



الجامعة الإسلامية
الاندونيسية

Analisis Faktor Penerimaan Teknologi Bank Digital Menggunakan Modifikasi UTAUT2

Mohamad Khoirul Ansor

18917120

Tesis diajukan sebagai syarat untuk meraih gelar Magister Komputer

Konsentrasi Sistem Informasi Enterprise

Program Studi Informatika Program Magister

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia

2022

Lembar Pengesahan Pembimbing

**Analisis Faktor Penerimaan Teknologi Bank Digital Menggunakan Modifikasi
UTAUT2**



Pembimbing I

Dr. Raden Teduh Dirgahayu, S.T., M.Sc.

Pembimbing II

Dr. Ahmad Luthfi, S.Kom., M.Kom.

Lembar Pengesahan Penguji

**Analisis Faktor Penerimaan Teknologi Bank Digital Menggunakan Modifikasi
UTAUT2**



Mohamad Khoirul Ansor
18917120

Yogyakarta, Mei 2022

Tim Penguji,

Dr. R Teduh Dirgahayu, ST., M.Sc
Ketua

Handwritten signature in blue ink over a horizontal line.

Dr. Ahmad Luthfi, S.Kom., M.Kom.
Anggota I

Handwritten signature in blue ink over a horizontal line.

Ahmad Munasir Rafie Pratama, Ph.D
Anggota II

Handwritten signature in blue ink over a horizontal line.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Informatika Program Magister

Universitas Islam Indonesia

Official circular stamp of Universitas Islam Indonesia, Program Studi Informatika, Program Magister, Fakultas Teknologi Industri. Overlaid on the stamp is a handwritten signature in blue ink.

Izzati Muhimmah, S.T., M.Sc., Ph.D.

Abstrak

Analisis Faktor Penerimaan Teknologi Bank Digital Menggunakan Modifikasi UTAUT2

Bank digital menjadi fenomena baru di Indonesia pada tahun 2021, banyak bank mini yang ramai-ramai bertransformasi menjadi bank digital. Selama masa pandemi covid-19 masyarakat menjadi semakin melek digital karena tuntutan protokol kesehatan, sehingga keberadaan covid-19 turut berperan dalam maraknya bank yang bertransformasi menjadi bank digital. Bank digital merupakan bank yang memberikan layanan sepenuhnya secara digital dan tidak mempunyai kantor cabang, hal ini menjadi solusi atas penerapan protokol kesehatan dalam layanan perbankan dan memberikan rasa aman selama masa pandemi. Faktor keamanan menjadi hal yang vital dalam layanan perbankan, terutama keamanan siber dalam bank digital. Bank digital merupakan hal baru bagi masyarakat, oleh karenanya penelitian ini bertujuan melakukan analisis penerimaan teknologi bank digital dengan melihat faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan bank digital.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori untuk menguji hipotesis penelitian. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) merupakan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Model UTAUT2 digunakan untuk menganalisa faktor penerimaan bank digital dengan modifikasi penambahan konstruk keamanan (*security*). UTAUT2 mempunyai tujuh konstruk utama yaitu ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi pendukung (*facilitating conditions*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*), nilai harga (*price value*) dan kebiasaan (*habit*). Selain ketujuh konstruk pada UTAUT2, peneliti menambahkan konstruk keamanan (*security*) sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi pengguna dalam penerimaan bank digital. Penambahan konstruk keamanan (*security*) untuk melihat apakah faktor keamanan yang merupakan hal penting dalam perbankan, dapat menjadi faktor yang dipertimbangkan nasabah dalam menggunakan bank digital.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor kebiasaan (*habit*) dan faktor keamanan (*security*) menjadi faktor yang mempengaruhi niat nasabah untuk menggunakan bank digital (*behavioral intention to use digital bank*). Sedangkan faktor ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi pendukung (*facilitating conditions*), motivasi hedonis (*hedonic*

motivation), dan nilai harga (*price value*) tidak berpengaruh signifikan untuk menjadi faktor yang mempengaruhi niat penggunaan teknologi bank digital.

Kata kunci

Bank digital, Faktor Penerimaan, UTAUT2, Keamanan



Abstract

Acceptance Factor Analysis of Digital Bank Technology Using Modified UTAUT2

Digital banks become a new phenomenon in Indonesia in 2021, there are many mini-banks are transforming into digital banks. During the COVID-19 pandemic, people increasingly realize that digital become enabler in daily basis due to the demands of health protocols, so the presence of COVID-19 playing a role in the rise of digital banking. A digital banking is a bank that provides fully digital services and does not have a branch office, this is a solution for implementing health protocols in banking services and providing a sense of security during the pandemic. The security factor is vital in banking services, especially cyber security in digital banks. Digital banking is a new thing for the society, therefore this study aims to analyze the acceptance of digital bank technology by looking at what factors affect digital bank acceptance.

This research is a quantitative research with explanatory research type to test the research hypothesis. This study uses the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) model. The UTAUT2 model is used to analyze the acceptance factor of digital banks by modifying the addition of the security construct. UTAUT2 has seven main constructs, namely performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value and habits. In addition to the seven constructs in UTAUT2, the researcher adds a security construct as one of the factors that influence users in accepting digital banks. The addition of a security construct to evaluate the security factor, which is an important thing in banking, can become factor that considered by customers in using digital banks.

The results of this study indicate that habit and security are factors that influence the customer's intention to use a digital bank (behavioral intention to use a digital bank). While performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, and price value have no significant effect to become factor that affect the intention to use digital banking technology.

Keywords

Digital bank, Theory of Acceptance, UTAUT2, Security

Pernyataan Keaslian Tulisan

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini merupakan tulisan asli dari penulis, dan tidak berisi material yang telah diterbitkan sebelumnya atau tulisan dari penulis lain terkecuali referensi atas material tersebut telah disebutkan dalam tesis. Apabila ada kontribusi dari penulis lain dalam tesis ini, maka penulis lain tersebut secara eksplisit telah disebutkan dalam tesis ini.

Dengan ini saya juga menyatakan bahwa segala kontribusi dari pihak lain terhadap tesis ini, termasuk bantuan analisis statistik, desain survei, analisis data, prosedur teknis yang bersifat signifikan, dan segala bentuk aktivitas penelitian yang dipergunakan atau dilaporkan dalam tesis ini telah secara eksplisit disebutkan dalam tesis ini.

Segala bentuk hak cipta yang terdapat dalam material dokumen tesis ini berada dalam kepemilikan pemilik hak cipta masing-masing. Apabila dibutuhkan, penulis juga telah mendapatkan izin dari pemilik hak cipta untuk menggunakan ulang materialnya dalam tesis ini.

Yogyakarta, Mei 2022



Mohamad Khoirul Ansor, S.Kom

Daftar Publikasi

Publikasi yang menjadi bagian dari tesis

Berikut adalah publikasi yang menjadi bagian dari laporan penelitian tesis ini:

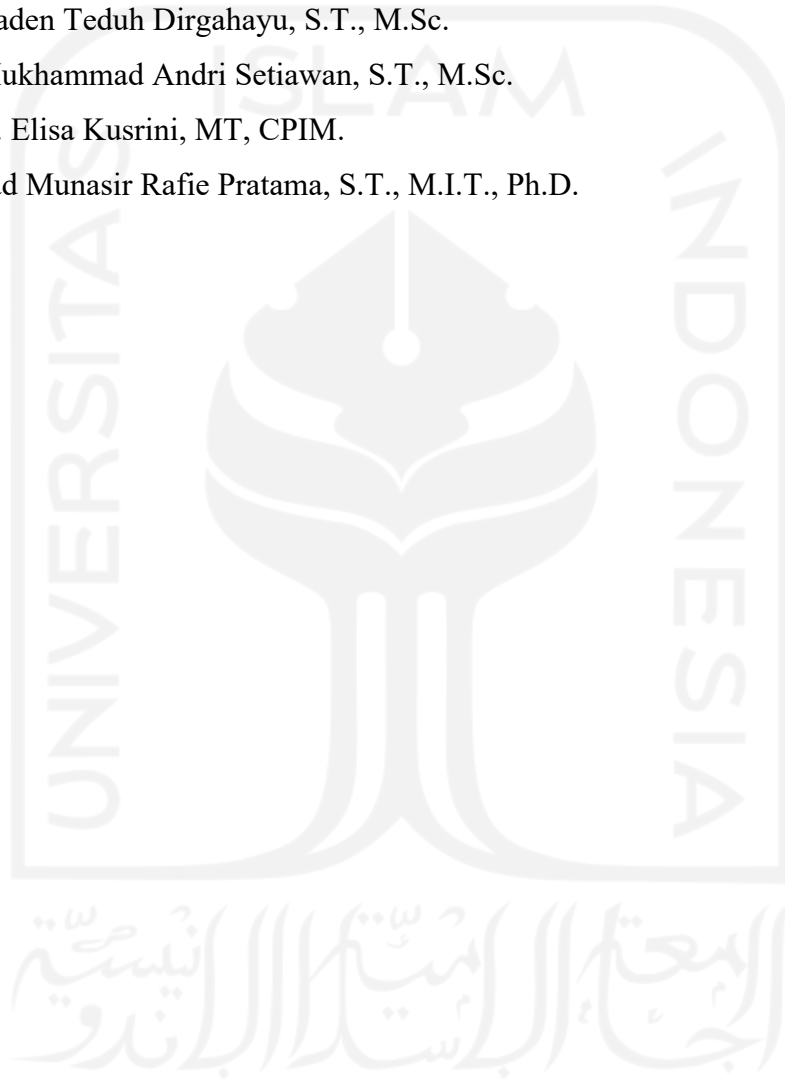
Ansor, M. K., Dirgahayu, R. T., & Luthfi, A. (2022, 08). Acceptance Factor Analysis of Digital Bank Technology Using Modified UTAUT2. *Budapest International Research and Critics Institute*, Vol. 5 No. 3.

Kontributor	Jenis Kontribusi
Mohamad Khoirul Ansor	Mendesain eksperimen (60%) Menulis <i>paper</i> (70%)
Raden Teduh Dirgahayu	Mendesain eksperimen (20%) Menulis dan mengedit <i>paper</i> (15%)
Ahmad Luthfi	Mendesain eksperimen (20%) Menulis dan mengedit <i>paper</i> (15%)

Halaman Kontribusi

Penelitian ini dapat terselesaikan berkat kontribusi berupa bimbingan dan masukan dari berbagai pihak dalam setiap tahap penelitian mulai dari seminar proposal, seminar kemajuan dan seminar pendadaran. Pihak-pihak tersebut adalah:

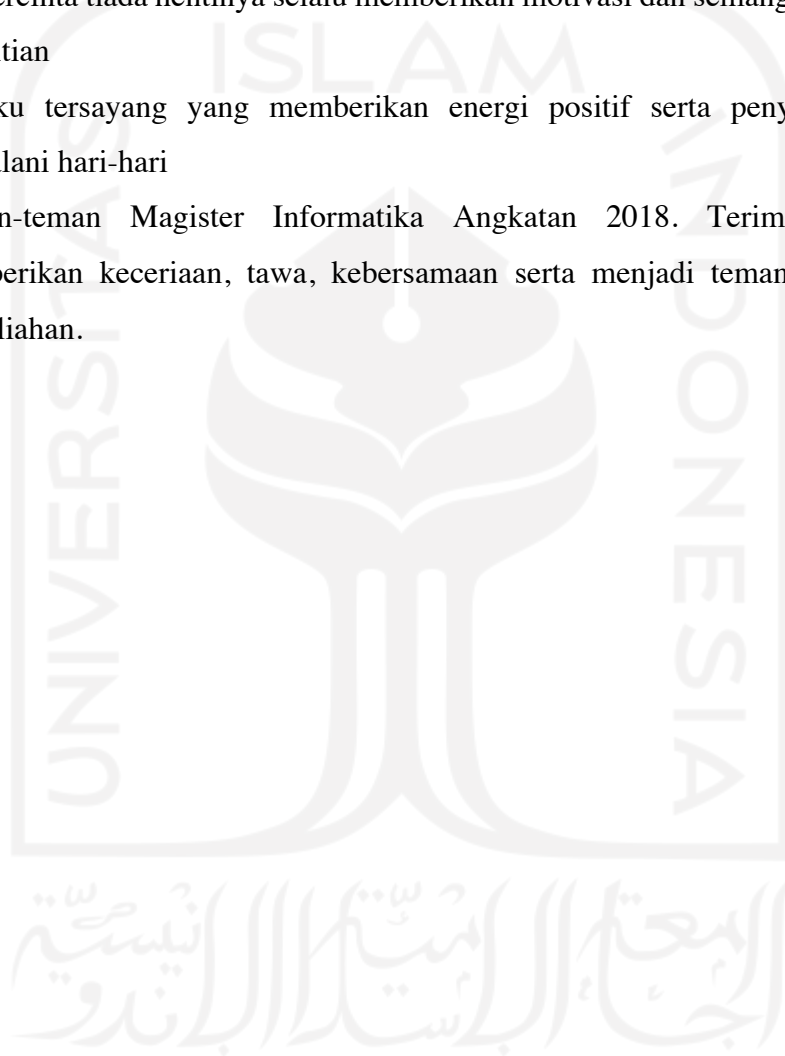
1. Dr. Ahmad Luthfi, S.Kom., M.Kom.
2. Dr. Raden Teduh Dirgahayu, S.T., M.Sc.
3. Dr. Mukhammad Andri Setiawan, S.T., M.Sc.
4. Dr. Ir. Elisa Kusrini, MT, CPIM.
5. Ahmad Munasir Rafie Pratama, S.T., M.I.T., Ph.D.



Halaman Persembahan

Karya ini saya persembahkan untuk semua pihak yang telah membantu berupa masukan, motivasi dan dukungan dalam penelitian ini, terkhusus kepada:

1. Kedua orang tua yang senantiasa membimbing, memberikan doa, kasih sayang, dukungan moral maupun spiritual untuk selalu menggapai keinginan dan cita cita.
2. Istri tercinta tiada hentinya selalu memberikan motivasi dan semangat selama proses penelitian
3. Anakku tersayang yang memberikan energi positif serta penyemangat dalam menjalani hari-hari
4. Teman-teman Magister Informatika Angkatan 2018. Terima kasih sudah memberikan keceriaan, tawa, kebersamaan serta menjadi teman terbaik selama perkuliahan.



Kata Pengantar

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberi rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan tesis ini. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi akhir zaman, Nabi Muhammad SAW., yang telah menuntun kita dengan *Addinul Islam*, yakni agama yang diridhoi oleh Allah SWT.

Proses panjang dalam penyusunan tesis ini membuat penulis banyak mencurahkan segala kemampuan yang ada, meski masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan ini. Tesis yang berjudul “Analisis Faktor Penerimaan Teknologi Bank Digital Menggunakan Modifikasi UTAUT2” memberi penulis wawasan baru dan banyak hal-hal menarik yang sebelumnya luput dari pembahasan dan semoga dapat mengambil hikmah dari penulisan ini.

Dalam penulisan ini tidak lepas dari dukungan semua pihak yang selalu memberi motivasi dan bantuannya dalam melancarkan penulisan tesis ini, ucapan terima kasih saya ucapkan kepada:

1. Kedua orang tua, istri dan anak yang telah selalu memberikan dukungan dan motivasi selama penelitian.
2. Rektor Universitas Islam Indonesia Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D.
3. Ketua Program Studi Informatika Program Magister Bu Izzati Muhimmah, S.T., M.Sc., Ph.D.
4. Pembimbing penelitian Bapak Dr. Ahmad Luthfi, S.Kom., M.Kom. dan Bapak Dr. Raden Teduh Dirgahayu, S.T., M.Sc. yang dengan sabar memberikan banyak saran dan masukan hingga terselesaikannya penelitian.
5. Bapak Dr. Mukhammad Andri Setiawan, S.T., M.Sc. yang memberikan saran masukan selama ujian seminar proposal.
6. Ibu Dr. Ir. Elisa Kusrini, MT, CPIM. yang memberikan saran masukan selama ujian seminar kemajuan.
7. Bapak Ahmad Munasir Rafie Pratama, S.T., M.I.T., Ph.D yang memberikan saran masukan selama ujian pendadaran tesis.
8. Terima kasih kepada seluruh elemen yang terlibat dalam penulisan tesis ini secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebut satu persatu, semoga Allah SWT memberikan balasan pahala dan kebaikan. Amiin.

Penulis sadar bahwa dalam penulisan tesis ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Maka saran dan kritik selalu penulis harapkan agar dalam penulisan ini bisa lebih baik lagi. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak khususnya bagi penulis.

Yogyakarta, Mei 2022

Penulis



M. Khoirul Ansor



Daftar Isi

Lembar Pengesahan Pembimbing	i
Lembar Pengesahan Penguji.....	ii
Abstrak.....	iii
Abstract.....	v
Pernyataan Keaslian Tulisan	vi
Daftar Publikasi	vii
Halaman Kontribusi.....	viii
Halaman Persembahan	ix
Kata Pengantar.....	x
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel.....	xv
Daftar Gambar	xvi
Glosarium	xvii
BAB 1 Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB 2 Tinjauan Pustaka	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Bank Digital.....	10
2.3 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2).....	12
BAB 3 Metodologi	15

3.1	Metode Penelitian	15
3.2	Langkah-Langkah Penelitian	15
3.3	Data Populasi dan Sampel	16
3.4	Model dan Hipotesis Penelitian	17
3.5	Pembuatan Kuesioner	21
3.6	Teknik Analisis Data.....	23
BAB 4 Hasil dan Pembahasan		25
4.1	Data Responden	25
4.2	Analisis Deskriptif Variabel	27
4.3	Analisis Model Pengukuran.....	28
4.3.1	Uji Reliabilitas.....	29
4.3.2	Uji Validitas.....	31
4.4	Analisis Model Struktural	34
4.4.1	Koefisien Determinasi (R-Square)	35
4.4.2	Uji Hipotesis.....	35
4.5	Analisis Efek Moderasi.....	36
4.5.1	Efek Moderasi Usia	36
4.5.2	Efek Moderasi Jenis Kelamin.....	37
4.5.3	Efek Moderasi Pengalaman.....	38
4.5.4	Ringkasan Efek Moderasi.....	39
4.6	Pembahasan.....	41
4.6.1	H1: Apakah ekspektasi kinerja (PE) berpengaruh terhadap niat penggunaan teknologi bank digital (BI)?	41
4.6.2	H2: Apakah ekspektasi usaha (EE) berpengaruh terhadap niat penggunaan teknologi bank digital (BI) ?	42
4.6.3	H3: Apakah pengaruh sosial (SI) berpengaruh terhadap niat penggunaan teknologi bank digital (BI)?	43

