan Bank Digital

No	Lama Menggunakan Bank Digital	Jumlah	Persentase
1	< 3 Bulan	18	10,06%
2	3 Bulan - 6 Bulan	20	11,17%
3	6 Bulan - 9 Bulan	31	17,32%
4	9 Bulan - 12 Bulan	32	17,88%
5	> 12 Bulan	78	43,58%
Total		**179**	**100,00%**

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.6 tentang Lama menggunakan Bank digital menyebutkan bahwa ada 10,06% merupakan responden yang sudah menggunakan kurang dari 3 bulan, kemudian ada 11,17% merupakan responden yang sudah menggunakan sekitar 3 - 6 bulan, kemudian ada 17,32% responden yang menggunakan selama 6 - 9 bulan. Kemudian ada 17,88% merupakan responden yang sudah menggunakan sekitar 9 – 12 bulan. Serta ada 43,58% merupakan responden yang sudah menggunakan lebih dari 12 bulan. Maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak adalah responden yang sudah menggunakan bank digital lebih dari 12 bulan yaitu sebesar 43,58%.

Tabel 4. 7 Data Banyaknya Transaksi perbulan

No	Berapa Kali Transaksi Dalam 1 Bulan	Jumlah	Persentase
1	< 5 kali	41	22,91%
2	5 - 10 kali	78	43,58%
3	> 10 kali	60	33,52%
Total		**179**	**100,00%**

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.7 tentang data banyakanya transaksi perbulan menyebutkan bahwa ada 22,91% responden bertransaksi pada bank digital kurang dari 5 kali dalam sebulan, kemudian ada 43,58% responden bertransaksi pada bank digital sebanyak 5 – 10 kali dalam sebulan. Serta ada 33,52% responden bertransaksi pada bank digital sebanyak lebih dari 10 kali

dalam sebulan. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa banyak responden menggunakan bank digital untuk bertransaksi dalam sebulan sebanyak 5 – 10 kali yaitu sebanyak 43,58%.

4.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Sesuai dengan data yang telah terkumpul, maka jawaban dari responden yang sudah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui Fleksibilitas teknologi, kemudahan penggunaan, media sosial, kepercayaan dan keamanan, minat menggunakan, dan penggunaan bank digital.

$$Interval = \frac{Nilai\ Maksimum - Nilai\ Minimum}{Jumlah\ Kelas}$$

$$Interval = \frac{5-1}{5} = 0{,}80$$

Tabel 4. 8 Kategori Kelas Interval

Interval	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Rendah
1,81 - 2,61	Rendah
2,62 - 3,42	Sedang
3,43 – 4,23	Tinggi
4,24 – 5,00	Sangat Tinggi

Sumber: Data Primer diolah, 2024

4.2.1. Fleksibilitas Teknologi (FT)

Berikut ini ditunjukan penilaian responden dalam variabel Fleksibilitas teknologi yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 9 Hasil Analisis Variabel Fleksibilitas Teknologi

No	Pernyataan	Mean	Kategori
1	Menggunakan bank digital memberikan manfaat dalam bertransaksi dari pada bank konvensional	4,20	Tinggi
2	Bank digital membantu meningkatkan efisiensi ketika bertransaksi dari pada bank konvensional	4.06	Tinggi

3	Menggunakan Bank Digital meningkatkan produktivitas saya mengatur keuangan dari pada bank konvensional	4,04	Tinggi
4	Bank Digital membantu menyelesaikan masalah saya lebih baik dan cepat dalam keuangan dari pada bank konvensional	4.03	Tinggi
Fleksibilitas Teknologi		**4,08**	**Tinggi**

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Secara keseluruhan variabel Fleksibilitas teknologi sudah baik dengan rata-rata sebesar 4,08 dengan kriteria tinggi. rata-rata tertinggi diperoleh oleh item menggunakan bank digtal memberikan manfaat dalam bertransaksi daripada bank konvensional dengan 4,20 dengan kriteria tinggi. sedangkan rata-rata terendah diperoleh oleh item "bank digital membantu menyelesaikan masalah saya lebih baik dan cepat dalam keuangan daripaa bank konvensional dengan 4,03 dengan kriteria tinggi. Maka dari itu untuk Variabel Fleksibilitas Teknologi memiliki kriteria yang tinggi.

4.2.2. Kemudahan penggunaan (KP)

Tabel 4. 10 Hasil Analisis Variabel Kemudahan Penggunaan

No	Pernyataan	Mean	Kategori
1	Menurut saya layanan dan fitur Bank Digital mudah untuk digunakan dari pada bank konvensional	4,05	Tinggi
2	Bank Digital mudah untuk dipelajari dan dimengerti dengan cepat dari pada bank konvensional	4,04	Tinggi
3	Dalam menggunakan Bank Digital terasa lebih efisien dalam segi tenaga dan waktu yang dikeluarkan dari pada bank konvensional	4,12	Tinggi
Kemudahaan Penggunaan		**4,07**	**Tinggi**

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Secara keseluruhan variabel kemudahan penggunaan sudah baik dengan rata-rata sebesar 4,07 dengan kriteria tinggi. rata-rata tertinggi diperoleh oleh item "dalam menggunakan Bank Digital terasa lebih efisien dalam segi tenaga dan waktu yang dikeluarkan dari pada bank konvensional" dengan 4,12 dengan kriteria tinggi. sedangkan rata-rata terendah diperoleh oleh

item “Bank Digital mudah untuk dipelajari dan dimengerti dengan cepat dari pada bank konvensional” dengan 4,04 dengan kriteria tinggi. Maka dari itu untuk Variabel kemudahan penggunaan memiliki kriteria yang tinggi.

4.2.3. Media Sosial (MS)

Tabel 4. 11 Hasil Analisis Variabel Media Sosial

No	Pernyataan	Mean	Kategori
1	Saya menggunakan Bank Digital dari pada bank konvensonal berdasarkn dari iklan dan promosi di media sosial	4,07	Tinggi
2	Iklan dan promosi yang dilakukan bank digital membuat saya tertarik untuk menggunakan Bank Digital dari pada bank konvensional	4,05	Tinggi
3	Saya menggunakan bank digital dibanding bank konvensional didasarkan oleh review yang ada dimedia sosial	3,83	Tinggi
Media Sosial		**3,98**	**Tinggi**

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Secara keseluruhan variabel media sosial sudah baik dengan rata-rata sebesar 3,93 dengan kriteria tinggi. rata-rata tertinggi diperoleh oleh item “Saya menggunakan Bank Digital dari pada bank konvensonal berdasarkn dari iklan dan promosi di media sosial” dengan 4,07 dengan kriteria tinggi. sedangkan rata-rata terendah diperoleh oleh item “Saya menggunakan bank digital dibanding bank konvensional didasarkan oleh review yang ada dimedia sosial” dengan 3,93 dengan kriteria tinggi. Maka dari itu untuk Variabel media sosial memiliki kriteria yang tinggi.

4.2.4. Kepercayaan dan Keamanan (KK)

Tabel 4. 12 Hasil Analisis Variabel Kepercayaan dan Keamanan

No	Pernyataan	Mean	Kategori
1	Menurut saya bank digital merupakan layanan yang dapat dipercaya dari pada bank konvensional	3,69	Tinggi

2	Menurut saya bank digital merupakan layanan yang aman dan dapat diandalkan dari pada bank konvensional	3,92	Tinggi
3	Saya percaya pada layanan yang diberikan oleh bank digital dari pada bank konvensional	3,62	Tinggi
Kepercayaan dan Keamanan		**3,74**	**Tinggi**

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Secara keseluruhan variabel Kepercayaan dan keamanan sudah baik dengan rata-rata sebesar 3,74 dengan kriteria tinggi. rata-rata tertinggi diperoleh oleh item "Menurut saya bank digital merupakan layanan yang aman dan dapat diandalkan dari pada bank konvensional" dengan 3,92 dengan kriteria tinggi. sedangkan rata-rata terendah diperoleh oleh item "Saya percaya pada layanan yang diberikan oleh bank digital dari pada bank konvensional" dengan 3,62 dengan kriteria tinggi. Maka dari itu untuk Variabel kepercayaan dan keamanan memiliki kriteria yang tinggi.

4.2.5. Minat Menggunakan (MM)

Tabel 4. 13 Hasil Analisis Variabel Minat Menggunakan

No	Pernyataan	Mean	Kategori
1	Dibandingkan dengan Bank konvensional, saya menganggap menggunakan Bank Digital merupakan pilihan yang tepat	3.94	Tinggi
2	Saya berniat untuk selalu menggunakan Bank Digital dimasa akan datang dari pada bank konvensional	3.85	Tinggi
3	Saya berencana menggunakan Bank Digital disetiap transkasi keuangan dari pada bank konvensional	3,85	Tinggi
Minat Menggunakan		**3,88**	**Tinggi**

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Secara keseluruhan variabel Minat menggunakan sudah baik dengan rata-rata sebesar 3,88 dengan kriteria tinggi. rata-rata tertinggi diperoleh oleh item "Dibandingkan dengan Bank konvensional, saya menganggap menggunakan Bank Digital merupakan pilihan yang tepat" dengan 3,94 dengan kriteria tinggi. sedangkan rata-rata terendah diperoleh oleh item "Saya

berniat untuk selalu menggunakan Bank Digital dimasa akan datang dari pada bank konvensional" dan "Saya berencana menggunakan Bank Digital disetiap transkasi keuangan dari pada bank konvensional" dengan 3,85 dengan kriteria tinggi. Maka dari itu untuk Variabel Minat menggunakan memiliki kriteria yang tinggi.

4.2.6. Penggunaan (P)

Tabel 4. 14 Hasil Analisis Variabel Penggunaan

No	Pernyataan	Mean	Kategori
1	Saya lebih suka menggunakan sistem di Bank digital dari pada bank konvensional	3,82	Tinggi
2	Saya cukup tinggi/sering bertransaksi menggunakan *Bank digital* dengan frekuensi penggunaan yang cukup tinggi/sering dari pada bank konvensional	3,70	Tinggi
3	Saya selalu menggunakan *bank digital* untuk bertransaksi dari pada bank konvensional	3,69	Tinggi
Penggunaan		**3,74**	**Tinggi**

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Secara keseluruhan variabel penggunaan sudah baik dengan rata-rata sebesar 3,74 dengan kriteria tinggi. rata-rata tertinggi diperoleh oleh item "Saya lebih suka menggunakan sistem di Bank digital dari pada bank konvensional" dengan 3,82 dengan kriteria tinggi. sedangkan rata-rata terendah diperoleh oleh item "Saya selalu menggunakan *bank digital* untuk bertransaksi dari pada bank konvensional" dengan 3,69 dengan kriteria tinggi. Maka dari itu untuk Variabel penggunaan memiliki kriteria yang tinggi.

4.3 Analisis Structural Equation Model

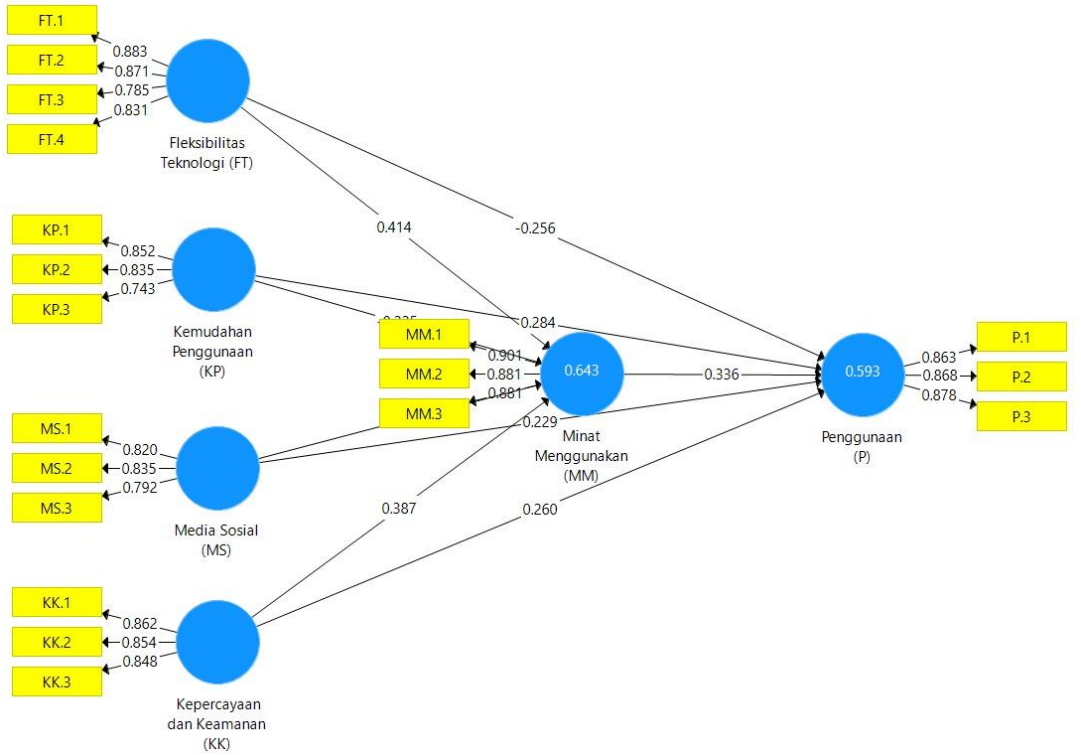
4.3.1. Evaluasi Model Pengukuran *(Outer Model)*

a. Hasil Uji Validitas Konvergen *(Covergent Validity)*

Validitas konvergen menguji konstruk model unidimensionalitas melalui outer loading indikator, di mana indikator dengan nilai di atas 0,70 dianggap reliabel, dan

nilai antara 0,50 hingga 0,60 masih dapat diterima untuk model yang berkembang. Indikator dengan nilai faktor beban di bawah 0,50 akan dikeluarkan dari analisis.

Gambar 4. 1 Convergent Validity



Menurut Chin (1998), sebuah indikator dianggap memiliki validitas yang baik jika nilai loading factor-nya ≥ 0,70, sedangkan nilai antara 0,5 hingga 0,6 dapat diterima untuk model yang masih dalam tahap pengembangan. Dari hasil analisis yang ditunjukkan dalam gambar 4.1, terlihat bahwa dari 19 item yang merupakan bagian dari keseluruhan variabel, semua 19 item memiliki nilai loading factor > 0,7. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dapat dianggap valid.

Untuk dapat melihat lebih jelas nilai loading factor atau *outer loading* terkait penggunaan bank digital dengan variabel-variabel dibawah ini.

Tabel 4. 15 Hasil Uji Outer Loading

Variabel	Item	Outer Loading
Fleksibilitas teknologi (FT)	FT.1	0.883
	FT.2	0.871

	FT.3	0.785
	FT.4	0.831
Kemudahan Penggunaan (KP)	KP.1	0.852
	KP.2	0.835
	KP.3	0.743
Media Sosial (MS)	MS.1	0.820
	MS.2	0.835
	MS.3	0.792
Kepercayaan dan Keamanan (KK)	KK.1	0.862
	KK.2	0.854
	KK.3	0.848
Minat menggunakan (MM)	MM.1	0.901
	MM.2	0.881
	MM.3	0.881
Penggunaan (P)	P.1	0.863
	P.2	0.868
	P.3	0.878

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil estimasi nilai *outer loading* pada tabel 4.8 menyebutkan bahwa nilai item yang dihasilkan oleh konstruk Fleksibilitas teknologi (FT), Kemudahan Penggunaan (KP), Media Sosial (MS), Kepercayaan dan Keamanan (KK), Minat menggunakan (MM), Penggunaan (P) telah memenuhi nilai standar convergent validity karena nilai loading factor lebih besar dari 0,5. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keseluruhan konstruk dapat dikatakan valid.

b. Hasil Discriminant Validity *(Cross Loading)*

Validitas diskriminan diuji dengan cross loading dan nilai akar kuadrat AVE, dimana cross loading harus lebih besar dari 0,7 atau akar AVE tiap konstruk harus lebih besar dari korelasi antar konstruk. Jika akar AVE lebih besar dari korelasi antar konstruk, maka model memiliki validitas diskriminan yang baik. Hasil dari analisis discriminant validity dapat dilihat dalam tabel 4.9 tentang tabel nilai *cross loading*.

Tabel 4. 16 Hasil Uji Cross Loading

	FT	**KP**	**MS**	**KK**	**MM**	**P**
FT.1	0.883	0.678	0.579	0.449	0.599	0.429
FT.2	0.871	0.747	0.578	0.437	0.558	0.451
FT.3	0.785	0.691	0.500	0.396	0.487	0.367

FT.4	0.831	0.645	0.521	0.447	0.521	0.342
KP.1	0.740	0.852	0.554	0.439	0.483	0.486
KP.2	0.719	0.835	0.552	0.465	0.482	0.418
KP.3	0.523	0.743	0.620	0.427	0.398	0.475
MS.1	0.586	0.633	0.820	0.470	0.558	0.501
MS.2	0.565	0.573	0.835	0.441	0.545	0.525
MS.3	0.443	0.530	0.792	0.691	0.601	0.607
KK.1	0.429	0.507	0.584	0.862	0.614	0.641
KK.2	0.544	0.534	0.585	0.854	0.622	0.540
KK.3	0.335	0.350	0.529	0.848	0.548	0.530
MM.1	0.610	0.550	0.686	0.611	0.901	0.634
MM.2	0.538	0.414	0.593	0.578	0.881	0.525
MM.3	0.564	0.522	0.579	0.665	0.881	0.623
P.1	0.306	0.410	0.508	0.533	0.527	0.863
P.2	0.411	0.483	0.589	0.535	0.548	0.868
P.3	0.501	0.571	0.642	0.665	0.662	0.878