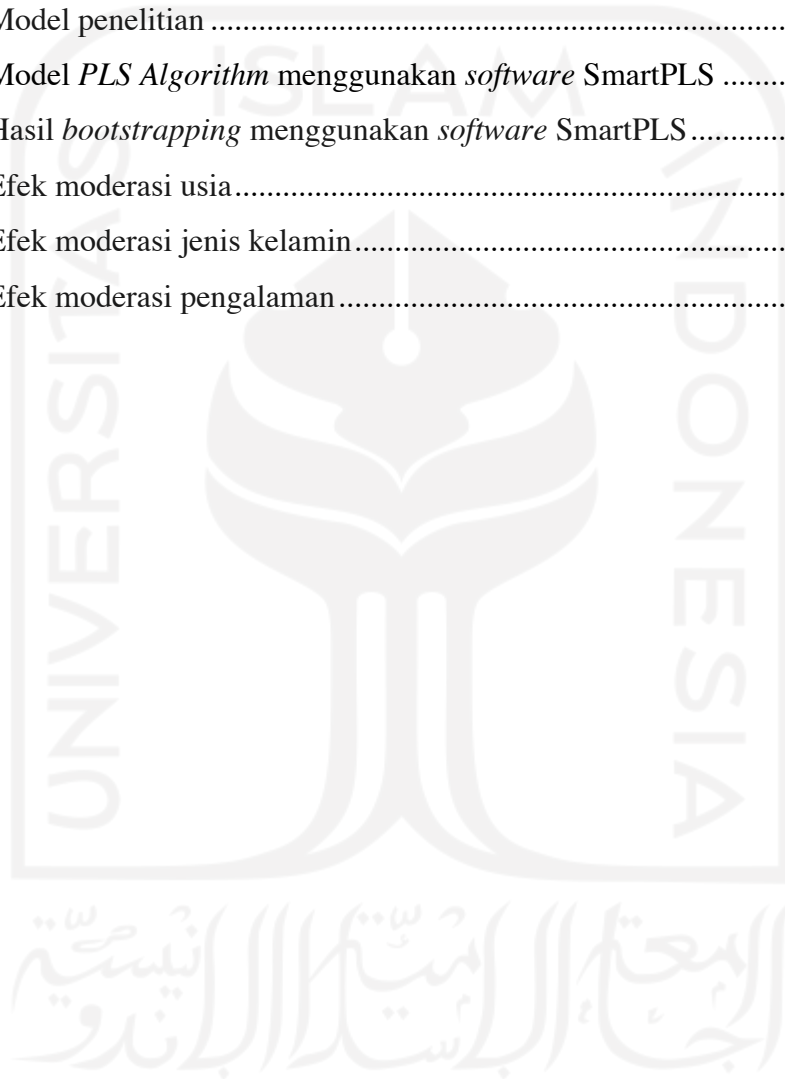
4.6.4	H4: Apakah kondisi pendukung (FC) berpengaruh terhadap niat penggunaan teknologi bank digital (BI)?	44
4.6.5	H5: Apakah motivasi hedonis (HM) berpengaruh terhadap niat penggunaan teknologi bank digital (BI)?	45
4.6.6	H6: Apakah nilai harga (PV) berpengaruh terhadap niat penggunaan teknologi bank digital (BI)?	46
4.6.7	H7: Apakah kebiasaan (HT) berpengaruh terhadap niat penggunaan teknologi bank digital (BI)?	46
4.6.8	H8: Apakah keamanan (SC) berpengaruh terhadap niat penggunaan teknologi bank digital (BI)?	48
BAB 5 Kesimpulan dan Saran		49
5.1	Kesimpulan	50
5.2	Saran	50
Daftar Pustaka		52
Lampiran A		57
Lampiran B		62

Daftar Tabel

Tabel 2.1 Penelitian Terdahhulu.....	9
Tabel 3.1 Definisi Konstruk Pada Model Penelitian	18
Tabel 3.2 Hipotesis Penelitian	18
Tabel 3.3 Daftar Pertanyaan Kuesioner.....	22
Tabel 4.1 Demografi Responden Penelitian	25
Tabel 4.2 Kategori Tingkat Penerimaan.....	27
Tabel 4.3 Tingkat Penerimaan Bank Digital	28
Tabel 4.4 Nilai Cronbach's Alpha.....	30
Tabel 4.5 Nilai <i>Composite Reliability</i>	31
Tabel 4.6 Nilai <i>Outer Loading</i>	32
Tabel 4.7 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	33
Tabel 4.8 Nilai <i>Discriminant Validity</i>	34
Tabel 4.9 Nilai Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>)	35
Tabel 4.10 Uji Hipotesis	35
Tabel 4.11 Efek Moderasi Usia	37
Tabel 4.12 Efek Moderasi Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.13 Efek Moderasi Pengalaman.....	39
Tabel 4.14 Ringkasan Analisis Efek Moderasi	40

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Era perbankan (Dsinnovate, 2021)	10
Gambar 2.2 Pertumbuhan pengguna bank digital (Dsinnovate, 2021).....	12
Gambar 2.3 Framework UTAUT (Venkatesh et al., 2003)	13
Gambar 2.4 Framework UTAUT2 (Venkatesh et al., 2012)	14
Gambar 3.1 Langkah-langkah penelitian.....	15
Gambar 3.2 Model penelitian	18
Gambar 4.1 Model <i>PLS Algorithm</i> menggunakan <i>software</i> SmartPLS	29
Gambar 4.2 Hasil <i>bootstrapping</i> menggunakan <i>software</i> SmartPLS.....	34
Gambar 4.3 Efek moderasi usia.....	36
Gambar 4.4 Efek moderasi jenis kelamin.....	38
Gambar 4.5 Efek moderasi pengalaman.....	39



Glosarium

Covid-19	- Coronavirus Disease 2019
OJK	- Otoritas Jasa Keuangan
IHSG	- Indeks Harga Saham Gabungan
BPR	- Bank Perkreditan Rakyat
UTAUT	- Unified Theory of Acceptance and Use of Technology
UTAUT2	- Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2
TAM	- Technology Acceptance Model



BAB 1

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Teknologi telah menjadi bagian dari keseharian masyarakat di seluruh belahan dunia, inovasi teknologi yang pesat telah memberikan kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan (Lawson, 2006). Kemunculan pandemi covid-19 semakin mengakselerasi penerimaan teknologi ke seluruh lapisan masyarakat, hal ini disebabkan diwajibkannya penerapan protokol kesehatan untuk mengurangi penyebaran covid-19 yang telah menewaskan banyak korban (Ting et al., 2020). Salah satu protokol kesehatan yang sangat mengubah pola hidup masyarakat adalah *social distancing* atau jaga jarak. Dengan adanya kewajiban jaga jarak dalam beraktivitas, teknologi menjadi sarana penolong agar kegiatan tetap berjalan sebagaimana mestinya sambil tetap menjaga jarak. Masyarakat yang sebelumnya gagap teknologi, karena adanya covid-19 memaksa mereka untuk dapat menggunakan teknologi demi tetap terlaksananya kegiatan selama pandemi (Vargo et al., 2020).

Keberadaan pandemi telah meruntuhkan perekonomian seluruh negara, namun disisi lain pandemi covid-19 juga memaksa perusahaan untuk berlomba-lomba berinovasi agar tetap dapat bertahan (Han & Qian, 2020). Salah satu sektor yang sangat terpuruk selama pandemi covid-19 adalah sektor ekonomi dan perbankan, di awal kemunculan pandemi Bank Indonesia terpaksa memberikan revisi proyeksi pertumbuhan ekonomi Indonesia di bawah 5% yaitu 2,5% (Susilawati et al., 2020). Kegiatan perbankan masih banyak didominasi oleh kewajiban keberadaan fisik untuk mengurus berbagai transaksi perbankan. Meski saat ini telah banyak aplikasi *mobile banking* yang memberikan banyak kemudahan, namun masih banyak hal yang mewajibkan keberadaan fisik nasabah untuk mengurus berbagai hal terkait layanan perbankan. Salah satu inovasi teknologi yang memberikan kemudahan dalam layanan perbankan adalah bank digital (Riyanto et al., 2018). Keberadaan pandemi covid-19 juga turut mempercepat pertumbuhan inovasi teknologi di sektor perbankan.

Selama tahun 2021 ada banyak saham bank kecil yang bertransformasi menjadi bank digital (Kompas.com, 2021). Selain bank mini yang bertransformasi menjadi bank digital, bank besar juga turut berpartisipasi untuk membuat bank digital sendiri atau *digital branch*. Pada tahun 2021 harga saham bank digital naik ratusan bahkan sampai ribuan persen,

beberapa saham bank digital yang harganya mengalami kenaikan fantastis pada akhir tahun 2021 adalah Allo Bank yang naik 3.140,05 persen, Bank Jago naik 394,62 persen, Bank Neo Commerce naik 438,63 persen, Bank QNB naik 81,13 persen dan Bank Raya Indonesia naik 167,09 persen. Kenaikan harga saham bank digital yang fantastis ini disebabkan oleh kepercayaan para investor bahwa bank digital adalah masa depan dunia perbankan (Bisnis.com, 2021). Beberapa tahun ini tuntutan percepatan pertumbuhan digital semakin terlihat, hal tersebut didorong oleh tuntutan masyarakat akan layanan finansial yang efisien, dapat diakses dari mana saja, cepat dan tentu saja memberikan keamanan. Kondisi tersebut membuat perbankan terdorong untuk memprioritaskan transformasi digital serta dapat menjadi strategi peningkatan daya saing (OJK, 2021).

Bank digital merupakan bank yang memberikan layanan perbankan secara digital dari hulu ke hilir (Kompas.com, 2021). Bank digital lebih dari sekedar *Mobile Banking* dan *Internet Banking* yang sudah ada di banyak bank pada umumnya. Bank digital merupakan bank yang dalam menjalankan usahanya dilakukan dengan saluran elektronik atau digital. Bank digital juga diperbolehkan tidak mempunyai kantor cabang, namun tetap diwajibkan memiliki satu kantor pusat. Tanpa adanya kantor cabang tentu menjadi efisiensi yang sangat besar bagi perbankan, disisi lain mempermudah pelanggan dalam melakukan kegiatan perbankan tanpa harus datang ke kantor cabang bank. Bank digital memungkinkan semua transaksi dari mulai pendaftaran, transaksi perbankan, proses pengaduan ke *customer service* bahkan sampai penutupan dapat dilakukan via daring tanpa datang ke kantor cabang bank. Keberadaan bank digital di Indonesia sebenarnya telah lama ada sejak 2016 dengan adanya Jenius dari Bank BTPN, namun belum terlalu diminati. Setelah kemunculan covid-19 di Indonesia sejak tahun 2020, berbagai inovasi teknologi memperoleh kepercayaan masyarakat dan investor, yang salah satunya adalah bank digital. Pertumbuhan pengguna bank digital juga terus meningkat secara signifikan setiap bulannya selama tahun 2021 (Dsinnovate, 2021). Hal ini menjadi tolak ukur bahwa animo masyarakat cukup besar terhadap bank digital yang masih baru.

Selain tidak adanya gedung fisik kantor cabang, yang membedakan bank digital dengan bank umum lainnya adalah adanya inovasi perbankan yang memberikan fleksibilitas berupa fitur-fitur yang tidak ditemui pada aplikasi *mobile banking* bank umum. Sebagai contoh fitur kantong pada Bank Jago yang dapat membuat banyak sub akun yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan nasabah, bisa sebagai akun untuk transaksi atau untuk keperluan menabung. Pembukaan atau penutupan sub akun tersebut dapat dilakukan sepenuhnya via daring, berbeda dengan bank umum yang mengharuskan nasabah untuk

datang ke kantor cabang bank. Contoh lain adalah fitur saldo mata uang asing pada Bank Jenius yang dapat membeli dan menjual mata uang asing langsung dari aplikasi, padahal pada bank umum perlu membuat tabungan valas untuk dapat mempunyai saldo berupa mata uang asing. Berbagai inovasi fitur dan fleksibilitas tersebut yang menjadi daya saing bank digital dibanding dengan bank umum lainnya.

Bank digital adalah hal yang baru bagi masyarakat Indonesia. Sesuatu yang baru selalu membuat orang tertarik dan ingin tahu, namun disisi lain juga membuat orang takut. Ketakutan akan hal baru tentu sangat beralasan, karena belum mempunyai pengetahuan yang cukup terhadap hal baru tersebut. Bank digital menawarkan berbagai kemudahan dan fleksibilitas dalam hal transaksi dan segala urusan perbankan terhadap nasabahnya. Namun disisi lain calon nasabah tentu khawatir dengan berbagai isu terkait kelengkapan fitur, kemudahan penggunaan aplikasi, keamanan transaksi, keamanan investasi dan berbagai hal terkait bank digital (Vishnuvardhan et al., 2020). Tingkat kepercayaan dan kekhawatiran masyarakat tersebut mempengaruhi tingkat penerimaan masyarakat terhadap bank digital.

Keamanan merupakan faktor yang sangat krusial dalam transaksi dan layanan perbankan digital (Patel & Patel, 2018). Bank digital yang seluruh pelayanannya menggunakan media digital tentu sangat rawan dari serangan siber. Serangan pada bank dapat merugikan nasabah yang mengakibatkan hilangnya harta kekayaan nasabah, selain itu faktor keamanan pada bank juga dapat mempengaruhi keberlangsungan ekonomi jika dilakukan dalam skala besar. Perbankan harus dapat menjaga keamanan dari berbagai serangan yang mungkin terjadi, terutama ketika jelas bahwa sistem keuangan mengelola keberlangsungan ekonomi suatu negara dan oleh karena itu akan menjadi target serangan pertama perang siber antar negara (Skinner, 2014). Kasus pembobolan bank digital sudah pernah terjadi di Indonesia, yaitu kasus pembobolan akun beberapa nasabah bank jenius pada tahun 2021 (Bisnis.com, 2021). Kejadian ini perlu dijadikan sebagai bahan evaluasi betapa pentingnya faktor keamanan dalam bank digital. Mengacu pada hal tersebut aspek keamanan merupakan faktor yang perlu dipertimbangkan dalam perkembangan bank digital. Bagi nasabah tentu faktor keamanan menjadi sangat krusial karena mereka mempercayakan bank untuk menempatkan kekayaannya. Berdasarkan hal tersebut faktor keamanan menjadi salah satu faktor penentu dalam penerimaan bank digital yang masih tergolong baru bagi masyarakat Indonesia.

Berdasarkan uraian permasalahan dan latar belakang yang telah disebutkan, maka diperlukan suatu pendekatan analisis sebagai solusinya. Karena penekanan analisis dalam penelitian ini adalah faktor yang mempengaruhi penerimaan masyarakat terhadap teknologi

bank digital yang masih baru bagi masyarakat, maka model penerimaan teknologi merupakan model yang tepat untuk digunakan. Salah satu teori penerimaan teknologi yang banyak digunakan adalah UTAUT2. Penggunaan model UTAUT2 dalam penelitian ini dikarenakan UTAUT2 adalah model yang komprehensif yang merupakan gabungan dari berbagai teori penerimaan sebelumnya dan banyak digunakan untuk menganalisis penerimaan teknologi. Pemilihan UTAUT2 juga dikarenakan UTAUT2 lebih berfokus menggunakan pendekatan dari sisi konsumen dibandingkan UTAUT yang berfokus pada pendekatan dari sisi perusahaan/ *enterprise*. Terdapat banyak penelitian yang menunjukkan bahwa model UTAUT2 terbukti secara empiris mampu menjelaskan penerimaan teknologi dalam sektor keuangan dan perbankan. Beberapa di antaranya adalah analisis penerimaan teknologi *mobile banking* (Premi et al., 2020), analisis faktor yang mempengaruhi penggunaan *crowdfunding* (Putro et al., 2019), analisis penerimaan *E-Wallet* (Hidayat et al., 2020), kajian faktor yang mempengaruhi adopsi sistem pinjaman *peer-to-peer* (Soegesty et al., 2020), dan evaluasi tingkat penerimaan *E-Money* (Irfan, 2020). Penelitian-penelitian yang telah disebutkan mempertegas bahwa UTAUT2 merupakan model yang tepat untuk menganalisis penerimaan teknologi keuangan dan perbankan sebagaimana teknologi bank digital. Namun pengembangan konstruk antara satu penelitian dengan yang lain pada model UTAUT2 berbeda-beda sesuai konteks penelitian.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan, penelitian ini akan menganalisis faktor yang mempengaruhi penerimaan bank digital dengan menggunakan teori UTAUT2 yang dimodifikasi dengan menambahkan konstruk keamanan (*security*) untuk menganalisis faktor yang menentukan penerimaan masyarakat terhadap bank digital. UTAUT2 mempunyai tujuh konstruk utama yaitu ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi pendukung (*facilitating conditions*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*), nilai harga (*price value*) dan kebiasaan (*habit*). Selain ketujuh konstruk pada UTAUT2, peneliti menambahkan konstruk keamanan (*security*) sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi pengguna dalam penerimaan bank digital. Penambahan konstruk keamanan (*security*) untuk melihat apakah faktor keamanan yang merupakan hal penting dalam perbankan, dapat menjadi faktor yang dipertimbangkan nasabah dalam menggunakan bank digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi penerimaan teknologi bank digital yang dicerminkan dengan perilaku niat untuk menggunakan bank digital. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan bagi bank digital terkait faktor-faktor yang dapat menentukan penerimaan bank digital di masyarakat sehingga

bank digital dapat diterima secara luas oleh masyarakat serta menggerakkan digitalisasi sektor perbankan.

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu dari latar belakang masalah yang telah dibahas, berikut rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Bagaimana tingkat penerimaan bank digital ?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi niat untuk menggunakan teknologi bank digital?
3. Apakah faktor keamanan (*security*) mempengaruhi niat penggunaan bank digital?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah bertujuan untuk menghindari penyimpangan maupun perluasan topik masalah penelitian, sehingga penelitian lebih terfokus dan terarah untuk mencapai tujuan penelitian. Berikut adalah beberapa batasan masalah penelitian ini :

1. Menganalisis faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi penerimaan atas bank digital berdasarkan model UTAUT2 dengan modifikasi penambahan konstruk keamanan (*security*).
2. Efek moderasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah usia, jenis kelamin dan pengalaman menggunakan bank digital.
3. Jumlah sampel yang diperoleh pada penelitian ini masih belum memenuhi standar jumlah sampel minimal berdasarkan metode *inverse square root* karena keterbatasan waktu penelitian.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat penerimaan masyarakat terhadap bank digital, faktor-faktor apa saja yang mampu mempengaruhi penggunaan bank digital dan bagaimana faktor keamanan mempengaruhi penerimaan bank digital.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bermanfaat untuk membantu meningkatkan kualitas layanan bank digital atau memaksimalkan pemasaran untuk menarik pengguna baru bank digital berdasarkan faktor yang menjadi pertimbangan nasabah dalam memilih menggunakan bank digital. Secara teoritis, penelitian ini berguna untuk melengkapi penelitian empiris tentang bank digital di

Indonesia menggunakan model UTAUT2 dengan modifikasi penambahan faktor keamanan (*security*).

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini menggunakan sistematika penulisan dengan struktur tradisional (*monograph*).

Penulisan terdiri dari lima bab, berikut adalah penjelasan dari setiap bab :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini akan dijelaskan tentang latar belakang mengapa mengangkat penelitian ini, rumusan masalah, batasan masalah dalam penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini peneliti akan dijabarkan penelitian terdahulu dan apa yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, penjelasan tentang bank digital dan paparan tentang UTAUT2 sebagai model penelitian yang akan digunakan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan metode penelitian, langkah penelitian, data populasi dan sampel penelitian, model dan hipotesis penelitian serta teknik analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dilakukan analisis data menggunakan *tool* analisis untuk melihat apakah hipotesis yang dibuat sesuai dengan hasil analisis, kemudian akan dilakukan pembahasan hipotesis yang lebih mendalam berdasarkan analisis yang telah dilakukan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dibahas kesimpulan dari hasil penelitian secara menyeluruh. Selain itu akan disertakan saran dari peneliti untuk meningkatkan penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

BAB 2

Tinjauan Pustaka

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terkait penerimaan bank digital telah dilakukan dengan beberapa model penelitian dan pengembangan. Penelitian terdahulu diperlukan untuk memberikan gambaran penelitian yang telah dilakukan terkait objek yang akan diteliti dan bagaimana perkembangan serta perbedaan penelitian yang sudah dilakukan. Berikut adalah pembahasan penelitian yang pernah dilakukan terkait penerimaan bank digital dengan berbagai metode dan model penelitian yang berbeda.

Penelitian Mufarih dkk (2020) mempelajari tentang faktor yang mempengaruhi penggunaan bank digital oleh nasabah di Yogyakarta Indonesia menggunakan model berdasarkan TAM dengan tambahan faktor citra sosial, risiko yang dirasakan dan kepercayaan. *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan salah satu teori yang banyak digunakan untuk menganalisis penerimaan teknologi. Hasil penelitian penelitian ini menunjukkan bahwa faktor risiko dan kepercayaan mendominasi pengaruh terhadap penggunaan bank digital. Sementara faktor citra sosial, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan bank digital. Berbeda dari penelitian yang dilakukan Mufarih dkk (2020) yang menggunakan TAM, penelitian ini menggunakan UTAUT2 dikarenakan model UTAUT2 lebih komprehensif untuk menganalisis penerimaan teknologi, hal ini sejalan dengan sejarah adanya UTAUT yang merupakan gabungan dari berbagai teori penerimaan yang salah satunya adalah TAM.