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 4.9, nilai cross loading menunjukan bahwa besar nilai korelasi antara setiap variabel dengan item-itemnya lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi konstruk lain. Hasil ini menunjukan bahwa alat ukur ini telah memenuhi discriminant validity yang baik

4.3.2. Hasil Uji Realibilitas Konstruk *(Composite Reliability)*

Uji reliabilitas mengukur konsistensi variabel indikator dengan variabel laten, menggunakan *Cronbach's Alpha* dan Composite Reliability. Standar reliabilitas adalah 0,7 untuk penelitian eksplanatf dan diatas 0,8 untuk penelitian yang mendalam. Dengan nilai tersebut, penelitian dianggap memiliki reliabilitas yang cukup untuk digunakan dalam analisis data.

a. Nilai *Cronbach's Alpha*

Tabel 4. 17 Hasil Cronbach's Alpha

	Cronbach's Alpha
FT	0.864
KP	0.738
MS	0.749

KK	0.816
MM	0.866
P	0.840

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasakan hasil tabel 4.10 nilai *cronbach's alpha* dan *composite realibility* diatas menunjukan bahwa nilai dari *cronbach's alpha* pada setiap variabel seluruhnya diatas 0,7 dimana standar nilai dari *cronbach's alpha* yaitu 0,7. Hal ini berarti bahwa nilai *cronbach's alpha* termasuk dalam kategori sangat reliabel, karena menurut (J. F. Hair et al., 2020) bahwa apabila nilai *cronbach's alpha* antara 0,71- 1,00 maka dapat dikatakan sangat reliabel. Dengan demikian, hasil tersebut mengindikasikan bahwa variabel yang diukur dalam penelitian ini memiliki konsistensi internal yang tinggi dan dapat diandalkan untuk digunakan dalam analisis data.

b. Nilai *Composite Reliability*

Tabel 4. 18 Hasil Uji Composite Reliability

	Composite Reliability
FT	0.908
KP	0.852
MS	0.856
KK	0.891
MM	0.918
P	0.903

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Pengujian *composite realibility* digunakan untuk menunjukan internal *consistency* dari suatu indikator dalam variabel laten. Biasanya nilai dari *composite realibility* akan lebih besar dari *cronbach's alpha.* Dimana standar nilai *composite realibility* akan dianggap reliabel apabila diatas 0,7. Hasil *composite realibility* pada penelitian ini telah memenuhi standar reliabel dan nilai *composite realibility* dari setip variabel lebih tinggi dibandingkan dengan nilai nilai *cronbach's alpha* pada setiap

variabel. Maka dapat disimpulkan bahwa kuisioner dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria realibilitas.

4.3.3. Hasil Analisis Model Struktural (Inner Model)

a. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi

	R Square	**R Square Adjusted**
MM	0.643	0.635
P	0.593	0.582

Sumber: Data Primer diolah, 2024

R-square atau R^2 berfungsi untuk menunjukan pengaruh kuat atau lemahnya yang ditimbulkan dari variabel dependen, dan juga dapat menunjukan kuat lemahnya model penelitian. Menurut (J. F. Hair et al., 2020) standar dari nilai R^2 sebesar 0,67 > termasuk dalam kategori kuat. Nilai R^2 lebih besar 0,33 dan kurang dari 0,67 termasuk dalam kategori moderat, Nilai R^2 lebih besar 0,19 dan kurang dari 0,33 termasuk dalam kategori lemah. Dari tabel 4.2 terkait pengujian R-Square ditemukan bahwa Nilai R^2 yang didapatkan pada variabel MM 0,643 termasuk kategori moderat. Adapun R^2 P 0,593 termasuk kategori moderat.

b. Hasil Q^2 Predictive Relevance

Tabel 4. 20 Hasil Uji Q-Square

	SSO	**SSE**	**Q^2 (=1-SSE/SSO)**
Fleksibilitas Teknologi (FT)	716.000	716.000	
Kemudahan Penggunaan (KP)	537.000	537.000	
Media Sosial (MS)	537.000	537.000	
Kepercayaan dan Keamanan (KK)	537.000	537.000	
Minat Menggunakan (MM)	537.000	272.551	0.492
Penggunaan (P)_	537.000	305.358	0.431

Sumber: Data Primer diolah, 2024

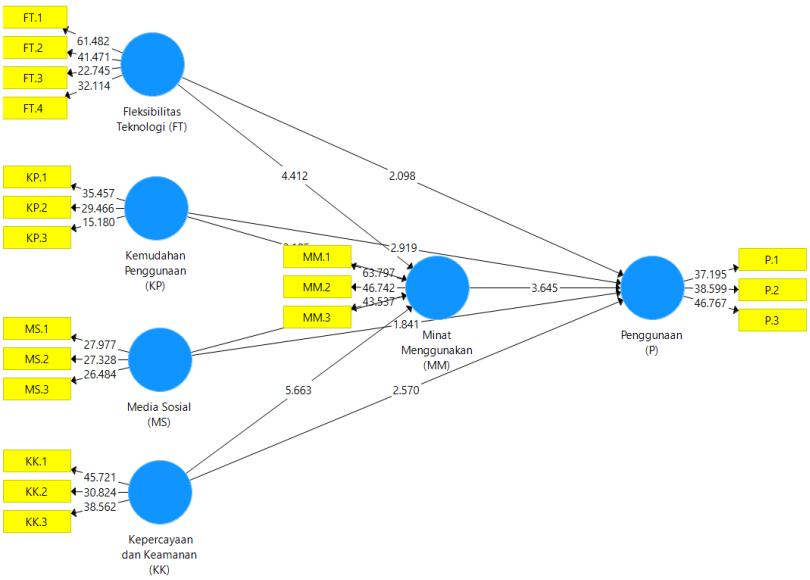
Q-Square (Q^2) atau *predictive relevance* memiliki fungsi untuk mengukur seberapa baik hasil observasi yang dilakukan terhadap model penelitian. Nilai yang

digunakan pada Q^2 yaitu berkisar antara 0- 1, dimana apabila nila Q^2 semakin mendekati angka 0 maka dapat dairtikan bahwa model penelitian tersebut semakin tidak baik, dan sebaliknya apabila nilai Q^2 semakin mendekati angka 1 maka dapat dairtikan bahwa nilai Q^2 atau model yang terdapat dalam penelitian tersebut semakin baik. (J. F. Hair et al., 2020) nilai standar dari Q^2 yaitu 0,35 termasuk model kuat, 0,15 termasuk model moderat, dan 0,02 termasuk model lemah. Nilai Q^2 untuk variabel dependen yang didapatkan dalam penelitian ini yaitu 0,492 dan 0,431 dimana hasil tersebut menunjukan bahwa nilai Q^2 yang didapatkan termasuk dalam kategori kuat karena diatas 0,35 dan dapat diartikan penelitian ini memiliki hasil observasi yag baik.

c. Hasil Uji Struktural (Uji Pengaruh/ Uji Hipotesis)

Pengujian hipotesis digunakan untuk menilai apakah terdapat pengaruh dari variabel independent terhadap variabel dependen. Nilai signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,10. Apabila nilai p-value < 0,10 maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel indenpenden terhadap variabel dependen. Informasi pengujian signifikansi dan model dapat dilihat dari gambar dan tabel di bawah ini.

Gambar 4. 2 Hasil Analisis Bootstrapping



Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Kriteria pengujian menyatakan bahwa apabila nilai p-value < significant alpha 10% atau 0,10, maka dinyatakan adanya pengaruh signifikan variabel eksogen terhadap variabel endogen. Hasil pengujian signifikansi dan model dapat diketahui melalui tabel berikut:

Tabel 4. 21 Hasil Uji Hipotesis

Hubungan Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values
FT -> MM	0.414	0.414	0.094	4.412	0.000
FT -> P	-0.256	-0.228	0.122	2.098	0.037
KP -> MM	-0.225	-0.226	0.103	2.185	0.030
KP -> P	0.284	0.266	0.097	2.919	0.004
MS -> MM	0.334	0.340	0.081	4.103	0.000
MS -> P	0.229	0.208	0.124	1.841	0.067
KK -> MM	0.387	0.379	0.068	5.663	0.000
KK -> P	0.260	0.262	0.101	2.570	0.011
MM -> P	0.336	0.351	0.092	3.645	0.000

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa ada beberapa variabel yang memiliki pengaruh positif signifikan ditandai dengan nilai p-value < 0,10 dan koefisien bernilai positif. Fleksibilitas teknologi menunjukan pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan. Kemudahaan penggunaan juga berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan. Selain itu, media sosial secara signifikan mempengaruhi minat menggunakan dan juga penggunaan. Kepercayaan dan keamanan memiliki pengaruh signifikan baik terhadap minat menggunakan maupun penggunaan. Minat menggunakan juga berpengaruh signifikan terhadap penggunaan.

Namun, ada beberapa variabel yang tidak menunjukan pengaruh signifikannya sebab nilai p-value > 0,10 atau koefisisennya bernilai negatif, diantaranya Fleksibilitas

teknologi tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan, kemudian kemudahaan teknologi juga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan.

4.4 Pembahasan

4.3.1. Pengaruh Fleksibilitas Teknologi terhadap Minat Menggunakan dan Penggunaan Bank Digital di Indonesia

Fleksibilitas teknologi *(performance expectancy)* dapat meningkatkan minat menggunakan *(behavioral intention)* dengan memperhitungkan kemampuan sistem dari perbankan digital untuk beradaptasi untuk mengakses teknologi yang ada. Fleksibitas teknologi *(performance expectancy)* meningkatkan minat menggunakan *(behavioral intention)* apabila memiliki nilai koefisien positif dan p-value < 10%. Fleksibilitas teknologi yang tinggi dapat meningkatkan pengalaman pengguna dengan menyediakan akses yang lebih mudah dan lancar, hal tersebut dapat untuk meningkatkan minat menggunakan bank digital di kalangan masyarakat.

Hasil penelitian terkait hubungan antara fleksibilitas teknologi *(performance expectancy)* terhadap minat menggunakan *(behavioral intention)* bank digital di Indonesia menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara keduanya yang artinya hipotesis (H1a) menyatakan fleksibilitas teknologi berpengaruh positinf terhadap minat menggunakan diterima atau terbukti. Sebab, pengguna memiliki keyakinan yang tinggi bahwa teknologi akan meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas mereka, sehingga meeka lebih termoticasi untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi tersebut secara terus menerus. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Thusi (2020) terkait penerimaan dan penggunaan aplikasi mobile banking oleh generasi milenial di Afrika selatan yang megungkapkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention.* Dimana penelitian itu menyebutkan bahwa generasi milenial akan memiliki niat positif untuk mengadopsi apliksi *mobile banking* jika mereka yakin bahwa teknologi tersebut

bermanfaat bagi aktivitas perbankan mereka (Thusi and Maduku, 2020). Selain itu penelitian lain yang mendukung adalah penelitian yang dilakukan oleh Alalwan, et al (2017) terkait dengan faktor faktor yang mempengaruuhi niat berperilaku dan adopsi mobile banking oleh nasabah Bank Yordania. Hasilnya bahwa *performance Expectancy* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* dalam minat menggunakan aplikasi mobile banking bagi nasabah bank Yordania (Alalwan, et al 2017).

Pada penelitian ini Fleksibilitas teknologi *(performance expectancy)* tidak mempengaruhi penggunaan *(use)* sebab nilai koefisien yang negatif disebabkan oleh harapan yang telalu tinggi dan tidak terpenuhi. Hal ini biasanya terjad apabila pengguna memiliki ekspektasi yang tinggi bahwa teknologi tersebut akan signifikan dalam meningkatkan efisiensi dan produktivitas mereka, namun disisi lain ternyata teknologi tersebut sulit digunakan, tidak seefektif yang diharapkan atau memiliki banyak masalah yang menyebabkan penggunanya kecewa. Penelitian terkait hubungan antara fleksibilitas teknologi *(performance expectancy)* terhadap penggunaan *(use)* bank digital di Indonesia disebutkan bahwa fleksibilitas teknologi berpengaruh negative terhadap penggunaan yang artinya maka hipotesis (H1b) tentang fleksibilitas teknologi berpengaruh secara positif terhadap penggunaan ditolak atau tidak diterima. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Dwivedi et al (2020) terkait faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi dalam konteks e-government dan menemukan bahwa performance expectancy tidak memiliki pengaruh pada penggunaan teknologi tersebut. Selain itu, penelitian oleh Al-Emran et al (2018) terkait konteks m-learning di negara-negara berkembang juga mengindikasikan bahwa performance expectancy tidak selalu menjadi pengaruh yang kuat untuk penggunaan teknologi, dimana mereka menemukan bahwa faktor lain seperti sikap dan pengalaman pengguna memiliki pengaruh yang lebih besar.

4.3.2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan dan Penggunaan Bank Digital di Indonesia

Kemudahan penggunaan *(effort expectancy)* adalah sebuah keyakinan dari individu terkait seberapa mudah atau sulit dalam menggunakan teknologi tersebut. Keterkaitan antara kemudahan penggunaan *(effort expectancy)* terhadap minat menggunakan *(behavioral intention)* dapat dilihat dari persepsi pengguna teknologi tentang seberapa mudah teknologi tersebut akan digunakan dan juga seberapa besar usaha yang diperlukan untuk menguasai teknologi tersebut.

Hasil penelitian terkait hubungan antara kemudahan penggunaan *(effort expectancy)* terhadap minat menggunakan *(behavioral intention)* bank digital di Indonesia mengungkapkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh negative terhadap minat menggunakan yang artinya maka hipotesis (H2a) tentang Kemudahan Penggunaan berpengaruh secara positif terhadap Minat Menggunakan ditolak atau tidak diterima. Hal ini disebabkan karena pengguna menganggap bahwa teknologi tersebut akan sulit digunakan, dimana pengguna merasa bahwa teknologi tersebut memerlukan banyak usaha dan waktu untuk dipelajari dan digunakan maka mereka cenderung memiliki niat yang lebih rendah untuk mengadopsi menggunakan teknologi tersebut. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Cao, et al (2021) terkait memahami sikap manajer dan niat perilaku terhadp AI untuk pengambilan keputusan organisasi, dimana penelitian itu sejalan dengan penelitian ini dimana Effort expectancy tidak memiliki pengaruh terhadap intention to use (Cao *et al.*, 2021)

Kemudahan penggunaan *(effort expectancy)* dapat meningkatkan penggunaan *(use)* teknologi bank digital yang dicerminkan dari koefisien yang bernilai positif dan nilai p-value yang signifikan. Hal ini disebabkan ketika pengguna merasa teknologi mudah digunakan dan tidak memerlukan banyak usaha, sehingga membuat mereka akan menggunaan teknologi tersebut secara terus menerus. Hasil penelitian terkait hubungan antara kemudahan penggunaan

(effort expectancy) terhadap penggunaan *(use)* bank digital di Indonesia mengungkapkan bahwa adanya hubungan positif diantara keduanya yang artinya hipotesis (H2b) terkait adanya hubungan positif antara kemudahan penggunaan terhadap penggunaan terbukti dan diterima. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Onaolapo dan Oyewole (2018) tentang *performance expectancy, effort expectancy* dan *facilitating conditions* sebagai faktor yang mempengaruhi penggunaan ponsel pintar untuk seluler belajar mahasiswa pascasarjana di universitas Ibadan, Nigeria. Dimana hasilnya menyebutkan bahwa *Effort Expectancy* (kemudahan penggunaan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan ponsel pintar untuk belajar mahasiswa pascasarjana di Universitas Ibadan, Nigeria (onaolapo and Oyewole, 2018).

4.3.3. Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Menggunakan dan Penggunaan Bank Digital di Indonesia

Sosial influence atau pengaruh sosial serta media sosial ini dapat meningkat minat menggunakan. Media sosial juga memungkinkan informasi dan promosi dari bank digital mudah tersebar luas dan cepat. Melalui iklan berbayar, konten viral atau kerjasama dengan akun akun influencer, dengan begitu bank digital dapat meningkatkan *exposure* dan *awareness* terhadap layanan bank digital yang dapat mempengaruhi minat untuk menggunakan dan juga penggunaannya.

Hasil penelitian terkait hubungan antara media sosial *(sosial influence)* terhadap minat menggunakan *(behavioral intention)* bank digital di Indonesia mengungkapkan bahwa adanya hubungan positif diantara keduanya yang artinya hipotesis (H3a) terkait media sosial berpengaruh terhadap minat menggunakan terbukti dan diterima. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Kosim dan Legowo (2021) tentang faktor yang mempengaruhi niat konsumen menggunakan pembayaran QR mengungkapkan bahwa *sosial*

influence berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* (Putera Kosim and Legowo, 2021). Penelitian lain yang mendukung adalah penelitian yang dilakukan oleh Putranto (2020) yang menggungkapkan bahwa *sosial influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* dalam faktor penerimaan teknologi seluler dalam penggunaan perbankan berdasarkan model UTAUT 2 (Putranto, 2020).

Media sosial dapat meningkatkan penggunaan dalam teknologi bank digital yang dicerminkan dari koefisien yang bernilai positif dan nilai p-value yang signifikan. Hal ini disebabkan bahwa pengguna menganggap platform yang disedikan dapat memfasilitasi interaksi sosial, pertukaran informasi, dan pembentukan komunitas secara global. Sehingga dapat menciptakan lingkungan yang mendukung penggunaan teknologi secara rutin Selanjutnya hasil penelitian terkait hubungan antara media sosial *(sosial influence)* terhadap penggunaan *(use)* bank digital di Indonesia mengungkapkan bahwa adanya hubungan positif diantara keduanya yang artinya hipotesis (H3b) terkait Media Sosial berpengaruh terhadap Penggunaan" diterima.. Penelitian yang mendukung hasil penelitian ini adalah dilakukan oleh Mailoa dan Tjhin (2023) terkait faktor yang mempengaruhi nasabah dalam penggunaan bank digital hasilnya mengungkapkan bahwa performance expectancy berpengaruh terhadap use dalam penggunaan bank digital (Zionetha Mailoa and Tjhin, 2023).