Penelitian Rila Anggraeni dkk (2021) mengevaluasi faktor yang mempengaruhi niat untuk menggunakan layanan digital di perbankan Indonesia. penelitian ini mengadopsi variabel pada model UTAUT2 yaitu ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi pendukung (*facilitating conditions*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*), nilai harga (*price value*), dan kebiasaan (*habit*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor kebiasaan (*habit*) adalah variabel tertinggi yang menentukan penggunaan layanan digital perbankan. Faktor motivasi hedonis dan pengaruh sosial juga berpengaruh terhadap niat penggunaan layanan digital perbankan. Namun faktor ekspektasi usaha, kondisi pendukung, harapan kinerja, dan nilai harga tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap niat penggunaan layanan digital perbankan. Penelitian yang akan dilakukan juga akan menggunakan model UTAUT2,

namun peneliti memberikan modifikasi model UTAUT2 dengan menambahkan konstruk faktor keamanan (*security*). Penambahan ini dikarenakan faktor keamanan merupakan faktor yang sangat krusial dalam teknologi yang berhubungan dengan keuangan perbankan. Rasa aman dalam transaksi keuangan menjadi sangat krusial karena menyangkut harta nasabah, jika terjadi pembobolan keamanan tentu akan mengakibatkan kerugian bagi nasabah.

Penelitian Suma Vally dkk (2020) melakukan penelitian terkait faktor yang mempengaruhi adopsi bank digital di kota Hyderabad India dengan menggunakan model UTAUT2 yang telah dimodifikasi. Modifikasi terhadap model UTAUT2 yang dilakukan adalah dengan mengurangi faktor pengaruh sosial (*social influence*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), kondisi pendukung (*facilitating conditions*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*) dan kebiasaan (*habit*) berpengaruh positif terhadap adopsi bank digital di kota Hyderabad India. Sedangkan faktor nilai yang dirasakan (*perceived value*) tidak berpengaruh positif terhadap adopsi bank digital di kota Hyderabad India. Pengurangan faktor pengaruh sosial (*social influence*) pada penelitian Suma Vally dkk (2020) karena menurutnya faktor pengaruh sosial tidak berpengaruh dalam penerimaan bank digital di Hyderabad India. Peneliti tetap mempertahankan faktor pengaruh sosial (*social influence*) dalam model penelitian karena pengaruh sosial (*social influence*) merupakan salah satu faktor yang berpengaruh dalam penerimaan bank digital. Faktor pengaruh sosial didefinisikan dengan sejauh mana nasabah bank digital merasa bahwa orang terdekatnya juga harus menggunakan bank digital. Hal ini berarti nasabah merasa percaya diri bahwa bank digital yang digunakan memberikan manfaat dan dapat diandalkan.

Penelitian Nurrani & Azzahra (2020) melakukan penelitian bagaimana faktor kepercayaan (*trust*) mempengaruhi penerimaan bank digital di Indonesia menggunakan model penelitian UTAUT2 dengan modifikasi penambahan faktor kepercayaan (*trust*). Hipotesis dari penelitian ini adalah bahwa kepercayaan (*trust*) berpengaruh signifikan terhadap ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), kondisi pendukung (*facilitating conditions*) dan niat perilaku untuk mengadopsi (*behavioural intention to adopt*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan (*trust*) memiliki pengaruh terhadap ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*) dan kondisi pendukung (*facilitating conditions*) sebagai faktor penerimaan nasabah yang dapat menyebabkan niat perilaku untuk menggunakan perbankan digital di Indonesia. Kepercayaan (*trust*) juga memiliki pengaruh langsung terhadap niat perilaku untuk menggunakan perbankan digital di Indonesia. Berbeda dengan penelitian

tersebut, penelitian yang akan dilakukan menambahkan faktor keamanan pada model UTAUT2, hal ini dapat melengkapi penelitian empiris penerimaan bank digital di Indonesia menggunakan UTAUT2 dengan pendekatan yang berbeda.

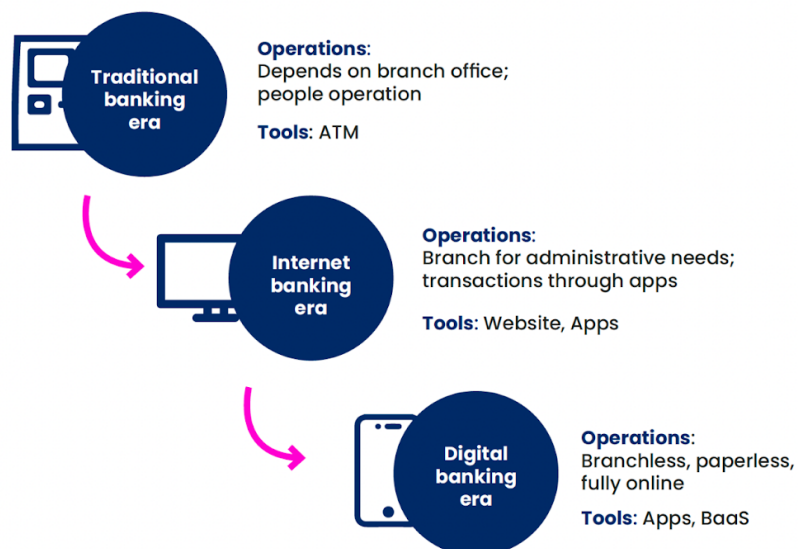
Sebagaimana penelitian terdahulu yang sudah dilakukan, peneliti menggunakan model penelitian UTAUT2 untuk menganalisis penerimaan bank digital di Indonesia, namun peneliti memberikan modifikasi konstruk pada model UTAUT2 dengan penambahan konstruk keamanan (*security*). Penambahan konstruk keamanan (*security*) menjadi pembeda dari penelitian sebelumnya. Hipotesis pada penelitian ini adalah bahwa faktor-faktor pada model UTAUT2 dan faktor keamanan (*security*) akan berpengaruh positif terhadap penerimaan bank digital mengingat pentingnya faktor keamanan dalam transaksi perbankan digital.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Judul Penelitian	Fokus & Ruang Lingkup	Metode Analisis	Hasil Analisis
<i>Factors Influencing Customers to Use Digital Banking Application in Yogyakarta, Indonesia</i>	Menganalisis faktor yang mempengaruhi penggunaan bank digital di Yogyakarta Indonesia	Modifikasi TAM dengan Penambahan faktor citra sosial, risiko yang dirasakan dan kepercayaan	Faktor risiko dan kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan bank digital, sementara faktor citra sosial, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan bank digital
<i>Examining Factors Influencing Consumers Intention and Usage of Digital Banking: Evidence from Indonesian Digital Banking Customers</i>	Mengevaluasi faktor yang mempengaruhi niat untuk menggunakan layanan digital di perbankan Indonesia	UTAUT2	Faktor kebiasaan, motivasi hedonis dan pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat penggunaan layanan digital perbankan, sedangkan ekspektasi usaha, kondisi pendukung, harapan kinerja, dan nilai harga tidak memiliki hubungan signifikan terhadap niat penggunaan layanan digital perbankan.
<i>Factors that Affect the Digital Banking Adoption in Hyderabad City- UTAUT Model Approach</i>	Menganalisis Faktor yang mempengaruhi adopsi bank digital di kota Hyderabad India	Modifikasi UTAUT2 dengan pengurangan faktor pengaruh sosial	Faktor ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kondisi pendukung, motivasi hedonis dan kebiasaan berpengaruh positif, sedangkan faktor nilai yang dirasakan tidak berpengaruh terhadap adopsi bank digital
<i>Trust Role in Acceptance of Digital Banking in Indonesia</i>	Menganalisis pengaruh faktor kepercayaan terhadap penerimaan bank digital di Indonesia	Modifikasi UTAUT2 dengan penambahan faktor kepercayaan	Faktor kepercayaan berpengaruh terhadap ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha dan kondisi pendukung sebagai faktor penerimaan nasabah yang dapat menyebabkan niat perilaku untuk menggunakan perbankan digital.

2.2 Bank Digital

Era teknologi perbankan secara umum dapat digolongkan menjadi 3 era yaitu era *traditional banking*, era *internet banking* dan era *digital banking* (Dsinnovate, 2021). Era *traditional bank* ditandai dengan masih tergantungnya operasional perbankan dengan kantor cabang dan keberadaan fisik karyawan perbankan. Alat utama yang digunakan pada masa *traditional bank* adalah mesin ATM. Selanjutnya ketika internet telah banyak tersebar dan digunakan secara masif, muncullah era *internet banking* yang ditandai dengan sudah dapat dilakukannya transaksi perbankan melalui perangkat lunak dengan jaringan internet. Sedangkan kantor cabang lebih banyak digunakan untuk keperluan administratif perbankan. Alat transaksi pada era *internet banking* yang digunakan adalah *web banking* atau *mobile banking*. Dan yang terakhir, saat ini adalah era *digital banking* yang ditandai dengan perbankan yang sudah tidak lagi memerlukan kantor cabang dan tanpa dokumen fisik. Hal ini karena semua kebutuhan perbankan mulai dari pendaftaran, transaksi perbankan maupun administrasi perbankan dilakukan secara daring menggunakan perangkat lunak atau aplikasi bank digital. di era *digital banking*, aplikasi bank digital dapat terintegrasi dengan ekosistem keuangan lainnya seperti *e-money*, dapat menjadi rekening dana nasabah yang terintegrasi dengan aplikasi investasi, dan juga layanan keuangan lainnya. Era *digital banking* meningkatkan kemampuan teknologi, internet dan *mobile banking* untuk melayani keperluan keuangan nasabah.



Gambar 2.1 Era perbankan (Dsinnovate, 2021)

Mengacu pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 12/POJK.03/2021 Tentang Bank Umum, bank digital didefinisikan sebagai bank berbadan hukum Indonesia yang menyediakan layanan perbankan secara digital tanpa menggunakan kantor fisik selain kantor pusat (OJK, 2021). Bank digital termasuk dalam jenis bank umum dengan ketentuan untuk menyediakan layanan digital dalam setiap urusan nasabah dengan bank. Dalam hal perizinan bank digital adalah bank umum, yang membedakan adalah perubahan model bisnis atau cara melakukan pelayanan kepada masyarakat. Selain itu bank digital juga diberi keleluasaan untuk tidak mempunyai gedung kantor cabang, namun tetap diwajibkan untuk mempunyai kantor pusat. Ketentuan tersebut yang membedakan bank digital dengan bank umum yang sudah ada sebelumnya, ketentuan tersebut juga menegaskan bahwa bank digital juga bukan sekedar *mobile banking* atau *internet banking*.

Munculnya istilah bank digital dalam Peraturan OJK Nomor 12/POJK.03/2021 Tentang Bank Umum, tidak mengubah kelembagaan bank yang telah ada, namun untuk memperjelas definisi bank digital (OJK, 2021). Hal ini untuk memberikan respons dan memperjelas definisi bank digital yang mulai ramai dibicarakan media di tahun 2021 dikarenakan melejitnya saham-saham bank mini yang bertransformasi menjadi bank digital. Maraknya transformasi menjadi digital bank tidak hanya terjadi di Indonesia, fenomena tersebut terjadi hampir di seluruh negara di dunia. Di berbagai negara muncul bank dengan konsep *digital bank*, *neo bank*, maupun *challenger bank*.

Persyaratan untuk pendirian atau transformasi menjadi bank digital dijelaskan pada Pasal 24 dalam Peraturan OJK Nomor 12/POJK.03/2021 Tentang Bank Umum. hal ini untuk memberikan respon maraknya bank umum yang ingin bertransformasi menjadi bank digital. Syarat yang harus dipenuhi untuk menjadi bank digital adalah memiliki model bisnis berbasis pada inovasi teknologi, mampu mengelola bisnis yang berkesinambungan, memiliki manajemen risiko, mempunyai kompetensi di bidang teknologi, mempunyai perlindungan terhadap keamanan dan data nasabah serta berkontribusi dalam pengembangan ekosistem keuangan dan digital. Persyaratan tersebut adalah upaya OJK untuk membuat bank digital tetap aman dan terpercaya bagi nasabah serta untuk menaungi payung hukum kemajuan inovasi digitalisasi perbankan. Keamanan menjadi salah satu faktor yang sangat diperhatikan OJK dalam pembentukan bank digital. Pentingnya faktor keamanan bank digital dikarenakan terdapat potensi kejahatan siber yang mengintai dibalik kemudahan layanan digital yang diberikan, sehingga faktor keamanan siber perlu menjadi perhatian lebih.

Bank digital tidak mempunyai lisensi tersendiri, lisensi bank digital adalah sebagai Bank Umum atau BPR, sehingga tidak ada daftar khusus bank digital yang dirilis oleh OJK. Saat penelitian ini dilakukan daftar bank yang dikategorikan sebagai bank digital adalah Jenius dari Bank BTPN, Jago dari Bank Jago, Seabank dari Bank Seabank Indonesia, TMRW dari Bank UOB, Blu dari Bank BCA, Neobank dari Bank Neo Commerce, Digibank dari Bank DBS Indonesia dan Wokee+ dari Bank Bukopin. Selain bank yang telah disebutkan di atas, ada beberapa bank yang sedang dalam proses bertransformasi menjadi bank digital yaitu Allo Bank Indonesia, BRI Agroniaga, Bank Capital, Bank QNB Indonesia dan KEB Hana Bank. Dari daftar bank yang menyatakan diri sebagai bank digital dan beberapa bank yang sedang dalam proses transformasi menuju bank digital, dapat dilihat antusias perbankan terhadap model bisnis bank digital. Hal ini menjadi indikasi bahwa bank digital adalah model bisnis bank yang akan menjadi masif dan standar di masa depan.

Pertumbuhan pengguna bank digital selama tahun 2021 mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari bulan ke bulan. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan *download* aplikasi bank digital di *google play* yang mengalami peningkatan yang drastis setiap bulannya pada beberapa bank digital yang terlihat pada Gambar 2.2. pertumbuhan nasabah bank digital yang terus meningkat seiring berjalannya waktu menunjukkan minat masyarakat yang tinggi terhadap bank digital.

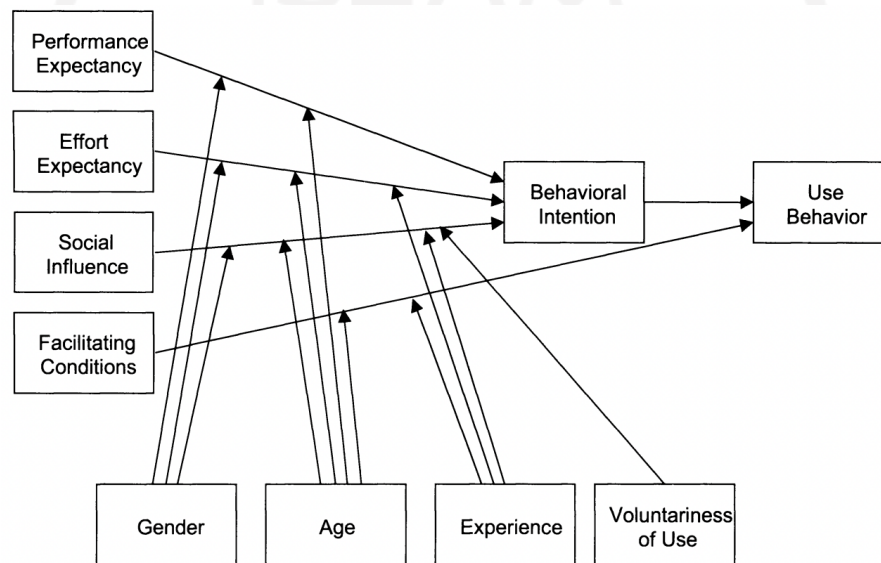


Gambar 2.2 Pertumbuhan pengguna bank digital (Dsinnovate, 2021)

2.3 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)

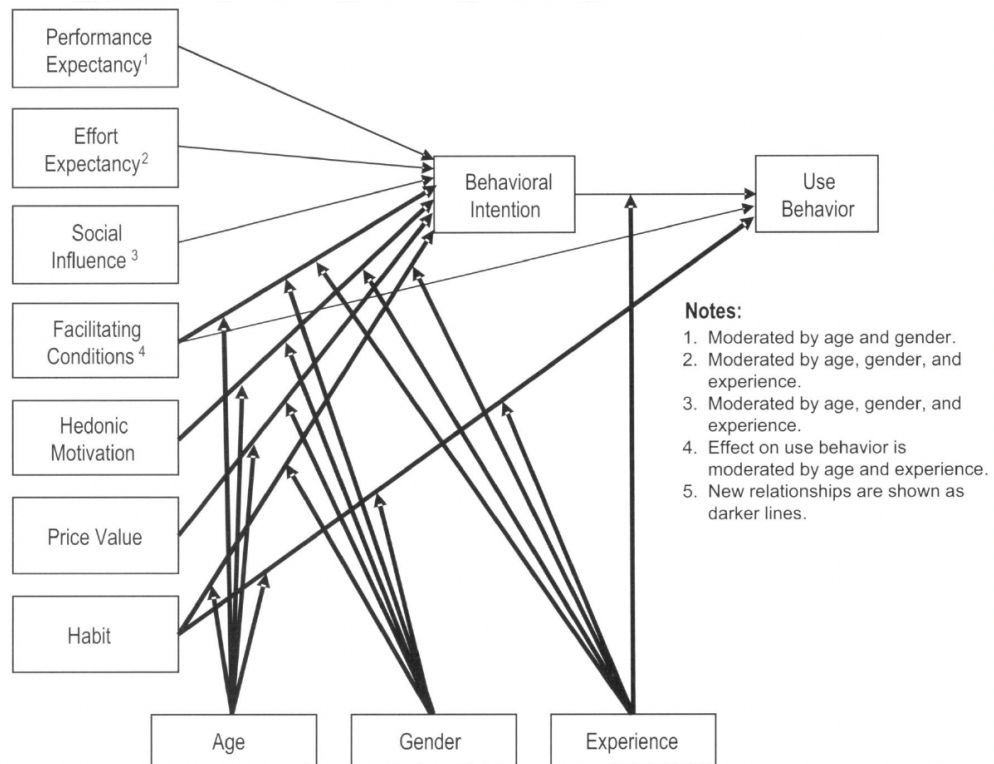
Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) adalah salah satu teori yang banyak digunakan sebagai model untuk mengukur penerimaan dan penggunaan teknologi. Model UTAUT diperkenalkan oleh Viswanath Venkatesh pada tahun 2003. UTAUT dibuat berdasarkan penggabungan konstruk dari delapan teori penerimaan teknologi yang sudah ada sebelumnya. Kedelapan teori tersebut adalah *technology acceptance model* (TAM), *theory of reasoned action* (TRA), *motivational model* (MM),

theory of planned behavior (TPB), *Extension of the Technology Acceptance Model* (TAM2), *model of PC utilization* (MPCU), *diffusion of innovation* (DOI), dan *social cognitive theory* (SCT). Model UTAUT mempunyai empat konstruk. Tiga konstruk berpengaruh terhadap niat perilaku (*behavioral intention*) yang terdiri dari ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*) dan satu konstruk yaitu kondisi pendukung (*facilitating conditions*) yang berpengaruh terhadap perilaku penggunaan (*use behavior*). Selain empat konstruk tersebut terdapat empat moderator yaitu kelamin (*gender*), usia (*age*), pengalaman (*experience*) dan keikutsertaan dalam penggunaan (*voluntariness of use*).



Gambar 2.3 Framework UTAUT (Venkatesh et al., 2003)

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) adalah pengembangan dari model UTAUT. UTAUT banyak digunakan sebagai model penelitian untuk mengevaluasi penerimaan teknologi, dalam berbagai penelitian tersebut UTAUT mendapatkan banyak masukan karena perbedaan budaya, populasi dan teknologi. Oleh karenanya pada tahun 2012 Viswanath Venkatesh memperkenalkan UTAUT2 sebagai pengembangan dari UTAUT untuk menyempurnakan model yang sudah ada. Pada UTAUT2 Viswanath Venkatesh menambahkan 3 konstruk baru yaitu motivasi hedonis (*hedonic motivation*), nilai harga (*price value*) dan kebiasaan (*habit*). selain itu moderator keikutsertaan dalam penggunaan (*voluntariness of use*) dihilangkan (Venkatesh et al., 2012).