4.3.4. Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan terhadap Minat Menggunakan dan Penggunaan Bank Digital di Indonesia

Kepercayaan dan Keamanan merupakan faktor penting dalam menentukan minat menggunakan. Pengguna akan cenderung lebih tertarik dan aktif menggunakan bank digital jika merasa bahwa informasi dan transaksi mereka aman dan dapat dipercaya. Keamanan dan kepercayaan akan meningkatkan persepsi pengguna terhadap risiko dalam menggunakan bank digital. Dimana jika pengguna merasa bahwa sistem keamanan dan privasi data dalam bank

telah terjamin, maka mereka akanmerasa lebih nyaman dan percaya dalam melakukan transaksi. Hal ini mendorong mereka untuk lebih sering menggunakan bank digital.

Hasil penelitian terkait hubungan antara kepercayaan dan keamanan *(trust)* terhadap minat menggunakan *(behavioral intention)* bank digital di Indonesia mengungkapkan bahwa adanya hubungan positif diantara keduanya yang artinya hipotesis (H4a) yang mengatakan "H4a: Kepercayaan dan Keamanan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan" terbukti dan diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alalwan et al (2017) yang menemukan bahwa keamanan dan kepercayaan adalah faktor penting dalam mempengaruhi minat pengguna dalam menggunakan bank digital. Hasil nya menunjukan bahwa persepsi keamanan dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan siginifikan terhadap minat pengguna dalam menggunakan layanan bank digital Alalwan, et al 2017). Penelitian lain yang mendukung adalah penelitian Parayil Iqbal (2023) terkait gambaran pendorong minat untuk mengadopsi *mobile banking* dikalangan nasabah perbankan Syariah. Hasil penelitian ini adalah *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam mengadopsi m-banking pada nasabah perbankan Syariah (Parayil Iqbal, 2023).

Kepercayaan dan keamanan *(trust)* dapat meningkatkan penggunaan pada sebuah penggunaan teknologi bank digital yang dicerminkan dari koefisien yang bernilai positif dan nilai p-value yang signifikan. Sebab *trust* dapat menciptaka rasa aman dan keyakinan dalam pengguna terjadap teknologi yang mereka gunakan. Selanjutnya hasil penelitian terkait hubungan antara kepercayaan dan keamanan *(trust)* terhadap penggunaan *(use)* bank digital di Indonesia mengungkapkan bahwa adanya hubungan positif diantara keduanya yang artinya hipotesis (H4b) yang mengatakan "H4b: Kepercayaan dan Keamanan berpengaruh terhadap Penggunaan" terbukti dan diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya dan Susilawati (2021) tentang pengaruh persepsi risiko dan kepercayaan *(trust)* pada layanan *fintech* (studi kasus pada layanan pembayaran Gopay). Dimana hasilnya

mengungkapkan bahwa kepercayaan *(trust)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Gopay di Kota Bandung. Hal ini dibuktikan dengan sebagian besar responden tetap menggunakan Gopay saat mereka percaya bahwa Gopay memiliki reputasi yang baik dan memberikan banyak manfaat (Wijaya *et al.*, 2021).

4.3.5. Pengaruh Minat Menggunakan terhadap Penggunaan Bank Digital di Indonesia

Minat menggunakan dapat meningkatkan penggunaan bank digital yang dicerminkan dari koefisien yang bernilai positif dan nilai p-value yang signifikan. Sebab, dalam dunia perbankan digital kepuasan pengguna dan minat menggunakan dalam menggunakan layanan sangat penting. Minat menggunakan memiliki hubungan positif signifikan terhadap penggunaan *(Use)*. Hal ini disebabkan, apabila seseorang memiliki minat yang tinggi untuk menggunakan suatu teknologi, maka cenderng untuk melibatkan diri dalam perilaku nya dalam mendukung penggunaan teknologi tersebut akan meningkat juga.

Hasil penelitian terkait hubungan antara minat menggunakan *(behavioral intention)* terhadap penggunaan *(use)* bank digital di Indonesia mengungkapkan bahwa adanya hubungan positif diantara keduanya yang artinya hipotesis (H5) yang mengatakan "H5: Minat Menggunakan (MM) terhadap Penggunaan (P)" terbukti dan diterima. Hasil penelitian ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Hassan dan Farmanesh (2022) tentang faktor-faktor utama yang mempengaruhi niat pelanggan Yordania dan penggunaaan saluran perbankan SST (*Internet Banking, Mobile Banking,* dan *Telebanking)*. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa niat menggunakan *(behavioral intention)* berpengaruh signifikan terhadap perilaku menggunakan *(use behavior)* (Hassan and Farmanesh, 2022). Penelitian lain yang mendukung hasil penelitian ini adalah Penelitian yang dilakukan oleh Almaiah, Alamri, dan Al Rahmi (2019) mengungkapkan bahwa minat menggunakan berpengaruh signifikan terhadap

penggunaaan pada sikap atau penerimaan terkait dengan pembelajaran seluler di pendidikan tinggi (Almaiah, Alamri and Al-Rahmi, 2019).

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai faktor faktor yang mempengaruhi penggunaan bank digital, dapat diambil kesimpulan bahwa

1. Fleksibilitas teknologi *(performance expectancy)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *(behavioral intention)* artinya pengguna percaya bahwa teknologi yang fleksibel dapat meningkatkan efisiensi dan produktivas, sehingga mereka akan lebih termotivasi untuk mengadopsi teknologi tersebut. Kemudian untuk Fleksibilitas teknologi *(performance expectancy)* berpengaruh negatif terhadap penggunaan *(use)* artinya harapan yang terlalu tinggi terhadap fleksibilitas yang tidak terpenuhi menyebabkan kekecewaan sehingga mengurangi penggunaan terhadap bank digital
2. Kemudahan penggunaan *(effort expectancy)* berpengaruh secara negatif terhadap minat menggunakan *(behavioral intention)* artinya pengguna menganggap teknologi tersebut sulit untuk digunakan sehingga memerlukan banyak usaha dan waktu untuk dipelajari. Kemudahan penggunaan *(effort expectancy)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *(use)* bank digital di Indonesia artinya teknologi tersebut mudah digunakan dan tidak memerlukan banyak usaha dan cenderung digunakan secara terus menerus.
3. Media sosial *(sosial influence)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *(behavioral intention)* artinya media sosial dapat meningkatkan exposure dan awareness terhadap layanan bank digital. Media sosial *(sosial influence)* berpengaruh positif dan signifikan terhap penggunaan *(use)* yang artinya

media sosial dapat memfasilitasi interaksi sosial dan pertukaran informasi, sehingga menciptakan lingkungan yang mendukung penggunaan teknologi.

4. Kepercayaan dan keamanan *(trust)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *(behavioral intention)* artinya pengguna lebih tertarik dan aktif menggunakan bank digital apabila merasa informasi dan transaksi mereka aman dan dapat dipercaya. Kepercayaan dan keamanan *(trust)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *(use)* artinya pengguna merasakan kepercayaan sehingga menciptakan rasa aman dan keyakinan dalam pengguna terhadap teknologi yang digunakan.
5. Minat menggunakan *(behavioral intention)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *(use)* bank digital di Indonesia artinya minat yang tinggi untuk menggunakan teknologi cenderung meningkatkan penggunaan terhadap teknologi tersebut.

5.2. Saran

Melihat analisis dan kesimpulan yang didapat ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh pihak pengguna bank digital dan peneliti yang berminat melanjutkan penelitian dengan topik yang sama.

1. Bagi pengguna bank digital

   Diharapkan bagi pengguna bank digital dapat menjadi referensi dan menjadi bahan masukin supaya dapat meningkatkan penggunaan bank digital dan untuk mendukung kemajuan teknologi didunia perbankan saat ini.

2. Bagi penelitian selanjutnya

   Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat menyempurnakan secara lebih komprehensif terkait model penelitian yang sama serta menambahkan landasan teori yang lebih kompleks, menambah teori-teori yang terkemuka, memperluas jumlah responden, dan menambahkan variabel yang lebih variatif yang sesuai dengan pengaruh penggunaan bank digital.

5.3. Keterbatasan penelitian

Pada penelitian ini memiliki keterbatasan dimana hanya meneliti faktor terkait penggunaan bank digital menggunakan 4 variabel yaitu Fleksibilitas teknologi *(performance expectancy)*, kemudahan penggunaan *(effort expectancy)*, media sosial *(sosial influence)*, serta kepercayaan dan keamanan *use)*. Dengan demikian diperlukan adanya pengembangan penelitian dengan menambah variabel terkait hal hal apa saja yang dapat mempengaruhi penggunaan bank digital.

DAFTAR PUSTAKA

Alalwan, A.A., Dwivedi, Y.K. and Rana, N.P. (2017) 'Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust', *International Journal of Information Management*, 37(3), pp. 99–110. Available at: https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002.

Almaiah, M.A., Alamri, M.M. and Al-Rahmi, W. (2019) 'Applying the UTAUT Model to Explain the Students' Acceptance of Mobile Learning System in Higher Education', *IEEE Access*, 7, pp. 174673–174686. Available at: https://doi.org/10.1109/ACCESS.2019.2957206.

Ananda, S., Devesh, S. and Al Lawati, A.M. (2020) 'What factors drive the adoption of digital banking? An empirical study from the perspective of Omani retail banking', *Journal of Financial Services Marketing*, 25(1–2), pp. 14–24. Available at: https://doi.org/10.1057/s41264-020-00072-y.

Aziz, S., Samsudin, N.A. and Khan, N.U. (2021) *Do Brand Familiarity, Perceived Trust and Attitude Predict Stock Investment Decision Behavior*, *Article in Academy of Strategic Management Journal*. Available at: https://www.researchgate.net/publication/354762059.

Baabdullah, A.M. *et al.* (2019) 'Consumer use of mobile banking (M-Banking) in Saudi Arabia: Towards an integrated model', *International Journal of Information Management*, 44, pp. 38–52. Available at: https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.09.002.

Bhattacherjee, A. (2001) 'Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model', *Mis Quarterly*, 25(3), pp. 351–370.

Cao, G. *et al.* (2021) 'Understanding managers' attitudes and behavioral intentions towards using artificial intelligence for organizational decision-making', *Technovation*, 106. Available at: https://doi.org/10.1016/j.technovation.2021.102312.

Chen, L., Jia, J. and Wu, C. (2023) 'Factors influencing the behavioral intention to use contactless financial services in the banking industry: An application and extension of UTAUT model', *Frontiers in Psychology*, 14. Available at: https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1096709.

Chikondi Daka, G. and Phiri, J. (2019) 'Factors Driving the Adoption of E-banking Services Based on the UTAUT Model', *International Journal of Business and Management*, 14(6), p. 43. Available at: https://doi.org/10.5539/ijbm.v14n6p43.

Hair, J.F., Howard, M.C. and Nitzl, C. (2020) 'Assessing measurement model quality in PLS-SEM using confirmatory composite analysis', *Journal of Business Research*, 109(August 2019), pp. 101–110. Available at: https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.069.

Hassan, H. and Farmanesh, P. (2022) 'Customer adoption of self-service technologies in Jordan: Factors influencing the use of Internet banking, mobile banking, and telebanking', *Management Science Letters*, 12, pp. 193–206. Available at: https://doi.org/10.5267/j.msl.2021.11.002.

Hidayat, A. and Kassim, S. (2023) 'The Digital Banking Services: A Selection Model From Islamic Banks', *International Journal of Islamic Business*, 8(1), pp. 41–58. Available at: https://doi.org/10.32890/ijib2023.8.1.3.

Indrawati and Putri, D.A. (2016) 'Analyzing Factors Influencing Continuance Intention of E-Payment Adoption Using Modified UTAUT 2 Model (A Case Study of Go-Pay from Indonesia)', *International Conference on Information and Communication Technology (ICoICT)*, pp. 167–173.

Ivanova, A. and Yeon KIM, J. (2022) 'Acceptance and Use of Mobile Banking in Central Asia: Evidence from Modified UTAUT Model', *Journal of Asian Finance*, 9(2), pp. 217–0227. Available at: https://doi.org/10.13106/jafeb.2022.vol9.no2.0217.

Kataria, M. (2019) *DIGITAL BANKING IN INDIA: RECENT TRENDS, ADVANTAGES AND DISADVANTAGES, Economics & Computer Science (JCECS)*.

Laksono, T.A. (2021) The Influence Of Character Education Strengthening Programs On Student Learning Interests, Sittah*: Journal of Primary Education*.

Lemeshow S, Hosmer DW Jr, Klar J, L.S. (1990) Adequacy of sample size in health studies. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.

Mahande, R.D. and Malago, J.D. (2019) 'An E-Learning Acceptance Evaluation Through Utaut Model In A Postgraduate Program', *Journal Of Educators Online* [Preprint].

Merhi, M., Hone, K. and Tarhini, A. (2019) 'A cross-cultural study of the intention to use mobile banking between Lebanese and British consumers: Extending UTAUT2 with

security, privacy and trust', *Technology in Society*, 59. Available at: https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101151.

Nandar, H., Rokan, M.K. and Ridwan, M. (2018) 'Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal Syariah Melalui Galeri Investasi Iain Zawiyah Cot Kala Langsa', *Kitabah*, 2(2), pp. 179–205.

Ofori, K.S. *et al.* (2018) 'An empirical study on the adoption of consumer-to-consumer E-commerce: Integrating the UTAUT model and the initial trust model', in *Lecture Notes of the Institute for Computer Sciences, Social-Informatics and Telecommunications Engineering, LNICST*. Springer Verlag, pp. 281–292. Available at: https://doi.org/10.1007/978-3-319-98827-6_27.

onaolapo, sodiq and Oyewole, O. (2018) 'Performance Expectancy, Effort Expectancy, and Facilitating Conditions as Factors Influencing Smart Phones Use for Mobile Learning by Postgraduate Students of the University of Ibadan, Nigeria', *Interdisciplinary Journal of e-Skills and Lifelong Learning*, 14, pp. 095–115. Available at: https://doi.org/10.28945/4085.

Paramita, E.D. and Cahyadi, E.R. (2024) 'The Determinants of Behavioral Intention and Use Behavior of QRIS as Digital Payment Method Using Extended UTAUT Model', *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship* [Preprint]. Available at: https://doi.org/10.17358/ijbe.10.1.132.

Parayil Iqbal, U., Jose, S.M. and Tahir, M. (2023) 'Integrating trust with extended UTAUT model: a study on Islamic banking customers' m-banking adoption in the Maldives', *Journal of Islamic Marketing*, 14(7), pp. 1836–1858. Available at: https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2022-0030.

Purwanto, E. and Loisa, J. (2020) 'The Intention and Use Behaviour of the Mobile Banking System in indonesia: UTAUT Model', *Technology Reports of Kansai University* [Preprint]. Available at: https://www.researchgate.net/publication/343230847.

Putera KOSIM, K. and Legowo, N. (2021) 'Factors Affecting Consumer Intention on QR Payment of Mobile Banking: A Case Study in Indonesia', *Journal of Asian Finance*, 8(5), pp. 391–0401. Available at: https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no5.0391.

Putra, M.A.A., Huda, M.Q. and Fetrina, E. (2019) 'An Evaluation of e-Money Products Using UTAUT 2 Model (The Case of Bank Mandiri)', *The 7th International Conference on Cyber and IT Service Management (CITSM 2019)* [Preprint].

Putranto, I.A. (2020) 'ACCEPTANCE TECHNOLOGY FACTORS OF MOBILE BANKING USAGE BASED ON UTAUT2 MODEL', *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Airlangga*, 5(2). Available at: www.jraba.org.

Ramdhani, A.B. *et al.* (2017) 'The Effect Of Technology Adoption Electronic Money Services Telkomsel Cash Using Utaut2', *E-Proceeding of Management*, 4(1), pp. 53–61.

Retno Ayumi, T. (2015) *PERILAKU PENGGUNA DALAM MENELUSUR INFORMASI DI PUSAT PERPUSTAKAAN UIN MAULANA MALIK IBRAHIM, JAP)*.

Rizki, O.: and Pajar, C. (2017) 'Influence Of Investment Motivation And Investment Knowledge On Investment Interest In Capital Market In Students Fe Uny', *Jurnal Profita* , pp. 1–16.

Roca, J.C., Chiu, C.M. and Martínez, F.J. (2006) 'Understanding e-learning continuance intention: An extension of the Technology Acceptance Model', *International Journal of Human Computer Studies*, 64(8), pp. 683–696. Available at: https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2006.01.003.

Saputri, S.A. *et al.* (no date) *Pengawasan Kredit Pada Bank Nagari Cabang Siteba*.

Sharma, V.M. and Klein, A. (2020) 'Consumer perceived value, involvement, trust, susceptibility to interpersonal influence, and intention to participate in online group buying', *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52. Available at: https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101946.

Sukmadinata, N.S. (2016) *Landasan Psikologi Proses Pendidikan*. Bandung: Rosdakarya.

Sulaeman and Ninglasari, S.Y. (2020) 'An Empirical Examination of Factors Influencing the Behavioral Intention to Use Zakat-Based Crowdfunding Platform Model for Countering the Adverse Impact of COVID-19 on MSMEs in Indonesia', *Proceedings, 4thInternational Conference of Zakat*, pp. 203–2018.

Tahfidz, M., Utaminingtyas, T.H. and Sumiati, A. (2024) 'Factors That Influence Behavioral Intention To Use Accurate Applications With The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology Model In Students Of The Faculty Of Economics, Jakarta State

University', Journal Of Management, Accounting, General Finance And International Economic Issues (Marginal) Marginal | Volume, 3(2). Available at: https://ojs.transpublika.com/index.php/MARGINAL/.