Gambar 2.4 Framework UTAUT2 (Venkatesh et al., 2012)

Berikut adalah definisi dari setiap konstruk pada UTAUT2. Ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) didefinisikan sebagai sejauh mana penggunaan suatu teknologi dapat memberikan manfaat saat melakukan kegiatan tertentu. Ekspektasi usaha (*effort expectancy*) adalah seberapa kecil usaha yang diperlukan atau tingkat kemudahan terkait penggunaan teknologi. Pengaruh sosial (*social influence*) adalah sejauh mana pengguna teknologi akan merekomendasikan teknologi tertentu dan merasa bahwa orang lain juga harus menggunakan teknologi tersebut. Kondisi pendukung (*facilitating conditions*) mengacu pada persepsi pengguna teknologi tentang sumber daya dan dukungan yang tersedia untuk melakukan suatu perilaku. Motivasi hedonis (*hedonic motivation*) didefinisikan sebagai kesenangan yang diperoleh dari penggunaan teknologi. Nilai harga (*price value*) didefinisikan sebagai pertukaran antara manfaat yang dirasakan dari suatu teknologi dengan biaya yang harus dikeluarkan untuk menggunakannya. Kebiasaan (*habit*) didefinisikan sebagai sejauh mana orang cenderung melakukan perilaku secara otomatis (Venkatesh et al., 2012).

BAB 3

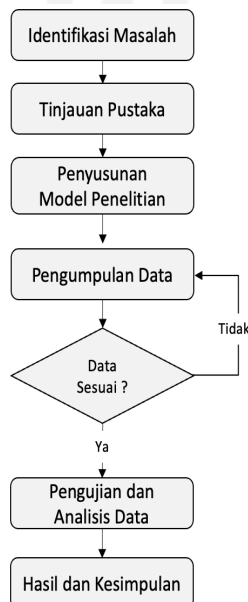
Metodologi

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian pada penelitian ini menggunakan pendekatan yang bersifat kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data berupa angka-angka sebagai alat untuk menemukan dan mengetahui apa yang ingin diketahui (Samsu, 2017). Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang menggunakan pengukuran dan observasi serta pengujian teori (Emzir, 2010). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksplanatori yaitu penelitian yang menguji suatu teori atau hipotesis dengan tujuan untuk menjelaskan hubungan atau pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya (Hartono, 2018). Penelitian ini akan melakukan penelitian untuk mengetahui variabel apa saja yang dapat mempengaruhi penerimaan masyarakat terhadap bank digital dengan menggunakan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT2).

3.2 Langkah-Langkah Penelitian

Penelitian ini terbagi menjadi beberapa langkah penelitian yang akan dilakukan secara bertahap. *Flowchart* langkah penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Langkah-langkah penelitian

Berikut adalah langkah-langkah penelitian beserta penjelasan pada setiap langkah penelitian yang dilakukan :

a. Identifikasi masalah

Langkah pertama dalam penelitian adalah identifikasi masalah, pada tahap ini peneliti menjabarkan latar belakang terkait mengapa perlu dilakukan penelitian faktor penerimaan bank digital dan permasalahan yang dihadapi.

b. Tinjauan Pustaka

Langkah penelitian selanjutnya adalah tinjauan pustaka, pada tahap ini peneliti mengumpulkan dan mempelajari referensi penelitian yang terkait dengan penerimaan masyarakat terhadap bank digital. referensi dapat berupa jurnal, artikel atau bahan lainnya dari sumber daring maupun luring.

c. Penyusunan Model Penelitian

Tahap penelitian selanjutnya adalah usulan model penelitian dan hipotesis penelitian yang mengacu pada model UTAUT2 untuk menganalisis penerimaan masyarakat terhadap bank digital.

d. Pengumpulan Data

Langkah selanjutnya adalah pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dari masyarakat untuk mengumpulkan data terkait penerimaan masyarakat terhadap bank digital.

e. Pengujian dan Analisis Data

Langkah berikutnya adalah pengujian data yang telah terkumpul kemudian menganalisis data kuesioner yang telah diperoleh dari masyarakat menggunakan PLS-SEM berdasarkan model penelitian yang didasarkan pada model UTAUT2 dengan modifikasi penambahan konstruk keamanan (*security*).

f. Hasil dan Kesimpulan

Langkah terakhir adalah menjelaskan hasil penelitian yang telah dilakukan, kemudian mengambil kesimpulan dari data yang sudah dianalisis terkait penerimaan masyarakat terhadap bank digital. berdasarkan dari kesimpulan hasil penelitian tersebut, kemudian peneliti memberikan saran perbaikan terhadap pihak terkait dan saran untuk penelitian selanjutnya.

3.3 Data Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner yang akan dibagikan kepada masyarakat. Masyarakat diminta untuk merespons setiap pernyataan berdasarkan skala likert 5 poin, dimana 1 poin = 'sangat tidak setuju', 2 poin = 'tidak setuju', 3 poin = 'netral', 4 poin = 'setuju' dan 5 poin = 'sangat setuju'. Pengumpulan data dalam penelitian

ini diperoleh secara langsung dengan membagikan kepada responden melalui media sosial berupa survei kuesioner *online* melalui *Google Form*.

Populasi adalah keseluruhan dari sekumpulan orang, kejadian atau hal yang ingin diteliti (Sekaran, 2017). Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang telah menggunakan bank digital atau nasabah bank digital. Berdasarkan Finder.com yang merupakan *provider* informasi faktual dalam membandingkan berbagai produk dan layanan di berbagai negara, 25% orang dewasa di Indonesia telah menggunakan bank digital pada tahun 2021 yang setara 47.722.913 orang (Finder.com, 2021). Sampel adalah anggota terpilih yang merupakan sebagian dari anggota populasi (Sekaran, 2017). Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel minimal dalam penelitian yang menggunakan PLS-SEM adalah metode *inverse square root* (Kock & Hadaya, 2016). Dengan menggunakan *significance level* sebesar 5% dan *minimum path coefficient* 0,2, berikut adalah rumus *inverse square root*:

$$N > \left(\frac{2,486}{|\beta|_{min}} \right)^2 \quad 3.1$$

Keterangan :

N = jumlah minimal sampel

$|\beta|_{min}$ = *minimum path coefficient*

maka,

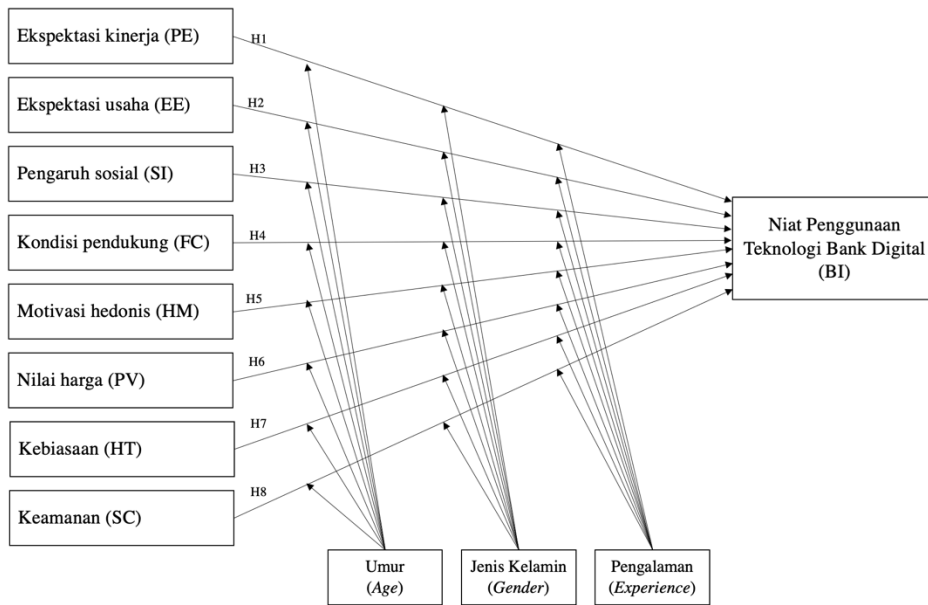
$$N > \left(\frac{2,486}{0,2} \right)^2 = 154,5 \text{ dibulatkan menjadi } 155$$

berdasarkan perhitungan rumus *inverse square root* yang telah dilakukan dengan menggunakan *significance level* sebesar 5% dan *minimum path coefficient* 0,2, maka sampel minimal yang perlu diperoleh pada penelitian ini adalah 155 responden.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang sedemikian rupa sehingga populasi yang dapat dijadikan sampel tidak mempunyai kesempatan yang sama besarnya (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016). Pemilihan responden menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pemilihan sampel dengan pertimbangan tertentu dari keseluruhan populasi (Sugiyono, 2016). Kriteria responden pada penelitian ini adalah nasabah bank digital.

3.4 Model dan Hipotesis Penelitian

Penelitian ini menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) yang dikembangkan oleh Venkatesh dengan modifikasi penambahan konstruk keamanan (*security*). Model pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 3.2 Model penelitian

Berikut adalah definisi konstruk dari model model penelitian ini:

Tabel 3.1 Definisi Konstruk Pada Model Penelitian

Konstruk	Kode	Definisi
Ekspektasi kinerja (<i>Performance expectancy</i>)	PE	Sejauh mana penggunaan bank digital akan memberikan manfaat dalam melakukan kegiatan sehari-hari
Ekspektasi usaha (<i>Effort expectancy</i>)	EE	Seberapa mudah layanan atau aplikasi bank digital digunakan
Pengaruh sosial (<i>Social influence</i>)	SI	Sejauh mana seseorang merasa bahwa orang terdekatnya percaya bahwa ia harus menggunakan bank digital
Kondisi pendukung (<i>Facilitating conditions</i>)	FC	Persepsi pengguna bank digital tentang sumber daya dan dukungan yang tersedia untuk melakukan transaksi perbankan
Motivasi hedonis (<i>Hedonic motivation</i>)	HM	Kesenangan yang diperoleh dari penggunaan bank digital
Nilai harga (<i>Price value</i>)	PV	Pertukaran antara manfaat yang dirasakan dari bank digital dengan biaya yang harus dikeluarkan untuk menggunakannya
Kebiasaan (<i>Habit</i>)	HT	Sejauh mana orang cenderung menggunakan bank digital secara otomatis dalam kegiatannya
Keamanan (<i>Security</i>)	SC	Sejauh mana bank digital memberikan rasa aman dalam kegiatan perbankan
Niat Penggunaan Teknologi Bank Digital (<i>Behavioral intention</i>)	BI	Niat seseorang dalam menggunakan teknologi bank digital

Berdasarkan model penelitian di atas maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Hipotesis Penelitian

Hipotesis	Keterangan
H1	Apakah ekspektasi kinerja (PE) berpengaruh terhadap niat penggunaan teknologi bank digital (BI)?
H1a	Apakah moderator usia (<i>age</i>) memperkuat/memperlemah hubungan antara ekspektasi kinerja (PE) dengan niat untuk menggunakan bank digital (BI)?
H1b	Apakah moderator jenis kelamin (<i>gender</i>) memperkuat/memperlemah hubungan antara ekspektasi kinerja (PE) dengan niat untuk menggunakan bank digital (BI)?
H1c	Apakah moderator pengalaman (<i>experience</i>) memperkuat/memperlemah hubungan antara ekspektasi kinerja (PE) dengan niat untuk menggunakan bank digital (BI)?
H2	Apakah ekspektasi usaha (EE) berpengaruh terhadap niat penggunaan teknologi bank digital (BI)?
H2a	Apakah moderator usia (<i>age</i>) memperkuat/memperlemah hubungan antara ekspektasi usaha (EE) dengan niat untuk menggunakan bank digital (BI)?
H2b	Apakah moderator jenis kelamin (<i>gender</i>) memperkuat/memperlemah hubungan antara ekspektasi usaha (EE) dengan niat untuk menggunakan bank digital (BI)?
H2c	Apakah moderator pengalaman (<i>experience</i>) memperkuat/memperlemah hubungan antara ekspektasi usaha (EE) dengan niat untuk menggunakan bank digital (BI)?
H3	Apakah pengaruh sosial (SI) berpengaruh terhadap niat penggunaan teknologi bank digital (BI)?
H3a	Apakah moderator usia (<i>age</i>) memperkuat/memperlemah hubungan antara pengaruh sosial (SI) dengan niat untuk menggunakan bank digital (BI)?
H3b	Apakah moderator jenis kelamin (<i>gender</i>) memperkuat/memperlemah hubungan antara pengaruh sosial (SI) dengan niat untuk menggunakan bank digital (BI)?
H3c	Apakah moderator pengalaman (<i>experience</i>) memperkuat/memperlemah hubungan antara pengaruh sosial (SI) dengan niat untuk menggunakan bank digital (BI)?
H4	Apakah kondisi pendukung (FC) berpengaruh terhadap niat penggunaan teknologi bank digital (BI)?
H4a	Apakah moderator usia (<i>age</i>) memperkuat/memperlemah hubungan antara kondisi pendukung (FC) dengan niat untuk menggunakan bank digital (BI)?
H4b	Apakah moderator jenis kelamin (<i>gender</i>) memperkuat/memperlemah hubungan antara kondisi pendukung (FC) dengan niat untuk menggunakan bank digital (BI)?
H4c	Apakah moderator pengalaman (<i>experience</i>) memperkuat/memperlemah hubungan antara kondisi pendukung (FC) dengan niat untuk menggunakan bank digital (BI)?
H5	Apakah motivasi hedonis (HM) berpengaruh terhadap niat penggunaan teknologi bank digital (BI)?
H5a	Apakah moderator usia (<i>age</i>) memperkuat/memperlemah hubungan antara motivasi hedonis (HM) dengan niat untuk menggunakan bank digital (BI)?
H5b	Apakah moderator jenis kelamin (<i>gender</i>) memperkuat/memperlemah hubungan antara motivasi hedonis (HM) dengan niat untuk menggunakan bank digital (BI)?

Hipotesis	Keterangan
H5c	Apakah moderator pengalaman (<i>experience</i>) memperkuat/memperlemah hubungan antara motivasi hedonis (HM) dengan niat untuk menggunakan bank digital (BI)?
H6	Apakah nilai harga (PV) berpengaruh terhadap niat penggunaan teknologi bank digital (BI)?
H6a	Apakah moderator usia (<i>age</i>) memperkuat/memperlemah hubungan antara nilai harga (PV) dengan niat untuk menggunakan bank digital (BI)?
H6b	Apakah moderator jenis kelamin (<i>gender</i>) memperkuat/memperlemah hubungan antara nilai harga (PV) dengan niat untuk menggunakan bank digital (BI)?
H6c	Apakah moderator pengalaman (<i>experience</i>) memperkuat/memperlemah hubungan antara nilai harga (PV) dengan niat untuk menggunakan bank digital (BI)?
H7	Apakah kebiasaan (HT) berpengaruh terhadap niat penggunaan teknologi bank digital (BI)?
H7a	Apakah moderator usia (<i>age</i>) memperkuat/memperlemah hubungan antara kebiasaan (HT) dengan niat untuk menggunakan bank digital (BI)?
H7b	Apakah moderator jenis kelamin (<i>gender</i>) memperkuat/memperlemah hubungan antara kebiasaan (HT) dengan niat untuk menggunakan bank digital (BI)?
H7c	Apakah moderator pengalaman (<i>experience</i>) memperkuat/memperlemah hubungan antara kebiasaan (HT) dengan niat untuk menggunakan bank digital (BI)?
H8	Apakah keamanan (SC) berpengaruh terhadap niat penggunaan teknologi bank digital (BI)?
H8a	Apakah moderator usia (<i>age</i>) memperkuat/memperlemah hubungan antara keamanan (SC) dengan niat untuk menggunakan bank digital (BI)?
H8b	Apakah moderator jenis kelamin (<i>gender</i>) memperkuat/memperlemah hubungan antara keamanan (SC) dengan niat untuk menggunakan bank digital (BI)?
H8c	Apakah moderator pengalaman (<i>experience</i>) memperkuat/memperlemah hubungan antara keamanan (SC) dengan niat untuk menggunakan bank digital?

Modifikasi model UTAUT2 dalam penelitian ini adalah dengan menambahkan konstruk keamanan (*security*) dalam model penelitian. Faktor keamanan mengacu pada persepsi pengguna bahwa sistem akan memberikan keamanan dalam kegiatan transaksi (Shin, 2010). Saat masyarakat menggunakan suatu teknologi baru yang berkaitan dengan keuangan, maka akan muncul kekhawatiran kehilangan harta atau asetnya. Faktor keamanan yang baik pada sebuah sistem akan memberikan kepercayaan diri pada masyarakat untuk menggunakannya karena ia akan merasa aman dalam menggunakan teknologi.

Urgensi faktor keamanan (*security*) dalam penerimaan teknologi baru didasarkan pada beberapa penelitian yang menunjukkan adanya hubungan positif faktor keamanan terhadap adopsi teknologi baru yang berkaitan dengan transaksi keuangan dan perbankan.

Hasil penelitian Kiran J. Patel dan Hiren J. Patel menunjukkan bahwa faktor keamanan berpengaruh positif terhadap adopsi *internet banking* dengan menggunakan model penelitian *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dimodifikasi dengan penambahan konstruk keamanan dan pengaruh sosial (Patel & Patel, 2018). Penelitian yang akan dilakukan tidak menggunakan TAM dikarenakan konstruk pada UTAUT2 lebih komprehensif untuk menganalisis penerimaan teknologi baru, selain itu model UTAUT dalam sejarahnya terbentuk dari beberapa teori penerimaan yang ada sebelumnya yang salah satunya adalah TAM. Khalilzadeh dkk. dalam penelitiannya menyatakan bahwa faktor yang berhubungan dengan keamanan merupakan determinan penting dalam penerimaan teknologi pembayaran berbasis NFC dengan menggunakan model penelitian UTAUT yang dimodifikasi (Khalilzadeh et al., 2017). Penelitian yang akan dilakukan berdasarkan model UTAUT2 karena menggunakan pendekatan konsumen, berbeda dengan UTAUT yang menggunakan pendekatan organisasi atau perusahaan. Penelitian Oliveira dkk juga mengkonfirmasi bahwa faktor keamanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pembayaran menggunakan *mobile payment* (Oliveira et al., 2016). Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah disebutkan, dapat disimpulkan bahwa faktor keamanan menjadi salah satu prediktor yang krusial dalam menentukan penerimaan teknologi yang berhubungan dengan layanan keuangan dan perbankan. Dalam penelitian ini konstruk keamanan (*security*) mengacu pada sejauh mana bank digital memberikan rasa aman dalam transaksi dan layanan keuangan bank digital. Modifikasi model UTAUT2 yang kedua adalah dengan menghilangkan variabel perilaku pengguna (*use behaviour*), hal ini dikarenakan perilaku niat (*behavior intention*) juga merupakan prediktor terkuat dari perilaku pengguna (*use behaviour*) sebagaimana penelitian (Sanctis, 1983). Hal tersebut juga telah terbukti pada beberapa penelitian sebelumnya terkait transaksi keuangan dan perbankan yaitu pada penelitian terkait adopsi *mobile payment* (Oliveira et al., 2016), adopsi pemesanan tiket *online* (Indrawati & Yusliansyah, 2017), dan adopsi *mobile banking* (Alalwan et al., 2017). Berdasarkan hal tersebut, pada penelitian ini relevan bahwa *behavioral intention* digunakan sebagai variabel dependen serta faktor yang dapat menentukan prediksi penggunaan bank digital.