Tambunan[1], R.T., Irwan, M. and Nasution[2], P. (2023) 'Tantangan dan Strategi Perbankan Dalam Menghadapi Perkembangan Transformasi Digitalisasi Di Era 4.0', *Sci-Tech Journal*, 2, p. 148.

Tannady, H., Dewi, C.S. and Gilbert (2024) 'Exploring Role of Technology Performance Expectancy, Application Effort Expectancy, Perceived Risk and Perceived Cost On Digital Behavioral Intention of GoFood Users', *Jurnal Informasi dan Teknologi*, pp. 80–85. Available at: https://doi.org/10.60083/jidt.v6i1.477.

Thusi, P. and Maduku, D.K. (2020) 'South African millennials' acceptance and use of retail mobile banking apps: An integrated perspective', *Computers in Human Behavior*, 111. Available at: https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106405.

Usman, O., Monoarfa, T.A. and Marsofiyati (2020) 'E-banking and mobile banking effects on customer satisfaction', *Accounting*, 6(6), pp. 1117–1128. Available at: https://doi.org/10.5267/j.ac.2020.7.006.

Venkatesh, V. *et al.* (2003) 'User acceptance of information technology: Toward a unified view', *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), pp. 425–478. Available at: https://doi.org/10.2307/30036540.

Venkatesh, V., Walton, S.M. and Thong, J.Y.L. (2012) 'Quarterly Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology1', *Mis Quarterly*, 36(1), pp. 157–178. Available at: http://about.jstor.org/terms.

Wijaya, E. *et al.* (2021) 'Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan (Trust) pada Adopsi Layanan Fintech (Studi Kasus pada Layanan Pembayaran Digital Gopay) The Influence of Perceived Risk and Trust in Adoption of Fintech Service (Case Study on GoPay Digital Payment Service Users)', *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 02(01), pp. 202–209.

Yusgiantoro, I. *et al.* (2018) 'Digital banking technology adoption and bank efficiency: The Indonesian case', *OJK WORKING PAPER SERIES* , pp. 1–33.

Zionetha Mailoa, B. and Tjhin, V.U. (2023) ‘An Empirical Study On The Usage Of Digital Bank In Indonesia’, *Jurnal Cahaya Mandalika*, pp. 431–439.

LAMPIRAN 1

ANGKET PENELITIAN

FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN BANK DIGITAL DI INDONESIA

A. Pengantar

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Perkenalkan saya Safira Larasati Owen. saat ini sedang melakukan penelitian tentang penggunaan Bank digital. Jika anda merupakan pengguna bank digital, maka anda berkesempatan menjadi responden dalam riset ini. Saya mengharapkan bantuan kesediaan Saudara-saudari untuk berkenan mengisi kuesioner yang disediakan. Atas perkenannya, dengan rendah hati saya mengucapkan banyak terima kasih.

Informasi dari riset ini sangat bernilai dalam pengembangan keilmuan dan bidang digitalisasi keuangan. Identitas yang diberikan kepada kami akan menjadi rahasia dan tidak akan disalahgunakan untuk hal yang tidak semestinya.

Demikian permohonan kami, atas bantuannya kami menghaturkan terima kasih. Wassalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Hormat kami,

Safira Larasati Owen

FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN BANK DIGITAL DI INDONESIA

B. Data Pengguna Bank Digital

Petunjuk: jawablah pertanyaan dibawah ini dan berilah tanda padapertanyaan yang tersedia di pilihan jawabanynya.

Nama :

Jenis Kelamin:

Provinsi asal:

a. Nanggroe Aceh Darussalam
b. Sumatera Utara
c. Sumatera Selatan
d. Sumatera Barat
e. Bengkulu
f. Riau
g. Kepulauan Riau
h. Jambi
i. Lampung
j. Bangka Belitung
k. Kalimantan Barat
l. Kalimantan Timur
m. Kalimantan Selatan
n. Kalimantan Tengah
o. Kalimantan Utara
p. Banten
q. DKI Jakarta
r. Jawa Barat
s. Jawa Tengah
t. Daerah Istimewa Yogyakarta
u. Jawa Timur
v. Bali
w. Nusa Tenggara Timur
x. Nusa Tenggara Barat
y. Gorontalo

z. Sulawesi Barat
aa. Sulawesi Tengah
bb. BakSulawesi Utara
cc. Sulawesi Tenggara
dd. Sulawesi Selatan
ee. Maluku Utara
ff. Maluku
gg. Papua Barat
hh. Papua
ii. Papua Pegunungan
jj. Papua Selatan
kk. Papua Barat Daya

Pekerjaan

a. Guru
b. Karyawan
c. Wirausaha
d. PNS
e. Mahasiswa

Penghasilan Bulanan

a. <Rp2.000.000
b. Rp2.000.000 – Rp5.000.000
c. >Rp5.000.000

Bank digital yang anda gunakan?

a. Bank Jago
b. Allo Bank
c. BluBCA
d. Jenius
e. Neo Bank
f. SeaBank
g. Lainnya: …..

Sudah berapa lama anda telah menggunakan Bank Digital

a. < 3 bulan
b. 3 bulan – 6 bulan
c. 6 bulan – 9 bulan

d. 9 bulan – 12 bulan

e. > 12 bulan

Dalam satu bulan, berapa kali anda menggunakan Bank Digital dalam bertransaksi?

a. < 5 kali

b. 5 – 10 kali

c. > 10 kali

C. Petunjuk Pengisian Angkat

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat

D. Pertanyaan Kuisioner

1. Fleksibilitas Teknologi (FT)

No	Pertanyaan	Jawaban Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Menggunakan bank digital memberikan manfaat dalam bertransaksi dari pada bank konvensional					
2	Bank digital membantu meningkatkan efisiensi ketika bertransaksi dari pada bank konvensional					
3	Menggunakan Bank Digital meningkatkan produktivitas saya mengatur keuangan dari pada bank konvensional					
4	Bank Digital membantu menyelesaikan masalah saya lebih baik dan cepat dalam keuangan dari pada bank konvensional					

2. Kemudahan Penggunaan (KP)

No	Pertanyaan	Jawaban Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Menurut saya layanan dan fitur Bank Digital mudah untuk					

	digunakan dari pada bank konvensional					
2	Bank Digital mudah untuk dipelajari dan dimengerti dengan cepat dari pada bank konvensional					
3	Dalam menggunakan Bank Digital terasa lebih efisien dalam segi tenaga dan waktu yang dikeluarkan dari pada bank konvensional					

3. Media Sosial (MS)

No	Pertanyaan	Jawaban Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya menggunakan Bank Digital dari pada bank konvensonal berdasarkn dari iklan dan promosi di media sosial					
2	Iklan dan promosi yang dilakukan bank digital membuat saya tertarik untuk menggunakan Bank Digital dari pada bank konvensional					
3	Saya menggunakan bank digital dibanding bank konvensional didasarkan oleh review yang ada dimedia sosial					

4. Kepercayaan dan Keamanan (KK)

No	Pertanyaan	Jawaban Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Menurut saya bank digital merupakan layanan yang dapat dipercaya dari pada bank konvensional					
2	Menurut saya bank digital merupakan layanan yang aman dan dapat diandalkan dari pada bank konvensional					
3	Saya percaya pada layanan yang diberikan oleh bank digital dari pada bank konvensional					

5. Minat Menggunakan(MM)

No	Pertanyaan	Jawaban Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Dibandingkan dengan Bank konvensional, saya menganggap menggunakan Bank Digital merupakan pilihan yang tepat					
2	Saya berniat untuk selalu menggunakan Bank Digital dimasa akan datang dari pada bank konvensional					
3	Saya berencana menggunakan Bank Digital disetiap transkasi keuangan dari pada bank konvensional					

6. Penggunaan *(P)*

No	Pertanyaan	Jawaban Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya lebih suka menggunakan sistem di Bank digital dari pada bank konvensional					
2	Saya cukup tinggi/sering bertransaksi menggunakan *Bank digital* dengan frekuensi penggunaan yang cukup tinggi/sering dari pada bank konvensional					
3	Saya selalu menggunakan *bank digital* untuk bertransaksi dari pada bank konvensional					

LAMPIRAN 2

TABULASI DATA

No	FT. 1	FT. 2	FT. 3	FT. 4	KP. 1	KP. 2	KP. 3	MS. 1	MS. 2	MS. 3	KK. 1	KK. 2	KK. 3	MM. 1	MM. 2	MM. 3	P. 1	P. 2	P. 3
1	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5
2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4
5	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	1
6	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	2	4	3	4	3	4	3	3	3
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5
10	5	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
11	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4
12	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5
14	5	4	4	3	5	3	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5
15	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4
16	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
18	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4
19	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
20	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
23	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	3	4	4	4	5	4	5
24	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	3	3
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
29	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5
30	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	4	3	3	3	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4
33	4	5	4	5	4	5	5	5	3	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
34	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4
36	5	4	3	5	4	5	3	4	3	1	2	3	2	2	2	3	2	3	3
37	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	2	2	1	3	3	2	4	3	3
38	4	4	5	3	4	4	5	5	3	4	3	4	2	3	3	3	3	2	3
39	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
41	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4
42	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5
43	5	4	5	4	4	4	3	3	5	4	3	4	4	3	4	4	3	4	2
44	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
45	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5
46	3	3	4	3	3	4	4	3	4	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2
47	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4
48	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4