3.5 Pembuatan Kuesioner

Kuesioner penelitian terdiri dari 35 pertanyaan akan disebarluaskan melalui media sosial yang hasilnya akan digunakan untuk bahan analisis data terkait analisis penerimaan bank digital yang digambarkan dengan niat penggunaan teknologi bank digital. Pertanyaan kuesioner diadaptasi dari penelitian sebelumnya, untuk pertanyaan terkait konstruk pada UTAUT2

diadaptasi dari penelitian (Venkatesh et al., 2012), sedangkan pertanyaan pada konstruk keamanan diadaptasi dari penelitian (Shin, 2010) dan (Harris et al., 2016). Daftar pertanyaan dapat dilihat pada Tabel 3.3

Tabel 3.3 Daftar Pertanyaan Kuesioner

Kode	Pertanyaan Penelitian	Sumber
Ekspektasi Kinerja (<i>Performance Expectancy</i>)		
PE1	Bank digital bermanfaat bagi kehidupan saya sehari-hari	(Venkatesh et al., 2012)
PE2	Penggunaan bank digital membantu saya mencapai hal-hal yang penting	
PE3	Penggunaan bank digital dapat menyelesaikan transaksi saya lebih cepat	
PE4	Penggunaan bank digital meningkatkan produktivitas saya	
Ekspektasi Usaha (<i>Effort Expectancy</i>)		
EE1	Belajar cara menggunakan bank digital merupakan hal yang mudah bagi saya	(Venkatesh et al., 2012)
EE2	Antarmuka pengguna bank digital jelas dan mudah dipahami bagi saya	
EE3	Saya merasa bank digital mudah digunakan	
EE4	Saya mahir dalam menggunakan fitur/aplikasi bank digital dengan cepat	
Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>)		
SI1	Orang-orang yang penting bagi saya menyarankan saya untuk menggunakan bank digital	(Venkatesh et al., 2012)
SI2	Orang-orang yang mempengaruhi kebiasaan saya menyarankan saya untuk menggunakan bank digital	
SI3	Saya memilih menggunakan bank digital atas dasar rekomendasi dari orang yang saya percayai	
Kondisi Pendukung (<i>Facilitating Conditions</i>)		
FC1	Saya memiliki fasilitas yang diperlukan dalam menggunakan bank digital	(Venkatesh et al., 2012)
FC2	Saya mempunyai pengetahuan yang dibutuhkan untuk menggunakan bank digital	
FC3	Bank digital kompatibel dengan teknologi lain yang saya gunakan	
FC4	Saya mendapatkan bantuan dari <i>helpdesk</i> /petugas bank ketika mendapatkan kesulitan dalam menggunakan bank digital	
Motivasi Hedonis (<i>Hedonic Motivation</i>)		
HM1	Penggunaan fitur bank digital responsif dan menarik	(Venkatesh et al., 2012)
HM2	Penggunaan fitur bank digital mudah dan menyenangkan	
HM3	Penggunaan fitur bank digital menghibur dan tepat sasaran	
Nilai Harga (<i>Price Value</i>)		
PV1	Bank digital menerapkan biaya administrasi yang terjangkau	(Venkatesh et al., 2012)
PV2	Bank digital memberikan lebih banyak manfaat daripada biaya administrasi yang dibebankan	
PV3	Penggunaan bank digital dapat menghemat uang dan waktu saya	
Kebiasaan (<i>Habit</i>)		
HT1	Penggunaan bank digital sudah menjadi kebiasaan saya	

HT2	Saya memiliki ketergantungan dalam menggunakan bank digital	(Venkatesh et al., 2012)
HT3	Saya harus menggunakan bank digital	
HT4	Menggunakan bank digital menjadi hal wajar bagi saya	
Keamanan (<i>Security</i>)		
SC1	Saya percaya informasi yang diberikan oleh bank digital tidak akan dimanipulasi oleh pihak yang tidak berkepentingan	(Shin, 2010)
SC2	Saya yakin informasi pribadi yang saya berikan akan dijaga secara aman oleh bank digital	
SC3	Saya percaya pihak yang tidak berkepentingan tidak dapat melihat informasi yang saya berikan pada bank digital.	
SC4	Saya percaya bank digital yang saya gunakan melindungi saya dari serangan siber	(Harris et al., 2016)
SC5	Saya percaya bank digital yang saya gunakan melindungi privasi saya	
SC6	Saya percaya bank digital yang saya gunakan melindungi saya dengan mencegah aplikasi bank digital mendapatkan akses yang tidak dibutuhkan	
SC7	Saya percaya bank digital yang saya gunakan melindungi informasi transaksi saya	
Niat Penggunaan (<i>Behavioral intention</i>)		
BI1	Saya bermaksud untuk terus menggunakan bank digital dimasa yang akan datang	(Venkatesh et al., 2012)
BI2	Saya akan selalu mencoba menggunakan bank digital dalam kehidupan sehari-hari	
BI3	Saya berencana untuk melanjutkan penggunaan bank digital sesering mungkin.	

3.6 Teknik Analisis Data

Penelitian ini akan menganalisis data kuesioner yang telah didapatkan menggunakan metode pendekatan *Partial Least Squares Path Modeling (PLS-SEM)*. Penggunaan *Partial Least Squares Path Modeling (PLS-SEM)* dalam penelitian ini dikarenakan PLS-SEM dapat menguji hubungan dan pengaruh antar konstruk sebagaimana model penelitian pada UTAUT2 yang menguji hubungan dan pengaruh faktor-faktor penerimaan dengan niat penggunaan teknologi. Untuk menganalisis data peneliti menggunakan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Analisis yang akan dilakukan adalah analisis model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*), kemudian analisis efek moderasi (*moderation effect*). Untuk memprediksi hubungan antara variabel eksogen dengan variabel endogen pada penelitian ini akan menggunakan metode PLS-SEM. Terdapat 8 variabel eksogen pada penelitian ini yaitu ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi pendukung (*facilitating conditions*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*), nilai harga (*price value*), kebiasaan (*habit*) dan keamanan (*security*). Sedangkan variabel endogen pada penelitian ini adalah niat perilaku untuk menggunakan bank digital (*behavioral intention to use bank digital*). Selain itu

terdapat 3 moderator yang dapat memperkuat dan memperlemah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen yaitu jenis kelamin (*gender*), usia (*age*) dan pengalaman (*experience*).



BAB 4

Hasil dan Pembahasan

4.1 Data Responden

Responden diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara daring berupa *google form* yang disebar melalui media sosial (*whatsapp*, *twitter* dan *facebook*). Proses pengumpulan data dilakukan pada bulan Maret 2022 sampai dengan April 2022. Setelah kuesioner disebar dan terkumpul data responden, maka dilakukan evaluasi terhadap data kuesioner yang di antaranya adalah kesalahan *input*, respons yang tidak valid dan adanya data *outlier* yang tidak memenuhi persyaratan sehingga tidak disertakan dalam analisis penelitian. Jumlah responden yang diambil adalah 107 responden. Berikut adalah karakteristik demografi responden:

Tabel 4.1 Demografi Responden Penelitian

Keterangan	Frekuensi	(%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	51	48%
Perempuan	56	52%
Usia		
< 20 tahun	41	38%
21-30 tahun	38	36%
31-40 tahun	26	24%
> 41 tahun	2	2%
Pengalaman (lama menggunakan bank digital)		
< 3 bulan	21	20%
4-8 bulan	36	34%
9-12 bulan	24	22%
> 1 tahun	26	24%
Bank digital yang digunakan		
Jenius	28	26%
Blu	23	21%
Bank Jago	21	20%
Bank Neo Commerce	6	6%
Line Bank	5	5%
Seabank	4	4%
Aladin	3	3%
Allo Bank	3	3%

Motion Bank	1	1%
TMRW	1	1%
Lainnya	12	11%

Karakteristik responden ditinjau dari usia, jenis kelamin, pengalaman atau lama menggunakan bank digital dan bank digital yang digunakan. Karakteristik responden penelitian yang didasarkan pada jenis kelamin terbagi menjadi 2 kelompok yaitu jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Responden perempuan 52% yang berjumlah 56 sedangkan responden laki-laki 48% sejumlah 51 responden. Karakteristik responden berdasarkan usia terbagi menjadi empat kategori yaitu di bawah 20 tahun, 21 tahun sampai 30 tahun, 31 tahun sampai 40 tahun dan di atas 41 tahun. Responden penelitian ini terdapat 41 (38%) responden di bawah 20 tahun, usia 21 tahun sampai 30 tahun sejumlah 38 (36%), responden usia 31 tahun sampai 40 tahun sejumlah 26 (24%) dan yang terakhir responden dengan usia di atas 41 tahun hanya terdapat 2 responden (2%). Dari data tersebut dapat dilihat bahwa pengguna bank digital masih didominasi oleh khalayak muda khususnya generasi *millennial* dan generasi Z. Karakteristik responden berdasarkan pengalaman penggunaan bank digital dikelompokkan menjadi 4 kategori, yaitu responden yang telah menggunakan bank digital di bawah 3 bulan (belum berpengalaman), kemudian 4-8 bulan (cukup berpengalaman), 9-12 bulan (berpengalaman) dan pengguna bank digital lebih dari 1 tahun (sangat berpengalaman). Responden dengan pengalaman menggunakan bank digital <3 bulan sejumlah 21 (20%), 4-8 bulan sejumlah 36 (34%), 9-12 bulan sejumlah 24 (22%) dan lebih dari 1 tahun 26 (24%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa pengalaman penggunaan bank digital cukup beragam, meskipun masih lebih didominasi oleh yang kurang berpengalaman, hal ini tentu dikarenakan kehadiran bank digital yang masih belum terlalu lama di Indonesia. Responden berdasarkan bank digital yang digunakan didominasi oleh pengguna Bank Jenius sejumlah 28 (26%), hal ini karena Bank Jenius merupakan salah satu bank digital yang menjadi pelopor bank digital di Indonesia, sehingga sangat rasional jika nasabahnya mendominasi. Posisi kedua terbanyak adalah bank Blu (BCA Digital) sejumlah 23 (21%), Blu merupakan Bank Digital yang dimiliki oleh Bank BCA, banyaknya nasabah Blu dikarenakan ekosistem bank BCA yang sudah mapan menjadi daya tarik nasabah untuk menggunakan bank digital dari BCA. Bank digital ketiga yang mendominasi adalah Bank Jago sejumlah 21 (20%), Bank Jago cukup mendominasi dikarenakan ekosistem bank jago yang bekerja sama dengan berbagai *fintech* di Indonesia seperti aplikasi

gojek, bibit dan stockbit. Selebihnya terdapat bank digital lain yang seperti line bank, seabank, aladin, TMRW dan bank digital lainnya.

4.2 Analisis Deskriptif Variabel

Untuk mengetahui tingkat penerimaan bank digital, maka perlu dilakukan analisis deskriptif variabel dengan melihat sebaran jawaban responden saat menjawab pertanyaan. Kuesioner penelitian ini menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 5 yang berarti sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Konstruk yang ada pada penelitian akan dievaluasi dari nilai rata-rata hasil responden, kemudian akan dikelompokkan berdasarkan interval kelas rata-rata. Pada penelitian ini menggunakan interval kelas yang didasarkan pada rumus (Durianto et al., 2001):

$$Interval = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Banyaknya Kelas}}$$

$$Interval = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh interval kelas dan kategori tingkat penerimaannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Kategori Tingkat Penerimaan

Interval Kelas	Kategori Tingkat Penerimaan
$1,00 \leq x \leq 1,80$	Sangat Buruk
$1,81 \leq x \leq 2,61$	Buruk
$2,62 \leq x \leq 3,42$	Cukup
$3,43 \leq x \leq 4,23$	Baik
$4,24 \leq x \leq 5,00$	Sangat Baik

Tingkat penerimaan bank digital dapat dilihat dari nilai rata-rata setiap konstruk yang digunakan, sehingga dapat dilihat bagaimana tingkat penerimaan bank digital. Berikut adalah tingkat penerimaan bank digital berdasarkan setiap konstruk dan bagaimana tingkat penerimaan bank digital jika dilihat dari keseluruhan.

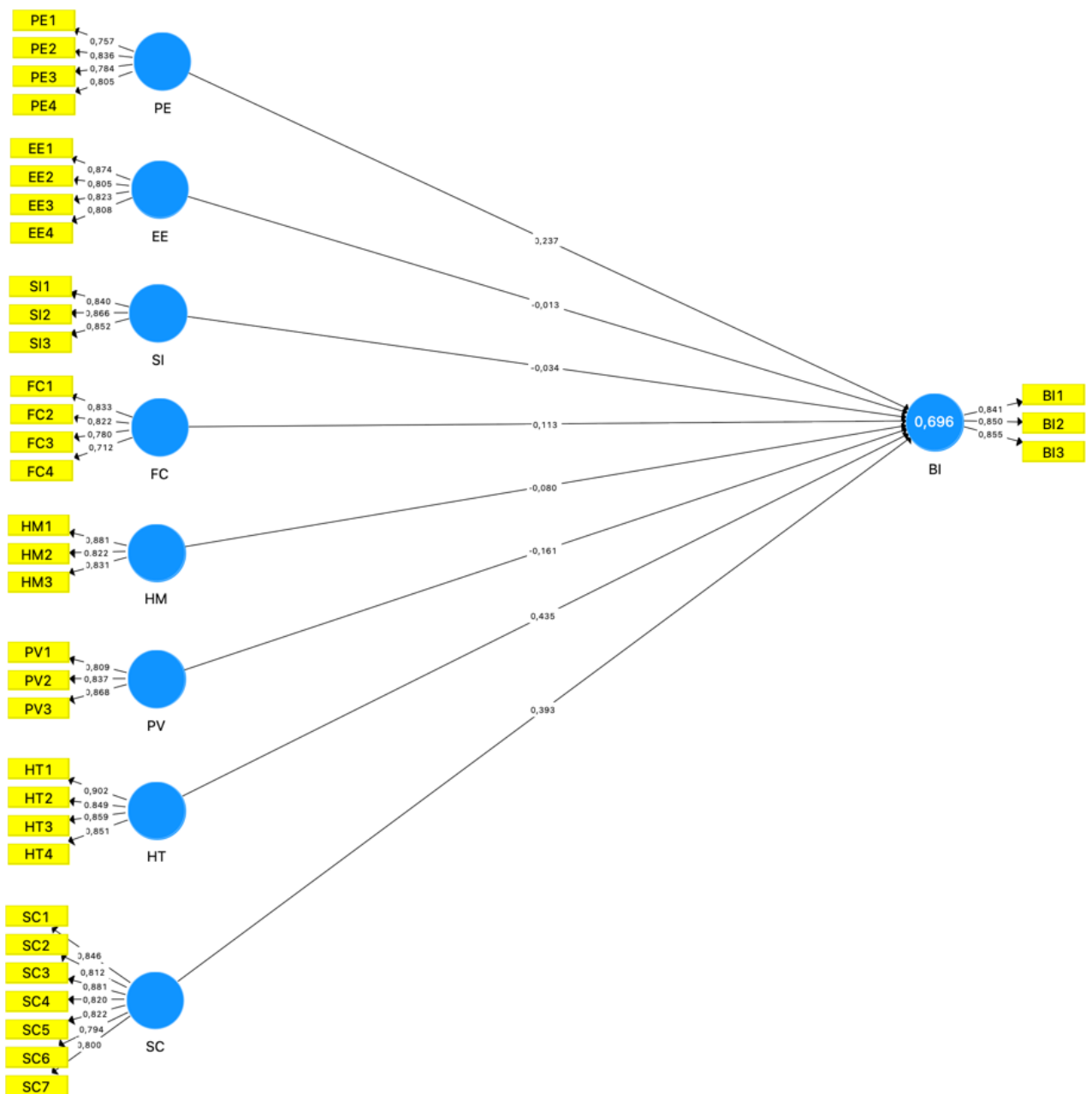
Tabel 4.3 Tingkat Penerimaan Bank Digital

Konstruk	Nilai Rata-Rata	Kategori Tingkat Penerimaan
Ekspektasi kinerja (PE)	4,24	Sangat Baik
Ekspektasi usaha (EE)	4,21	Baik
Pengaruh sosial (SI)	4,07	Baik
Kondisi pendukung (FC)	4,21	Baik
Motivasi hedonis (HM)	4,17	Baik
Nilai harga (PV)	4,19	Baik
Kebiasaan (HT)	4,10	Baik
Keamanan (SC)	4,17	Baik
Niat Penggunaan (BI)	4,29	Sangat Baik
Total	4,19	Baik

Hasil analisis pada tabel 4.3 dapat dilihat bahwa kategori tingkat penerimaan bank digital pada penelitian ini adalah “baik”.

4.3 Analisis Model Pengukuran

Evaluasi model SEM-PLS diawali dengan evaluasi model pengukuran atau sering disebut *outer model* dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah indikator-indikator yang dibuat sebagai alat ukur variabel laten (konstruk) reliabel dan valid (Sholihin & Ratmono, 2020).



Gambar 4.1 Model *PLS Algorithm* menggunakan *software SmartPLS*

4.3.1 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah tes yang menunjukkan seberapa andal atau seberapa dapat dipercaya suatu alat ukur dalam mengukur variabel (Endra, 2017). Uji Reliabilitas dapat dikatakan reliabel jika menunjukkan nilai di atas atau sama dengan 0,7 (Hidayat A. A., 2021). Pendekatan yang biasa digunakan adalah pendekatan dengan *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. *Cronbach's alpha* merupakan pengukuran yang konservatif karena menghasilkan nilai reliabilitas yang lebih rendah (*undervalued*), sebaliknya *composite*

reliability menghasilkan nilai reliabilitas yang lebih tinggi. Oleh karenanya, kedua pendekatan ini digunakan untuk memberikan keseimbangan terhadap penilaian reliabilitas dalam penelitian.

4.2.1.1 Cronbach's Alpha

Cronbach's alpha merupakan estimasi berdasarkan indikator-indikator pada konstruk (Sholihin & Ratmono, 2020). Berdasarkan Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa nilai *cronbach's alpha* setiap konstruk pada penelitian ini mempunyai nilai $>0,7$ sehingga dapat disimpulkan semua konstruk reliabel.

Tabel 4.4 Nilai Cronbach's Alpha

Konstruk	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Ekspektasi kinerja (PE)	0,806	Reliabel
Ekspektasi usaha (EE)	0,847	Reliabel
Pengaruh sosial (SI)	0,812	Reliabel
Kondisi pendukung (FC)	0,795	Reliabel
Motivasi hedonis (HM)	0,801	Reliabel
Nilai harga (PV)	0,789	Reliabel
Kebiasaan (HT)	0,888	Reliabel
Keamanan (SC)	0,922	Reliabel
Niat Penggunaan Teknologi Bank Digital (BI)	0,806	Reliabel

4.2.1.2 Composite Reliability

Nilai *composite reliability* bervariasi antara 0 sampai 1, semakin mendekati 1 maka semakin tinggi reliabilitasnya (Sholihin & Ratmono, 2020). Hasil uji reliabilitas yang dirangkum pada Tabel 4.5 diketahui nilai reliabilitas pada semua konstruk >0.7 sehingga variabel yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

Tabel 4.5 Nilai *Composite Reliability*

Konstruk	Nilai <i>Composite Reliability</i>	Keterangan
Ekspektasi kinerja (PE)	0,873	Reliabel
Ekspektasi usaha (EE)	0,897	Reliabel
Pengaruh sosial (SI)	0,889	Reliabel
Kondisi pendukung (FC)	0,867	Reliabel
Motivasi hedonis (HM)	0,882	Reliabel
Nilai harga (PV)	0,876	Reliabel
Kebiasaan (HT)	0,923	Reliabel
Keamanan (SC)	0,937	Reliabel
Niat Penggunaan Teknologi Bank Digital (BI)	0,885	Reliabel

4.3.2 Uji Validitas

Uji validitas adalah proses yang dilakukan untuk mengevaluasi kemampuan suatu alat ukur apakah dapat mengukur sasaran ukurnya, dalam hal ini adalah indikator atau kuesioner yang digunakan sebagai alat ukur penelitian (Endra, 2017). Untuk menguji validitas dalam SEM-PLS dapat dilakukan dengan *convergent validity* dan *discriminant validity*.

4.2.2.1 Convergent Validity

Convergent validity adalah derajat korelasi antara indikator dengan indikator alternatif pada konstruk yang sama, nilai *outer loading* yang tinggi menunjukkan bahwa suatu indikator dapat dijelaskan oleh konstruk yang diukur, sedangkan nilai *outer loading* dikategorikan valid jika nilainya lebih dari 0,7 dan nilai *average variance extracted* (AVE) lebih dari 0,5 (Sholihin & Ratmono, 2020). Hasil pengujian menunjukkan semua indikator mempunyai nilai *outer loading* >0,7 sehingga semua indikator yang ada dalam penelitian ini valid.

Tabel 4.6 Nilai *Outer Loading*

	PE	EE	SI	FC	HM	PV	HT	SC	BI
PE1	0,757								
PE2	0,836								
PE3	0,784								
PE4	0,805								
EE1		0,874							
EE2		0,805							
EE3		0,823							
EE4		0,808							
SI1			0,840						
SI2			0,866						
SI3			0,852						
FC1				0,833					
FC2				0,822					
FC3				0,780					
FC4				0,712					
HM1					0,881				
HM2					0,822				
HM3					0,831				
PV1						0,809			
PV2						0,837			
PV3						0,868			
HT1							0,902		
HT2							0,849		
HT3							0,859		
HT4							0,851		
SC1								0,846	
SC2								0,812	
SC3								0,881	
SC4								0,820	
SC5								0,822	
SC6								0,794	
SC7								0,800	
BI1									0,841
BI2									0,850
BI3									0,855

Pendekatan lain untuk mengevaluasi *convergent validity* adalah *Average Variance Extracted* (AVE) yang merupakan nilai rata-rata *loading* yang dikuadratkan dari indikator pada setiap konstruk (Sholihin & Ratmono, 2020). *Average Variance Extracted* (AVE) dikategorikan valid jika nilai AVE >0,5 (Hartono et al., 2009). Nilai AVE lebih dari 0,5 menunjukkan bahwa suatu konstruk menjelaskan lebih dari setengah varian indikatornya (Sholihin & Ratmono, 2020). Hasil pengujian pada Tabel 4.7 menunjukkan semua variabel laten mempunyai nilai AVE >0,5, dengan demikian semua konstruk dikategorikan valid.

Tabel 4.7 Nilai *Average Variance Extracted* (AVE)

Konstruk	Nilai AVE	Keterangan
Ekspektasi kinerja (PE)	0,633	Valid
Ekspektasi usaha (EE)	0,686	Valid
Pengaruh sosial (SI)	0,727	Valid
Kondisi pendukung (FC)	0,621	Valid
Motivasi hedonis (HM)	0,714	Valid
Nilai harga (PV)	0,703	Valid
Kebiasaan (HT)	0,749	Valid
Keamanan (SC)	0,681	Valid
Niat Penggunaan Teknologi Bank Digital (BI)	0,720	Valid

4.2.2.2 Discriminant Validity

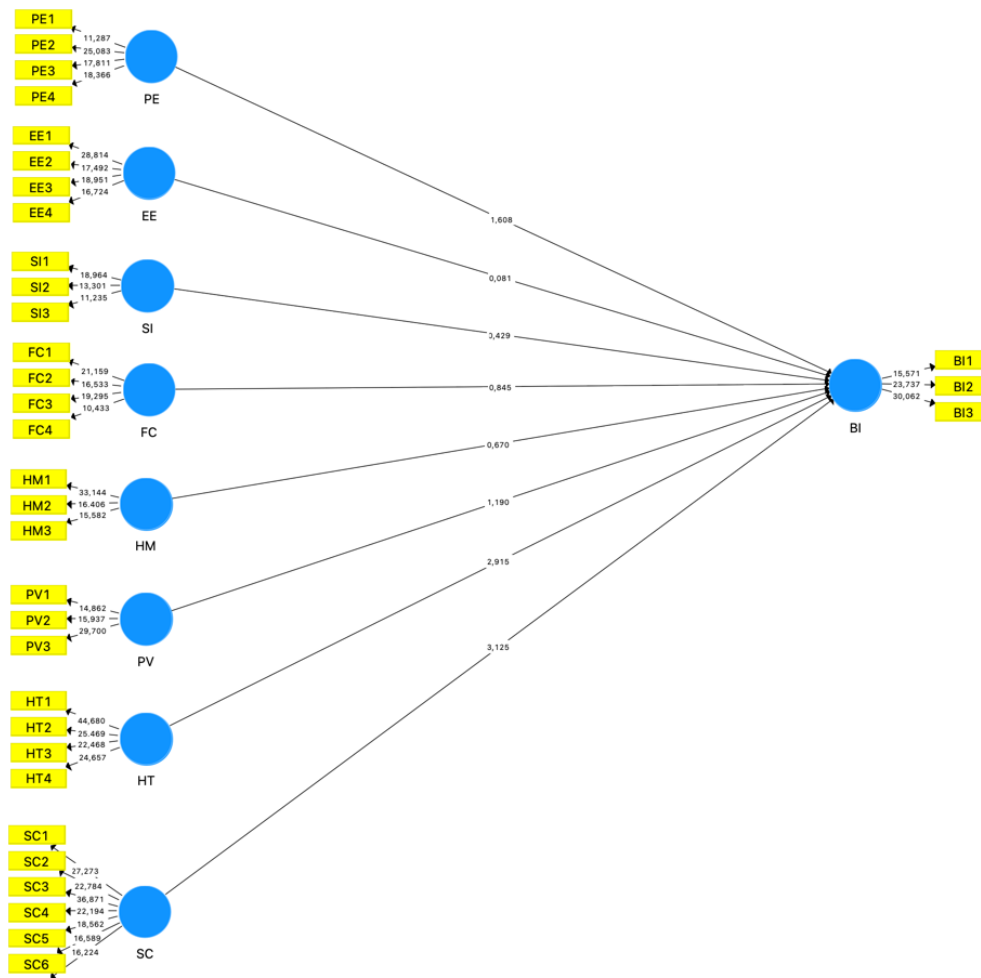
Discriminant Validity menunjukkan seberapa besar suatu konstruk benar-benar berbeda dengan konstruk lainnya (Sholihin & Ratmono, 2020). *Discriminant validity* dapat diukur dengan menggunakan akar kuadrat dari nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dari setiap konstruk, *discriminant validity* dianggap valid apabila nilai akar kuadrat AVE lebih besar dibandingkan nilai konstruk tersebut dengan seluruh konstruk lainnya (Fornell & Larcker, 1981). Berdasarkan Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa nilai *discriminant validity* semua konstruk >0,70 dan lebih besar jika dibandingkan nilai *loading* terhadap konstruk lain. Berdasarkan data tersebut maka semua konstruk pada penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.8 Nilai *Discriminant Validity*

	BI	EE	FC	HM	HT	PE	PV	SC	SI
BI	0,849								
EE	0,625	0,828							
FC	0,641	0,777	0,788						
HM	0,575	0,722	0,689	0,845					
HT	0,765	0,680	0,649	0,716	0,865				
PE	0,676	0,803	0,702	0,657	0,714	0,796			
PV	0,605	0,658	0,606	0,768	0,758	0,734	0,838		
SC	0,751	0,634	0,669	0,666	0,739	0,637	0,712	0,825	
SI	0,398	0,643	0,612	0,565	0,436	0,584	0,465	0,415	0,853

4.4 Analisis Model Struktural

Analisis model struktural atau sering disebut *inner model* bertujuan untuk menganalisis hipotesis penelitian dengan menggambarkan hubungan pengaruh antar variabel laten dalam suatu model (Latan, 2012).



Gambar 4.2 Hasil *bootstrapping* menggunakan *software* SmartPLS

4.4.1 Koefisien Determinasi (R-Square)

Koefisien Determinasi (*R-Square*) merupakan ukuran proporsi varian yang dipengaruhi (*endogen*) yang dapat dijelaskan oleh variabel yang mempengaruhinya (*eksogen*) yang bertujuan untuk melihat kekuatan prediksi suatu model apakah kuat, moderat atau lemah (Sholihin & Ratmono, 2020). *R-Square* dengan nilai 0,75 termasuk dalam kategori kuat, 0,50 moderat dan 0,25 termasuk lemah (Hair et al, 2017). Hasil pengujian menunjukkan nilai *R-Square* adalah 0,696. Berdasarkan hal tersebut, maka nilai *R-Square* pada penelitian ini tergolong moderat.

Tabel 4.9 Nilai Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Konstruk	R-Square
Niat Penggunaan Teknologi Bank Digital (BI)	0,696

4.4.2 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk melihat bagaimana nilai signifikan yang didasarkan pada *p-value*, jika nilai *p-value* <0.05 maka pengaruh variabel eksogen terhadap endogen adalah signifikan dan hipotesis diterima, sedangkan jika nilai *p-value* >0.05 berarti pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen adalah tidak signifikan atau hipotesis ditolak (Sholihin & Ratmono, 2020). Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa Hipotesis H7 (kebiasaan/*habit* berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan bank digital) diterima dan H8 (keamanan/*security* berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan bank digital) diterima, sedangkan hipotesis lainnya tidak berpengaruh signifikan atau hipotesis ditolak.

Tabel 4.10 Uji Hipotesis

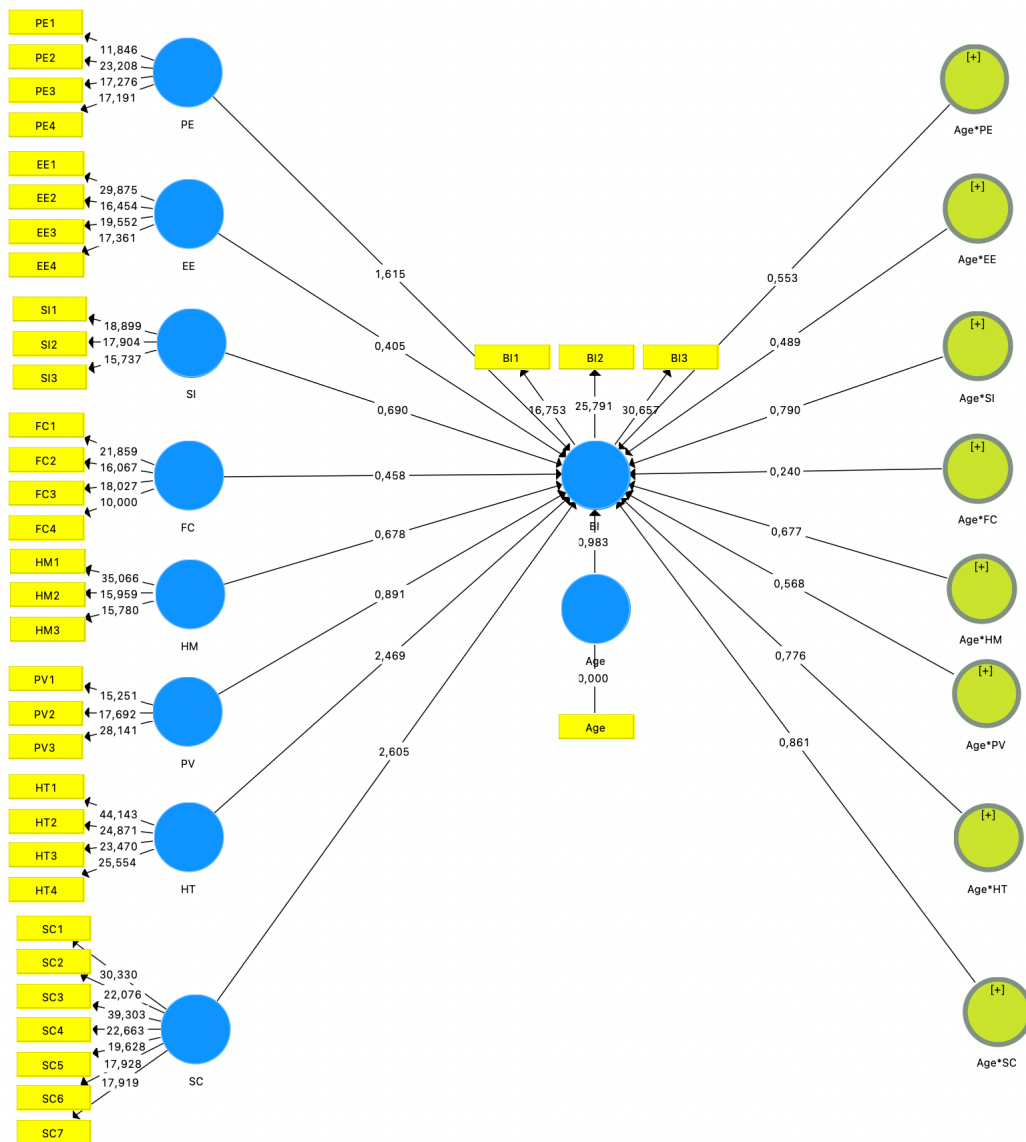
Hipotesis	Hubungan	Original Sample	T-Statistics	P-Values	Keterangan
H1	PE -> BI	0,237	1,621	0,106	Ditolak
H2	EE -> BI	-0,013	0,087	0,931	Ditolak
H3	SI -> BI	-0,034	0,391	0,696	Ditolak
H4	FC -> BI	0,113	0,893	0,372	Ditolak
H5	HM -> BI	-0,080	0,659	0,510	Ditolak
H6	PV -> BI	-0,161	1,167	0,244	Ditolak
H7	HT -> BI	0,435	2,877	0,004	Diterima
H8	SC -> BI	0,393	3,095	0,002	Diterima

4.5 Analisis Efek Moderasi

Moderasi menggambarkan bahwa hubungan antara dua konstruk tidak konstan, tetapi tergantung pada nilai variabel ketiga yaitu variabel pemoderasi (*moderator*) (Sholihin & Ratmono, 2020). Analisis efek moderasi digunakan untuk melihat apakah suatu moderator dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antar konstruk dalam penelitian.

4.5.1 Efek Moderasi Usia

Moderator usia dikelompokkan menjadi dua yaitu <30 tahun dan >=31 tahun. Analisis efek moderasi usia pada penelitian ini menunjukkan bahwa semua efek moderasi usia bernilai <0,05 yang berarti *moderator* usia tidak dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh PE, EE, SI, FC, HM, PV, HT, SC terhadap niat penggunaan bank digital (BI).



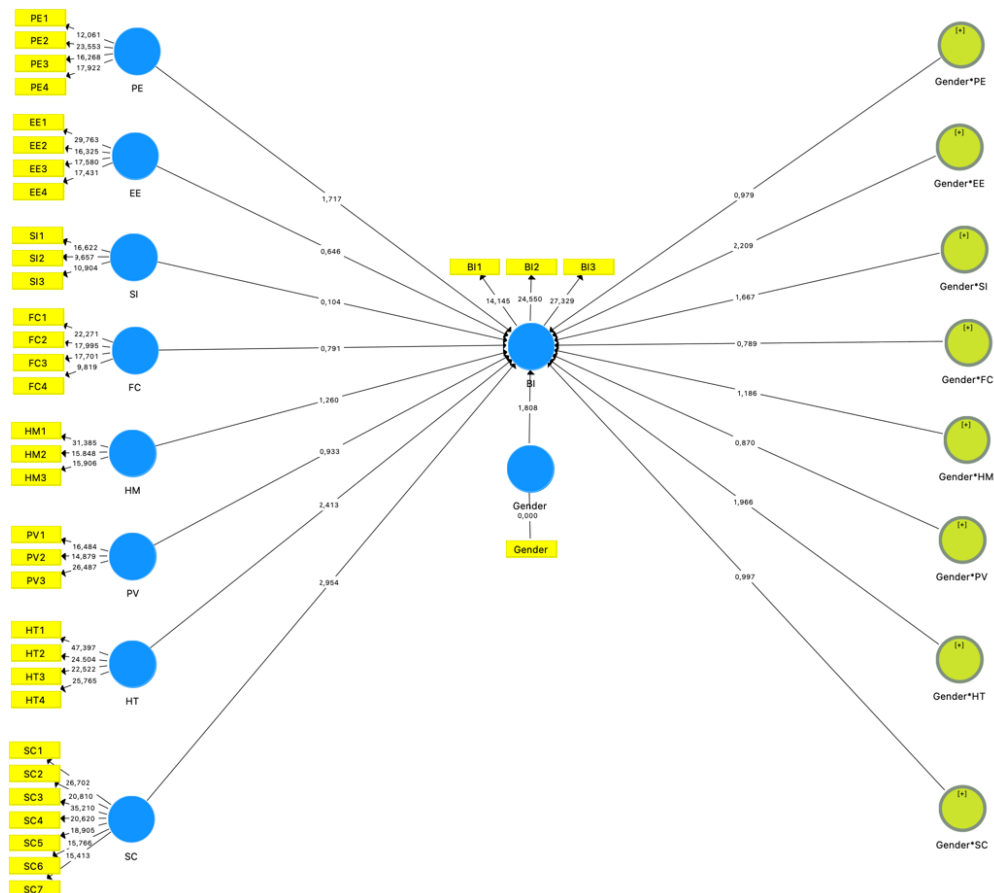
Gambar 4.3 Efek moderasi usia

Tabel 4.11 Efek Moderasi Usia

Hipotesis	Hubungan	T-Statistics	P-Values	Keterangan
H1a	Age*PE -> BI	0,537	0,591	Ditolak
H2a	Age*EE -> BI	0,556	0,579	Ditolak
H3a	Age*SI -> BI	0,912	0,362	Ditolak
H4a	Age*FC -> BI	0,198	0,843	Ditolak
H5a	Age*HM -> BI	0,603	0,547	Ditolak
H6a	Age*PV -> BI	0,516	0,606	Ditolak
H7a	Age*HT -> BI	0,659	0,510	Ditolak
H8a	Age*SC -> BI	0,959	0,338	Ditolak

4.5.2 Efek Moderasi Jenis Kelamin

Moderator jenis kelamin dikelompokkan menjadi dua yaitu laki-laki dan perempuan. Analisis efek moderasi jenis kelamin pada penelitian ini menunjukkan bahwa *moderator* jenis kelamin dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh ekspektasi usaha (EE) dan kebiasaan (HT) terhadap niat penggunaan bank digital (BI). Sedangkan *moderator* jenis kelamin tidak dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh PE, SI, FC, HM, PV, dan SC terhadap niat penggunaan bank digital (BI).



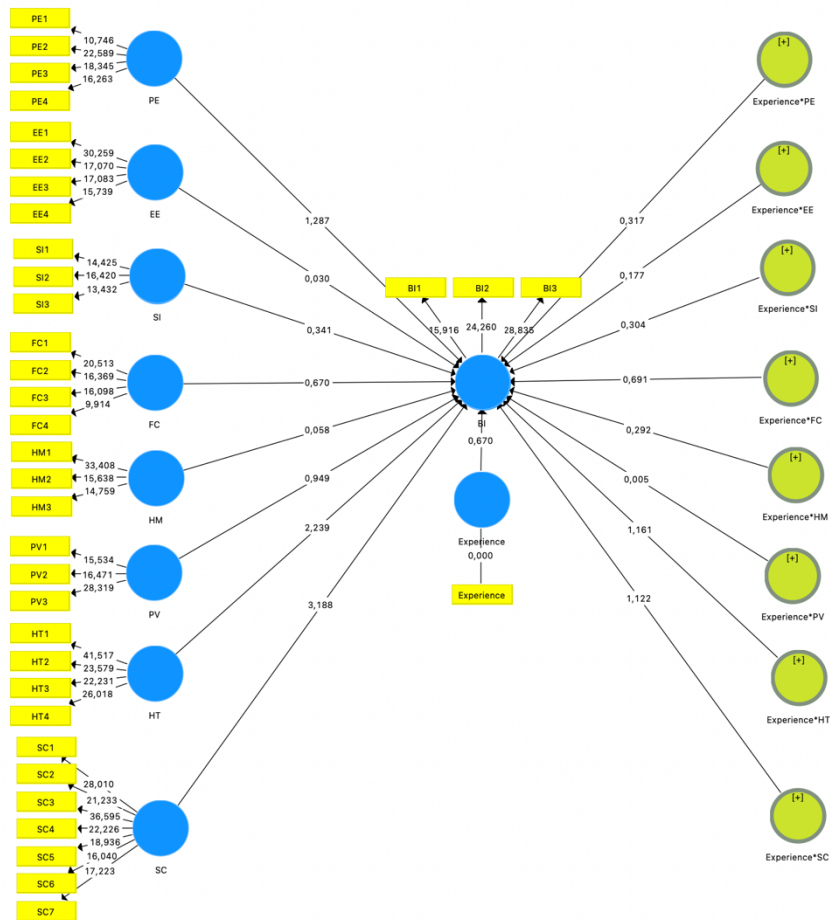
Gambar 4.4 Efek moderasi jenis kelamin

Tabel 4.12 Efek Moderasi Jenis Kelamin

Hipotesis	Hubungan	T-Statistics	P-Values	Keterangan
H1b	Gender*PE -> BI	0,979	0,328	Ditolak
H2b	Gender*EE -> BI	2,209	0,028	Diterima
H3b	Gender*SI -> BI	1,667	0,096	Ditolak
H4b	Gender*FC -> BI	0,789	0,431	Ditolak
H5b	Gender*HM -> BI	1,186	0,236	Ditolak
H6b	Gender*PV -> BI	0,870	0,385	Ditolak
H7b	Gender*HT -> BI	1,966	0,050	Diterima
H8b	Gender*SC -> BI	0,997	0,319	Ditolak

4.5.3 Efek Moderasi Pengalaman

Moderator usia dikelompokkan menjadi dua yaitu 0-12 bulan dan >1 tahun. Analisis efek moderasi pengalaman pada penelitian ini menunjukkan bahwa *moderator* pengalaman dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh keamanan (SC) terhadap niat penggunaan bank digital (BI). Sedangkan *moderator* pengalaman tidak dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh PE, EE, SI, FC, HM, PV, dan HT terhadap niat penggunaan bank digital (BI).