49	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	2
50	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	5	4	5	5	4
51	5	4	4	4	3	3	4	2	3	4	5	4	3	4	5	4	5	4	4
52	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
53	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
54	4	3	3	5	2	3	4	4	4	3	2	4	2	4	5	3	3	4	2
55	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	2	4	1	4	4	3	3	4	4
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4
57	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3
58	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4
59	5	4	4	4	3	3	4	4	5	3	3	4	2	5	5	5	3	3	3
60	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	3	4	5
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5
62	4	4	4	3	4	4	3	4	5	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4
63	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
64	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
65	5	4	4	4	4	5	3	5	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
67	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4
68	5	4	5	3	5	5	3	5	4	3	4	5	3	4	5	5	4	5	5
69	5	4	4	3	5	4	5	3	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	4
70	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
72	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	3	5	5	5	5	4	5	3	4
73	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4
74	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
75	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3

76	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5	4	5	5	5	3
78	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	3	3
79	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
80	5	4	3	4	4	3	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	5	4
81	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
83	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	5	4	3
85	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
86	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
89	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
92	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
93	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	3	5	5	4	4	4	5
94	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4
95	5	4	4	3	5	4	4	4	5	5	4	3	5	5	4	4	5	5	5
96	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3
97	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	5
98	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4
99	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3
100	5	4	5	4	5	4	3	3	4	2	1	2	1	5	4	4	4	4	3
101	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

102	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4
103	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
104	3	3	3	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
106	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	3	4
107	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3
108	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
109	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	2	4	4	4	3	3	3
110	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4
111	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
112	4	3	5	5	4	4	3	2	3	3	3	4	4	3	2	5	5	4	4
113	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4
114	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
115	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3
116	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
117	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

118	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4
119	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
121	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5
122	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4
123	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	2	4	3	4	4	3	3	2	3
124	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4
125	5	5	4	5	4	5	4	4	4	3	3	4	4	3	5	4	3	4	3
126	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3
127	5	4	4	4	3	2	4	4	4	3	2	4	4	3	4	3	2	2	3
128	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4
129	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
130	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
131	5	4	3	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
132	3	3	3	3	3	3	4	3	4	5	3	3	3	3	3	3	4	4	2
133	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	2	3	3	2	3	3	4	2

134	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4
135	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3
136	5	4	5	5	4	5	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2
137	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
138	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4
139	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
140	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	5	4	4	3	4	4	3	4
141	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3
142	5	5	5	5	5	5	1	3	2	2	3	5	3	4	4	4	1	1	1
143	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5
144	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
145	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	3	3	2	5	4	3	5	4	4
146	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	2	2	1	2	2	3	3	3	2
147	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
148	1	3	4	1	3	4	3	4	3	2	3	3	3	4	2	3	5	4	3
149	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	2	4	4	3	2	3	3	3	3

150	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	3	5	2	3	1	3	2	4	3
151	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4
152	4	5	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	1	3	4	4	3	2	4
153	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
154	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
155	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3
156	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
157	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5
158	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
159	4	4	5	4	4	5	5	4	5	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3
160	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	2	2	2	5	4	4	2	3	2
161	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4
162	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
163	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	2
164	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2
165	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	4

166	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3
167	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	3	3	3	5	4	4	3	3
168	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
169	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
170	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
171	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	3	5	4	4	5	4	4
172	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	3
173	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	3	3	2	4	4	4	2	3	3
174	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3
175	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3
176	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3
177	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3
178	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
179	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4

LAMPIRAN 3

ANALISIS DESKRIPTIF

1. Reliability

Construct Reliability and Validity

Matrix | Cronbach's Alpha | rho_A | Composite Reliability | Average Variance Extracted (AVE)

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Kepercayaan dan Keamanan (X4)	0.816	0.820	0.891	0.731
Fleksibilitas Teknologi (X1)	0.864	0.872	0.908	0.711
Kemudahan Penggunaan (X2)	0.738	0.742	0.852	0.658
Media Sosial (X3)	0.749	0.749	0.856	0.665
Minat Menggunakan (Y1)	0.866	0.869	0.918	0.788
Penggunaan (Y2)_	0.840	0.848	0.903	0.756

2. Discriminant validity\

Discriminant Validity

Fornell-Larcker Criterion | Cross Loadings | Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) | Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) | Copy to Clipboard: Excel Format | R F

	Kepercayaan dan Keamanan (X4)	Fleksibilitas Teknologi (X1)	Kemudahan Penggunaan (X2)	Media Sosial (X3)	Minat Menggunakan (Y1)	Penggunaan (Y2)_
Kepercayaan dan Keamanan (X4)	0.855					
Fleksibilitas Teknologi (X1)	0.513	0.843				
Kemudahan Penggunaan (X2)	0.547	0.818	0.811			
Media Sosial (X3)	0.664	0.648	0.708	0.816		
Minat Menggunakan (Y1)	0.697	0.644	0.561	0.699	0.888	
Penggunaan (Y2)_	0.670	0.474	0.567	0.671	0.672	0.870

3. Cross loadings

Discriminant Validity

Fornell-Larcker Criterion | Cross Loadings | Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) | Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) | Copy to Clipboard: Excel Format | R Format

	Kepercayaan dan Keamanan (X4)	Fleksibilitas Teknologi (X1)	Kemudahan Penggunaan (X2)	Media Sosial (X3)	Minat Menggunakan (Y1)	Penggunaan (Y2)
X1.1	0.449	0.883	0.678	0.579	0.599	0.429
X1.2	0.437	0.871	0.747	0.578	0.558	0.451
X1.3	0.396	0.785	0.691	0.500	0.487	0.367
X1.4	0.447	0.831	0.645	0.521	0.521	0.342
X2.1	0.439	0.740	0.852	0.554	0.483	0.486
X2.2	0.465	0.719	0.835	0.552	0.482	0.418
X2.3	0.427	0.523	0.743	0.620	0.398	0.475
X3.1	0.470	0.586	0.633	0.820	0.558	0.501
X3.2	0.441	0.565	0.573	0.835	0.545	0.525
X3.3	0.691	0.443	0.530	0.792	0.601	0.607
X4.1	0.862	0.429	0.507	0.584	0.614	0.641
X4.2	0.854	0.544	0.534	0.585	0.622	0.540
X4.3	0.848	0.335	0.350	0.529	0.548	0.530
Y1.1	0.611	0.610	0.550	0.686	0.901	0.634
Y1.2	0.578	0.538	0.414	0.593	0.881	0.525

4. Outer loadings

Outer Loadings

Matrix

	Kepercaya...	Fleksibilitas...	Kemudahan...	Media Sosi...	Minat Men...	Penggunaa...
X1.1		0.883				
X1.2		0.871				
X1.3		0.785				
X1.4		0.831				
X2.1			0.852			
X2.2			0.835			
X2.3			0.743			
X3.1				0.820		
X3.2				0.835		
X3.3				0.792		
X4.1	0.862					
X4.2	0.854					
X4.3	0.848					
Y1.1					0.901	
Y1.2					0.881	
Y1.3					0.881	
Y2.1						0.863
Y2.2						0.868
Y2.3						0.878

5. Q- square

Construct Crossvalidated Redundancy

Total | Case1 | Case2 | Case3 | Case4 | Case5

	SSO	SSE	Q^2 (=1-SSE/SSO)
Kepercayaan dan Keamanan (X4)	537.000	537.000	
Fleksibilitas Teknologi (X1)	716.000	716.000	
Kemudahan Penggunaan (X2)	537.000	537.000	
Media Sosial (X3)	537.000	537.000	
Minat Menggunakan (Y1)	537.000	272.551	0.492
Penggunaan (Y2)	537.000	305.358	0.431

6. R-square

R Square

Matrix | R Square | R Square Adjusted

	R Square	R Square Adjusted
Minat Menggunakan (Y1)	0.643	0.635
Penggunaan (Y2)	0.593	0.582

7. Uji T

Path Coefficients

Mean, STDEV, T-Values, P-Values | Confidence Intervals | Confidence Intervals Bias Corrected

	Original Sa...	Sample Me...	Standard D...	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values
Kepercayaa...	0.387	0.379	0.068	5.663	0.000
Kepercayaa...	0.260	0.262	0.101	2.570	0.011
Fleksibilitas ...	0.414	0.414	0.094	4.412	0.000
Fleksibilitas ...	-0.256	-0.228	0.122	2.098	0.037
Kemudahan...	-0.225	-0.226	0.103	2.185	0.030
Kemudahan...	0.284	0.266	0.097	2.919	0.004
Media Sosia...	0.334	0.340	0.081	4.103	0.000
Media Sosia...	0.229	0.208	0.124	1.841	0.067
Minat Meng...	0.336	0.351	0.092	3.645	0.000