Gambar 4.5 Efek moderasi pengalaman

Tabel 4.13 Efek Moderasi Pengalaman

Hipotesis	Hubungan	T-Statistics	P-Values	Keterangan
H1c	Experience*PE -> BI	0,293	0,770	Ditolak
H2c	Experience*EE -> BI	0,156	0,876	Ditolak
H3c	Experience*SI -> BI	0,262	0,794	Ditolak
H4c	Experience*FC -> BI	0,587	0,557	Ditolak
H5c	Experience*HM -> BI	0,244	0,807	Ditolak
H6c	Experience*PV -> BI	0,005	0,996	Ditolak
H7c	Experience*HT -> BI	1,014	0,311	Ditolak
H8c	Experience*SC -> BI	1,159	0,247	Ditolak

4.5.4 Ringkasan Efek Moderasi

Berikut adalah ringkasan analisis efek moderasi dari setiap konstruk:

Tabel 4.14 Ringkasan Analisis Efek Moderasi

Hubungan	Usia	Jenis Kelamin	Pengalaman
PE -> BI	Tidak ada efek moderasi	Tidak ada efek moderasi	Tidak ada efek moderasi
EE -> BI	Tidak ada efek moderasi	Ada efek moderasi yang signifikan untuk perempuan	Tidak ada efek moderasi
SI -> BI	Tidak ada efek moderasi	Tidak ada efek moderasi	Tidak ada efek moderasi
FC -> BI	Tidak ada efek moderasi	Tidak ada efek moderasi	Tidak ada efek moderasi
HM -> BI	Tidak ada efek moderasi	Tidak ada efek moderasi	Tidak ada efek moderasi
PV -> BI	Tidak ada efek moderasi	Tidak ada efek moderasi	Tidak ada efek moderasi
HT -> BI	Tidak ada efek moderasi	Ada efek moderasi yang signifikan untuk perempuan	Tidak ada efek moderasi
SC -> BI	Tidak ada efek moderasi	Tidak ada efek moderasi	Tidak ada efek moderasi

Penjelasan Tabel 4.14 terkait efek moderasi antar konstruk dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Ekspektasi kinerja (PE) tidak berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan bank digital (BI) terlepas dari usia, jenis kelamin, dan pengalaman.
- b. Ekspektasi usaha (EE) tidak berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan bank digital (BI) dikalangan jenis kelamin perempuan terlepas dari usia dan pengalaman. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat efek moderasi jenis kelamin yang secara signifikan memperlemah hubungan antara ekspektasi usaha dengan niat untuk menggunakan bank digital. Efek moderasi jenis kelamin ini hanya signifikan untuk jenis kelamin perempuan namun tidak untuk laki-laki. Ekspektasi usaha didefinisikan dengan seberapa mudah suatu layanan (Venkatesh et al., 2003). Perempuan lebih terbiasa menggunakan *mobile banking* untuk layanan transaksi pembelian *online*, pembayaran tagihan dan pembayaran lainnya jika dibandingkan dengan laki-laki (Saptawati, 2018). Berdasarkan hal tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas perempuan merasa teknologi bank digital bukanlah hal yang sulit karena sudah terbiasa menggunakan aplikasi perbankan, sehingga faktor kemudahan layanan atau ekspektasi usaha tidak menjadi faktor penentu dalam niat menggunakan teknologi bank digital bagi perempuan.
- c. Pengaruh sosial (SI) tidak berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan bank digital (BI) terlepas dari usia, jenis kelamin, dan pengalaman.
- d. Kondisi pendukung (FC) tidak berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan bank digital (BI) terlepas dari usia, jenis kelamin, dan pengalaman.

- e. Motivasi hedonis (HM) tidak berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan bank digital (BI) terlepas dari usia, jenis kelamin, dan pengalaman.
- f. Nilai harga (PV) tidak berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan bank digital (BI) terlepas dari usia, jenis kelamin, dan pengalaman.
- g. Kebiasaan (HT) berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan bank digital (BI) dikalangan jenis kelamin perempuan terlepas dari usia dan pengalaman. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat efek moderasi jenis kelamin yang secara signifikan memperkuat hubungan antara kebiasaan dengan niat untuk menggunakan bank digital, sehingga kebiasaan menjadi faktor penentu terhadap niat untuk menggunakan bank digital dikalangan perempuan, namun tidak bagi laki-laki. Kebiasaan didefinisikan sebagai sejauh mana orang cenderung melakukan perilaku secara otomatis (Venkatesh et al., 2012). Di Indonesia, perempuan lebih sering melakukan transaksi *online* dibandingkan pria (Musyifah & Simanjuntak, 2016). Berdasarkan hal tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa jenis kelamin perempuan lebih cenderung secara otomatis melakukan transaksi secara online, sehingga kebiasaan perempuan dalam melakukan transaksi *online* memperkuat pengaruh faktor kebiasaan terhadap niat untuk menggunakan teknologi bank digital.
- h. Keamanan (SC) berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan bank digital (BI) terlepas dari usia, jenis kelamin, dan pengalaman.

4.6 Pembahasan

4.6.1 H1: Apakah ekspektasi kinerja (PE) berpengaruh terhadap niat penggunaan teknologi bank digital (BI)?

Hasil pengujian hipotesis H1 didapatkan hasil nilai *p-value* 0,106 yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara ekspektasi kinerja (PE) terhadap niat untuk menggunakan bank digital (BI), sehingga hipotesis H1 dalam penelitian ini ditolak.

Ekspektasi kinerja menunjukkan seberapa besar penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja dan menguntungkan bagi pengguna aktivitas tertentu (Venkatesh et al., 2003). Meski dari hasil kuesioner banyak responden menyatakan bahwa bank digital meningkatkan produktivitas nasabah, namun faktor ekspektasi kinerja tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan bank digital. Hal ini dapat dikarenakan nasabah bank digital merasa bahwa aplikasi bank digital sudah semestinya membantu meningkatkan kinerja dan produktivitas, sehingga hal ini tidak dianggap penting oleh nasabah sebagai salah

satu faktor yang mendorong untuk meningkatkan niat dalam penggunaan bank digital. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Mustaqim, dkk., (2018) dan Hasibuan., (2021) yang menemukan hasil di mana ekspektasi kinerja tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan teknologi baru. Namun hasil penelitian ini tidak didukung oleh penelitian Vally dkk., (2020) dan Irfan., (2020) dalam penelitiannya ekspektasi kinerja memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan teknologi baru.

Hipotesis efek moderasi H1a menunjukkan hasil analisis bahwa *moderator* usia dengan nilai *p-value* 0,591 tidak dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan ekspektasi kinerja terhadap niat penggunaan bank digital. Hipotesis efek moderasi H1b menunjukkan hasil analisis bahwa *moderator* jenis kelamin dengan nilai *p-value* 0,328 tidak dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan ekspektasi kinerja terhadap niat penggunaan bank digital. Hipotesis efek moderasi H1c menunjukkan hasil analisis bahwa *moderator* pengalaman dengan nilai *p-value* 0,770 tidak dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan ekspektasi kinerja terhadap niat penggunaan bank digital.

4.6.2 H2: Apakah ekspektasi usaha (EE) berpengaruh terhadap niat penggunaan teknologi bank digital (BI) ?

Hasil pengujian hipotesis H2 didapatkan hasil nilai *p-value* 0,931 yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara ekspektasi usaha (EE) dengan niat untuk menggunakan bank digital (BI), sehingga hipotesis H2 dalam penelitian ini ditolak.

Ekspektasi usaha (EE) didefinisikan dengan seberapa mudah layanan (Venkatesh et al., 2003). Berdasarkan hasil kuesioner banyak yang menyatakan bahwa belajar menggunakan aplikasi bank digital adalah hal yang mudah, namun faktor ekspektasi usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan bank digital. Hal ini dapat dikarenakan nasabah tidak memerlukan usaha yang lebih untuk menggunakan bank digital. Nasabah dapat dengan mudah mengakses aplikasi bank digital di ponsel dan juga tidak perlu meminta bantuan ahli untuk menginstal aplikasi. Selain itu juga tidak diperlukan keahlian khusus maupun mengikuti pelatihan untuk mengoperasikan aplikasi bank digital. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor ekspektasi usaha tidak menjadi pertimbangan nasabah ketika akan menggunakan bank digital karena aplikasi bank digital yang secara umum mudah digunakan tanpa keahlian khusus. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Irfan., (2020), Anggraeni, dkk., (2021) dan Mustaqim, dkk (2018) dalam penelitiannya ekspektasi usaha tidak memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan teknologi baru. Namun hasil penelitian tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Vally dkk., (2020) dan Hidayat dkk., (2020) yang menemukan hasil berbeda dimana

ekspektasi usaha (EE) memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan teknologi baru.

Hipotesis efek moderasi H2a menunjukkan hasil analisis bahwa *moderator* usia dengan nilai *p-value* 0,579 tidak dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan ekspektasi usaha terhadap niat penggunaan bank digital. Hipotesis efek moderasi H2b menunjukkan hasil analisis bahwa *moderator* jenis kelamin dengan nilai *p-value* 0,028 dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan ekspektasi usaha terhadap niat penggunaan bank digital. Berdasarkan hasil kuesioner, jenis kelamin responden bank digital adalah perempuan. Karena perempuan lebih suka melakukan hal-hal yang mudah dengan bank digital, sehingga kebanyakan perempuan memilih menggunakan bank digital untuk transaksi setiap harinya. Hipotesis efek moderasi H2c menunjukkan hasil analisis bahwa *moderator* pengalaman dengan nilai *p-value* 0,876 tidak dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan ekspektasi usaha terhadap niat penggunaan bank digital.

4.6.3 H3: Apakah pengaruh sosial (SI) berpengaruh terhadap niat penggunaan teknologi bank digital (BI)?

Hasil pengujian hipotesis H3 didapatkan hasil nilai *p-value* 0,696 yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara pengaruh sosial (SI) dengan niat untuk menggunakan bank digital (BI), sehingga hipotesis H3 dalam penelitian ini ditolak.

Pengaruh sosial (SI) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang merasa bahwa orang terdekatnya percaya bahwa ia harus menggunakan sistem yang baru (Venkatesh et al., 2003). Faktor pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan bank digital dapat dikarenakan meski nasabah mendapatkan rekomendasi dari orang terdekatnya, namun nasabah dapat menentukan secara rasional untuk menggunakan bank digital tanpa sepenuhnya tergantung dari rekomendasi tersebut. Hal ini disebabkan oleh sudah banyaknya aplikasi perbankan yang saat ini sudah tersedia, sehingga nasabah sudah terbiasa dan dapat menentukan secara mandiri apakah akan menggunakan aplikasi bank digital atau tidak. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor pengaruh sosial tidak menjadi pertimbangan nasabah dalam menentukan niat penggunaan bank digital karena nasabah tidak memerlukan pengaruh atau opini dari orang lain. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Putro dkk., (2019) dan Irfan., (2020) dalam penelitiannya pengaruh sosial tidak memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan teknologi baru Namun hasil penelitian tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Mustaqim, dkk., (2018) dan Anggraeni, dkk., (2021) yang menemukan hasil berbeda dimana pengaruh sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan teknologi baru.

Hipotesis efek moderasi H3a menunjukkan hasil analisis bahwa *moderator* usia dengan nilai *p-value* 0,362 tidak dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan pengaruh sosial terhadap niat penggunaan bank digital. Hipotesis efek moderasi H3b menunjukkan hasil analisis bahwa *moderator* jenis kelamin dengan nilai *p-value* 0,096 tidak dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan pengaruh sosial terhadap niat penggunaan bank digital. Hipotesis efek moderasi H3c menunjukkan hasil analisis bahwa *moderator* pengalaman dengan nilai *p-value* 0,794 tidak dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan pengaruh sosial terhadap niat penggunaan bank digital.

4.6.4 H4: Apakah kondisi pendukung (FC) berpengaruh terhadap niat penggunaan teknologi bank digital (BI)?

Hasil pengujian hipotesis H4 didapatkan hasil nilai *p-value* 0,372 yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara kondisi pendukung (FC) dengan niat untuk menggunakan bank digital (BI), sehingga hipotesis H4 dalam penelitian ini ditolak.

Kondisi pendukung (FC) didefinisikan dengan persepsi pengguna tentang sumber daya dan dukungan yang tersedia (Venkatesh et al., 2003). Faktor kondisi pendukung tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan bank digital dapat dikarenakan untuk dapat memanfaatkan perbankan digital, konsumen tidak memerlukan infrastruktur yang kompleks dan besar. Nasabah hanya membutuhkan *gadget* dengan spesifikasi tertentu dan koneksi internet yang saat ini di Indonesia kedua hal tersebut sudah terjangkau dan tersebar di berbagai tempat. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor kondisi pendukung tidak menjadi pertimbangan nasabah dalam menentukan niat penggunaan bank digital karena infrastruktur yang dibutuhkan untuk mengakses bank digital mudah diperoleh. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Anggraeni, dkk., (2021) dalam penelitiannya kondisi pendukung tidak memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan teknologi baru. Namun hasil penelitian tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Irfan., (2020) dan Hasibuan., (2021) yang menemukan hasil berbeda dimana kondisi pendukung memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan teknologi baru.

Hipotesis efek moderasi H4a menunjukkan hasil analisis bahwa *moderator* usia dengan nilai *p-value* 0,843 tidak dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan kondisi pendukung terhadap niat penggunaan bank digital. Hipotesis efek moderasi H4b menunjukkan hasil analisis bahwa *moderator* jenis kelamin dengan nilai *p-value* 0,431 tidak dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan kondisi pendukung terhadap niat penggunaan bank digital. Hipotesis efek moderasi H4c menunjukkan hasil analisis bahwa

moderator pengalaman dengan nilai *p-value* 0,557 tidak dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan kondisi pendukung terhadap niat penggunaan bank digital.

4.6.5 H5: Apakah motivasi hedonis (HM) berpengaruh terhadap niat penggunaan teknologi bank digital (BI)?

Hasil pengujian hipotesis H5 didapatkan hasil nilai *p-value* 0,510 yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara motivasi hedonis (HM) dengan niat untuk menggunakan bank digital (BI), sehingga hipotesis H5 dalam penelitian ini ditolak.

Motivasi hedonis didefinisikan sebagai kesenangan yang diperoleh dari penggunaan teknologi baru (Venkatesh et al., 2012). Berdasarkan hasil kuesioner, penggunaan fitur bank digital mudah dan menyenangkan mendapat skor yang cukup tinggi, namun hal tersebut tidak dapat mempengaruhi niat penggunaan bank digital. Faktor motivasi hedonis tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan bank digital dapat dikarenakan tanpa adanya faktor kesenangan nasabah tetap menggunakan bank digital. Hal ini dapat disebabkan penggunaan bank digital diperuntukkan untuk produktivitas sehingga faktor kesenangan tidak menjadi faktor yang berpengaruh signifikan dalam niat penggunaan bank digital. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Hidayat dkk., (2020) dan Hasibuan., (2021) dalam penelitiannya motivasi hedonis (HM) tidak memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan teknologi baru. Namun hasil penelitian tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni dkk., (2021) dan Vally dkk., (2020) yang menemukan hasil berbeda dimana motivasi hedonis memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan teknologi baru.

Hipotesis efek moderasi H5a menunjukkan hasil analisis bahwa *moderator* usia dengan nilai *p-value* 0,547 tidak dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan motivasi hedonis terhadap niat penggunaan bank digital. Hipotesis efek moderasi H5b menunjukkan hasil analisis bahwa *moderator* jenis kelamin dengan nilai *p-value* 0,236 tidak dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan motivasi hedonis terhadap niat penggunaan bank digital. Hipotesis efek moderasi H5c menunjukkan hasil analisis bahwa *moderator* pengalaman dengan nilai *p-value* 0,807 tidak dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan motivasi hedonis terhadap niat penggunaan bank digital.

4.6.6 H6: Apakah nilai harga (PV) berpengaruh terhadap niat penggunaan teknologi bank digital (BI)?

Hasil pengujian hipotesis H6 didapatkan hasil nilai *p-value* 0,244 yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara nilai harga (PV) dengan niat untuk menggunakan bank digital (BI), sehingga hipotesis H6 dalam penelitian ini ditolak.

Nilai harga didefinisikan sebagai pertukaran antara manfaat yang dirasakan dari suatu teknologi dengan biaya yang harus dikeluarkan untuk menggunakannya (Venkatesh et al., 2012). Berdasarkan hasil kuesioner, Bank digital menerapkan biaya administrasi yang terjangkau mendapat skor yang cukup tinggi, namun hal tersebut tidak dapat mempengaruhi niat penggunaan bank digital. Faktor nilai harga tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan bank digital dapat dikarenakan perbedaan biaya yang diterapkan bank digital tidak terlalu signifikan jika dibandingkan dengan biaya yang diterapkan pada *mobile banking*. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Anggraeni dkk., (2021), Hidayat dkk., (2020), dan Vally dkk., (2020) dalam penelitiannya nilai harga tidak berpengaruh signifikan terhadap niat dalam penggunaan teknologi baru. Namun hasil penelitian tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Irfan., (2020) dan Hasibuan., (2021) yang menemukan hasil berbeda dimana nilai harga memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan teknologi baru.

Hipotesis efek moderasi H6a menunjukkan hasil analisis bahwa *moderator* usia dengan nilai *p-value* 0,606 tidak dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan nilai harga terhadap niat penggunaan bank digital. Hipotesis efek moderasi H6b menunjukkan hasil analisis bahwa *moderator* jenis kelamin dengan nilai *p-value* 0,870 tidak dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan nilai harga terhadap niat penggunaan bank digital. Hipotesis efek moderasi H6c menunjukkan hasil analisis bahwa *moderator* pengalaman dengan nilai *p-value* 0,996 tidak dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan nilai harga terhadap niat penggunaan bank digital.

4.6.7 H7: Apakah kebiasaan (HT) berpengaruh terhadap niat penggunaan teknologi bank digital (BI)?

Hasil pengujian hipotesis H7 didapatkan hasil nilai *p-value* 0,004 yang berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan kebiasaan (HT) dalam niat untuk menggunakan bank digital, sehingga hipotesis H7 dalam penelitian ini diterima.

Kebiasaan didefinisikan sebagai sejauh mana orang cenderung menggunakan suatu teknologi secara otomatis dalam kegiatannya (Venkatesh et al., 2012). Faktor kebiasaan berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan bank digital dapat dikarenakan kebiasaan

adalah respons otomatis yang mengarahkan kepada tujuan tertentu. Kebiasaan tercipta ketika orang terus-menerus melakukan tindakan yang sama dan tanpa menghabiskan banyak pemikiran atau analisis rasional (Gardner & Rebar, 2019). Ketika suatu perilaku menjadi kebiasaan, itu menjadi otomatis, dan keputusan dibuat tanpa kesadaran. Apalagi ketika tindakan tersebut mengarah pada pencapaian tujuan yang memuaskan, maka akan merangsang mereka untuk memiliki niat yang lebih untuk melakukan suatu tindakan, yang dalam konteks ini adalah menggunakan bank digital. Kebiasaan akan pengalaman penggunaan aplikasi *mobile banking* kemungkinan akan memperkuat niat seseorang menggunakan bank digital. Karena penetrasi teknologi digital telah mendorong sebagian besar masyarakat untuk melekat teknologi, dan penggunaannya menjadi bagian dari kehidupan dan kebiasaan mereka. Selama dua dekade terakhir, orang telah terpapar internet dan teknologi seluler baik di tempat kerja maupun di rumah, dan mereka cenderung lebih sering menggunakan teknologi untuk memenuhi tujuannya (Aswani et al., 2018). Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan kebiasaan nasabah dalam menggunakan teknologi seluler, yang dalam konteks perbankan adalah *mobile banking*, dapat meningkatkan pengaruh niat penggunaan teknologi bank digital. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Anggraeni, dkk., (2021), Irfan., (2020) dan Vally, dkk., (2020) yang menemukan hasil dimana kebiasaan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan teknologi baru. Namun hasil penelitian tidak didukung penelitian yang dilakukan oleh Hasibuan., (2021) yang menemukan hasil berbeda dimana kebiasaan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan teknologi baru. Hasil penelitian ini dapat menjadi rekomendasi bagi bank digital untuk mendapatkan nasabah baru bank digital dapat memfokuskan pemasaran kepada pengguna teknologi seluler, lebih spesifik pengguna *mobile banking*.

Hipotesis efek moderasi H7a menunjukkan hasil analisis bahwa *moderator* usia dengan nilai *p-value* 0,510 tidak dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan kebiasaan terhadap niat penggunaan bank digital. Hipotesis efek moderasi H7b menunjukkan hasil analisis bahwa *moderator* jenis kelamin dengan nilai *p-value* 0,050 dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan kebiasaan terhadap niat penggunaan bank digital. Hipotesis efek moderasi H7c menunjukkan hasil analisis bahwa *moderator* pengalaman dengan nilai *p-value* 0,311 tidak dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan kebiasaan terhadap niat penggunaan bank digital.

4.6.8 H8: Apakah keamanan (SC) berpengaruh terhadap niat penggunaan teknologi bank digital (BI)?

Hasil pengujian hipotesis H8 didapatkan hasil nilai *p-value* 0,002 yang berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan antara keamanan (SC) dengan niat untuk menggunakan bank digital, sehingga hipotesis H8 dalam penelitian ini diterima.

Keamanan didefinisikan sebagai sejauh mana suatu teknologi memberikan rasa aman dan kepercayaan untuk mengelola informasi sensitif pengguna (Merhi et al., 2012). Faktor keamanan berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan bank digital dapat dikarenakan adanya kekhawatiran nasabah karena bank digital yang dijalankan sepenuhnya secara digital. Pada dasarnya ketakutan akan lemahnya keamanan diketahui menjadi faktor yang sangat berpengaruh terhadap penerimaan teknologi perbankan (Amin et al., 2008). Oleh karenanya keamanan bank digital yang akan digunakan sangat berpengaruh terhadap pemilihan bank digital. Selain itu adanya kasus pembobolan akun bank digital di Indonesia pada tahun 2021 juga menjadi perhatian masyarakat. Para peneliti setuju bahwa tiga faktor utama yang mempengaruhi adopsi teknologi perbankan adalah faktor keamanan, resiko yang dirasakan dan kepercayaan masyarakat (Lafraxo et al., 2018). Keamanan tetap menjadi perhatian dan penghalang besar untuk adopsi teknologi perbankan karena adanya kemungkinan terhadap pelanggaran dan kebocoran data (Merhi et al., 2012). Selain itu berdasarkan hasil penelitian ini, nilai rata-rata item yang paling tinggi yang dijawab oleh responden adalah saya percaya bank digital yang saya gunakan melindungi privasi saya. Nasabah bank digital merasa aman dalam menggunakan bank digital, sehingga hal ini dianggap penting oleh nasabah sebagai salah satu faktor yang mendorong untuk meningkatkan niat dalam penggunaan teknologi bank digital. Oleh karenanya faktor keamanan menjadi faktor penentu nasabah dalam mempengaruhi niat penggunaan bank digital. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu Amin dkk (2008), Lafraxo dkk. (2018), Patel & Patel (2018), Khalilzadeh dkk. (2017) dan Oliveira dkk. (2016) yang menemukan hasil bahwa faktor keamanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat penggunaan teknologi baru. Namun hasil penelitian tidak didukung penelitian yang dilakukan oleh Huddin dkk., (2021) yang menemukan hasil berbeda dimana keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan teknologi baru. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat menjadi saran bagi bank digital untuk meningkatkan serta memperbaharui keamanan karena faktor keamanan menjadi salah satu alasan yang mempengaruhi pemilihan bank digital. Faktor keamanan juga dapat dijadikan sebagai bahan pemasaran bagi bank digital untuk menarik nasabah baru

karena berdasarkan penelitian ini, faktor keamanan menjadi faktor yang dipertimbangkan untuk memilih bank digital.

Hipotesis efek moderasi H8a menunjukkan hasil analisis bahwa *moderator* usia dengan nilai *p-value* 0,338 tidak dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan keamanan terhadap niat penggunaan bank digital. Hipotesis efek moderasi H8b menunjukkan hasil analisis bahwa *moderator* jenis kelamin dengan nilai *p-value* 0,319 tidak dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan keamanan terhadap niat penggunaan bank digital. Hipotesis efek moderasi H8c menunjukkan hasil analisis bahwa *moderator* pengalaman dengan nilai *p-value* 0,247 tidak dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan keamanan terhadap niat penggunaan bank digital.



BAB 5

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Tingkat penerimaan teknologi bank digital berdasarkan konstruk *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, *habit*, *security*, dan *behavioral intention* dengan menggunakan analisis deskriptif pada penelitian ini termasuk dalam kategori baik. Hal ini dapat dimaknai bahwa kehadiran bank digital di Indonesia dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

Faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk menggunakan teknologi bank digital pada penelitian ini adalah faktor kebiasaan dan keamanan. Faktor kebiasaan menjadi faktor yang berpengaruh dalam niat penggunaan bank digital. Kebiasaan didefinisikan dengan sejauh mana orang cenderung menggunakan bank digital secara otomatis dalam kegiatannya. Kebiasaan nasabah dalam menggunakan *smartphone* untuk memenuhi setiap kebutuhannya, yang dalam konteks perbankan adalah *mobile banking*, sangat berpengaruh dalam niat penggunaan bank digital yang semuanya berbasis *mobile banking* di *smartphone*. Hal ini dapat berarti bahwa nasabah bank digital adalah mereka yang telah terbiasa dalam menggunakan *mobile banking* dalam keseharian untuk melakukan transaksi perbankan.

Faktor keamanan berpengaruh signifikan dalam mempengaruhi niat nasabah untuk menggunakan teknologi bank digital. Keamanan didefinisikan dengan sejauh mana suatu teknologi memberikan rasa aman dan kepercayaan untuk mengelola informasi sensitif pengguna. Faktor keamanan menjadi faktor pendukung utama sekaligus penghalang dalam adopsi penerimaan teknologi perbankan karena adanya ancaman serangan siber. Berdasarkan hasil penelitian nasabah merasa bank digital yang digunakan dapat melindungi keamanan transaksi dan finansial, sehingga faktor keamanan dianggap penting oleh nasabah sebagai salah satu faktor yang mendorong untuk meningkatkan niat dalam penggunaan layanan bank digital.

5.2 Saran

Saran terhadap pihak bank digital berdasarkan penelitian ini, untuk menarik nasabah baru pihak bank digital dapat lebih memfokuskan pemasaran terhadap pengguna teknologi seluler yang dalam konteks perbankan adalah pengguna yang sudah terbiasa menggunakan *mobile banking*. Selain itu faktor keamanan juga dapat dijadikan sebagai materi pemasaran karena

nasabah terbukti mempertimbangkan faktor keamanan sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi penggunaan bank digital. Dan yang terpenting pihak bank digital juga disarankan untuk selalu meningkatkan dan memperbaharui keamanan perbankan demi menjaga keamanan data dan finansial nasabah.

Penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang harapannya dapat diperbaiki pada penelitian selanjutnya. Keterbatasan pertama, penelitian ini hanya menganalisis tingkat penerimaan bank digital dan faktor apa saja yang mempengaruhi niat nasabah dalam menggunakan bank digital, sehingga tidak dapat digeneralisasi untuk konteks perbankan secara keseluruhan. Keterbatasan kedua, penelitian ini menggunakan teori penerimaan UTAUT2 dengan modifikasi penambahan konstruk keamanan, sehingga masih terdapat konstruk-konstruk lain yang belum mencakup penelitian ini dalam mempengaruhi niat penggunaan bank digital. Keterbatasan ketiga, jumlah responden minimal dalam penelitian ini masih belum memenuhi standar jumlah sampel minimal berdasarkan metode *inverse square root* karena adanya keterbatasan waktu penelitian.

Berdasarkan keterbatasan penelitian yang telah disebutkan, maka saran untuk penelitian selanjutnya ditujukan untuk lebih mengeksplorasi penelitian terkait bank digital serta memperbaiki kekurangan dan keterbatasan penelitian ini. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan penelitian dengan jumlah responden yang lebih banyak dan data demografi yang lebih lengkap. Untuk lebih mengeksplorasi penerimaan bank digital dengan teori UTAUT2, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan teori UTAUT2 dengan modifikasi lainnya seperti mengkombinasikan teori lain atau penambahan konstruk yang berbeda seperti persepsi risiko (*perceived risk*), kualitas sistem (*system quality*), kualitas informasi (*information quality*) dan konstruk lainnya. Sebagai pembandingan penelitian dari sisi penerimaan teknologi bank digital dapat dilakukan dengan menggunakan teori penerimaan yang berbeda seperti *Theory of Interpersonal Behavior* (TIB), *Igbaria's Model* (IM), *Perceived Characteristics of Innovating Theory* (PCIT), *Uses and Gratification Theory* (U&G) dan teori penerimaan teknologi lainnya. Selain itu dapat juga dilakukan penelitian dari aspek selain penerimaan untuk lebih mengeksplorasi penelitian terkait topik bank digital di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 22.
- Amin, H., Hamid, M. R., Lada, S., & Anis, Z. (2009). The Adoption Of Mobile Banking In Malaysia: The Case Of Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB). *International Journal of Business and Society*, 9(2).
- Anggraeni, R., Hapsari, R., & Muslim, N. A. (2021). Examining Factors Influencing Consumers Intention and Usage of Digital Banking: Evidence from Indonesian Digital Banking Customers. *Asia-Pacific Management and Business Application*, 9(3).
- Aswani, R., Ilavarasan, P. V., Kar, A. K., & Vijayan, S. (2018). Adoption of public WiFi using UTAUT2: An exploration in an emerging economy. *Procedia Computer Science*, 132.
- Bisnis.com. (2021, 10 13). *Pelaku Pembobolan Akun Jenius Ditangkap, Ini Kata Manajemen BTPN*. Dipetik 01 13, 2021, dari Bisnis.com: <https://finansial.bisnis.com/read/20211013/90/1454083/pelaku-pembobolan-akun-jenius-ditangkap-ini-kata-manajemen-btpn>
- Bisnis.com. (2021, 12 29). *Kaleidoskop 2021: Saham Bank Digital Meroket, BBHI Naik Ribuan Persen*. Dipetik February 6, 2022, dari Finansial Bisnis.com: <https://finansial.bisnis.com/read/20211229/90/1483156/kaleidoskop-2021-saham-bank-digital-meroket-bbhi-naik-ribuan-persen/3>
- Dsinnovate. (2021). *The Rise of Digital Banking in Indonesia*. Jakarta: DS Innovate.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Emzir. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kuantitatif dan Kualitatif*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Endra, F. (2017). *Pengantar Metodologi Penelitian (Statistika Praktis)*. Sidoarjo: Penerbit Zifatama Jawara.
- Fadhilah, H. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Perilaku Wajib Pajak Dalam Menggunakan E-Filing (Studi Pada Wajib Pajak Di Pulau Jawa)*. Malang: Universitas Brawijaya.

- Finder.com. (2021, 10 07). *Penggunaan Perbankan Digital 2021*. Dipetik 02 6, 2022, dari Finder.com: <https://www.finder.com/id/neo-bank>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1).
- Gardner, B., & Rebar, A. L. (2019). Habit Formation and Behavior Change. *Oxford Research Encyclopedias*.
- Hair, J. F., Hult, T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: Sage.
- Han, H., & Qian, Y. (2020, 12 01). Did Enterprises Innovation Ability Increase During the COVID-19 Pandemic? Evidence From Chinese Listed Companies. *Asian Economics Letters*, 1(1).
- Harris, M. A., Brookshire, R., & Chin, A. G. (2016). Identifying factors influencing consumers' intent to install mobile applications. *International Journal of Information Management*.
- Hartono, J. (2018). *Strategi Penelitian Bisnis* (1 ed.). Penerbit Andi.
- Hartono, Jogiyanto, & Abdillah, W. (2009). *Konsep Dan Aplikasi Pls Untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: Fakultas Bisnis Ugm.
- Hasibuan, H. T. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Layanan Financial Technology Peer To Peer Lending Syariah. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(5).
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Surabaya: Health Books Publishing.
- Hidayat, M. T., Aini, Q., & Fetrina, E. (2020, 08). Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus). *Jurnal Nasional Teknik Elektro dan Teknologi Informasi*, 9(3).
- Hill, T., Smith, N. D., & Mann, M. F. (1987). Role of efficacy expectations in predicting the decision to use advanced technologies: The case of computers. *Journal of Applied Psychology*.
- Huddin, M. N., Masitoh, M. R., & Ikhsan, K. (2021). Kemudahan penggunaan, facilitating condition, keamanan teknologi dan compatibility terhadap niat menggunakan pembayaran mobile di Indonesia. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 5(2).
- Indrawati, & Yusliansyah, S. (2017). Adoption Factors of Online-Web Railway Ticket Reservation Service (A Case from Indonesia). *International Conference on Information and Communication Technology*.

- Irfan. (2020, 12). Evaluasi Tingkat Penerimaan E-Money di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta menggunakan Modifikasi UTAUT2.
- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2016). *Mengolah Data Penelitian Bisnis Dengan SPSS*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Khalilzadeh, J., Ozturk, A. B., & Bilgihan, A. (2017, 01 01). Security-related factors in extended UTAUT model for NFC based Mobile Payment in the Restaurant Industry. *Computers in Human Behavior*.
- Kock, N., & Hadaya, P. (2016). Minimum sample size estimation in PLS-SEM: The inverse square root and gamma-exponential methods. *Information Systems Journal*, 28(1).
- Kompas.com. (2021, 12 28). Kaleidoskop 2021: Ramai-ramai Menjadi Bank Digital Halaman all - Kompas.com. *Money Kompas.com*. Diambil kembali dari <https://money.kompas.com/read/2021/12/28/083900426/kaleidoskop-2021--ramai-ramai-menjadi-bank-digital?page=all>
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Kusumawati, N., & Rinaldi, A. A. (2020, 02 01). Trust Role in Acceptance of Digital Banking in Indonesia. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 11(1).
- Lafraxo, Y., Hadri, F., Amhal, H., & Rossafi, A. (2018). The Effect of Trust, Perceived Risk and Security on the Adoption of Mobile Banking in Morocco. *ICEIS 2018 - 20th International Conference on Enterprise Information Systems*. SCITEPRESS.
- Latan, H. (2012). *Struktural Equation Modeling: Konsep Dan Aplikasi Menggunakan Program Lisrel 8.80*. Bandung: Alfabeta.
- Lawson, C. (2006). *Technology, Technological Determinism and The Transformational Model of Social Activity* (1 ed.). Routledge.
- Martins, C., Oliveira, T., & Popovic, A. (2014). Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application. *International Journal of Information Management*, 1(13).
- Merhi, M., Hone, K., & 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*.
- Mufarih, M., jayadi, R., & Sugandi, Y. (2020). Factors Influencing Customers to Use Digital Banking Application in Yogyakarta, Indonesia Factors Influencing

- Customers to Use Digital Banking Application in Yogyakarta, Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10).
- Musyifah, I., & Simanjuntak, M. (2016). Online Shopping Behavior on Generation Y in Indonesia. *Global Business & Finance Review*, 21(1).
- OJK. (2021). Cetak Biru Transformasi Digital Perbankan. Otoritas Jasa Keuangan.
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016, 03 07). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*.
- Patel, K., & Patel, H. (2018). Adoption of internet banking services in Gujarat: an extension of TAM with perceived security and social influence. *International Journal of Bank Marketing*.
- Pertiwi, N. D., & Ariyanto, D. (2017). Penerapan Model Utaut2 Untuk Menjelaskan Minat Dan Perilaku Penggunaan Mobile Bankingdi Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*.
- Premi, W. B., & Widyaningrum, W. (2020, 03). Analisis Penerimaan Teknologi Mobile Banking Terhadap Use Behavior Melalui Pendekatan Model Utaut 2 (Studi Pada Nasabah KCU BCA Malang). *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2).
- Putro, A., & Hendratmoko. (2019, 11). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Individu Dalam Menggunakan Peer To Peer Lending Dan Equity Crowd Funding Di Dki Jakarta. *Manajemen Keuangan*, 9(1).
- Riyanto, A., Primiana, I., & Azis, Y. (2018, 05 09). Disruptive Technology: The Phenomenon of FinTech towards Conventional Banking in Indonesia. *IOP Conference Series*.
- Ryan, T. P. (2013). *Sample Size Determination and Power*. New Jersey: Wiley.
- Ryan, T. P. (2013). *Sample Size Determination and Power*. Wiley.
- Samsu. (2017). *Metode Penelitian: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development)* (1 ed.). Pustaka Jambi.
- Sanctis, G. D. (1983). Expectancy Theory as an Explanation of Voluntary Use of a Decision-Support System. *Psychological Reports*, 52.
- Saptawati, Y. (2018). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Keamanan & Manfaat Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bulukumba*. Makasar: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia.
- Sekaran, U. (2017). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis* (6 ed.). Salemba Empat.

- Shin, D. H. (2010, 09). The effects of trust, security and privacy in social networking: A security-based approach to understand the pattern of adoption. *Interacting with Computers*, 2(5).
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2020). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Skinner, C. (2014). *Digital Bank : Strategies To Launch Or Become A Digital Bank*. Marshall Cavendish International.
- Soegesty, N. B., Fahmi, I., & Novianti, T. (2020, 05). Kajian Faktor Yang Memengaruhi Adopsi Sistem Pinjaman Peer To Peer Lending. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 19(1).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. PT Alfabet.
- Susilawati, Falefi, R., & Purwoko, A. (2020, 05). Impact of COVID-19's Pandemic on the Economy of Indonesia. *BIRCI-Journal*, 3(2).
- Ting, D. W., Carin, L., Dzau, V., & Wong, T. Y. (2020, 03). Digital technology and COVID-19. *Nature Medicine*, 26.
- Vally, S., & Shankar. (2020). Factors that affect the digital banking adoption in Hyderabad city-UTAUT model approach. *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, 7(4).
- Vargo, D., Zhu, L., Benwell, B., & Yan, Z. (2020, 12 28). Digital technology use during COVID-19 pandemic: A rapid review. *Wiley*, 3(1).
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003, 09 03). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3).
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012, 03). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36.
- Vishnuvardhan, B., Manjula, B., & Lakshman, N. (2020). A Study of Digital Banking: Security Issues and Challenges. *Advances in Intelligent Systems and Computing*, 1090.

LAMPIRAN A

Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Saya M. Khoirul Ansor, Mahasiswa Magister Informatika Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia, saat ini sedang melakukan penelitian untuk Tesis saya yang berjudul "Analisis Faktor Penerimaan Teknologi Bank Digital Menggunakan Modifikasi UTAUT2". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan masyarakat terhadap bank digital. Untuk mendukung penelitian saya, saya mohon berkenan Saudara/Saudari bersedia membantu penelitian ini dengan mengisi kuesioner.

Kuesioner ini terdiri dari 35 pertanyaan total, dan membutuhkan waktu pengisian lebih kurang selama 10 menit. Demi menjaga objektivitas dalam penelitian ini, mohon kesediaan Saudara/Saudari berkenan memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Adapun jawaban yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan tidak akan disebar dan digunakan selain untuk kepentingan penelitian ini yang dimanfaatkan semata-mata hanya untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

Atas kesediaannya saya ucapkan terimakasih.

Jazakumullah khairan katsiran wa jazakumullah ahsanal jaza'

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Identitas Responden

Jenis Kelamin : 1. Laki-laki
2. Perempuan

Usia : 1. < 20 Tahun
2. 21-30 Tahun
3. 31-40Tahun
4. > 41 Tahun

Lama Menggunakan Bank Digital : 1. < 3 Bulan
2. 4-8 Bulan
3. 9-12 Bulan
4. > 1 Tahun

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Berikut ini disajikan kuesioner yang berisi sejumlah pernyataan. Saudara/Saudari diminta untuk menjawab pernyataan berikut dengan cara memilih salah satu angka diantara 1 sampai dengan 5 pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan diri Saudara/Saudari. Semua jawaban yang Saudara/Saudari berikan diantara lima pilihan jawaban dengan skala yang tersedia sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Ekspektasi Kinerja						
1	Bank digital bermanfaat bagi kehidupan saya sehari-hari					
2	Penggunaan bank digital membantu saya mencapai hal-hal yang penting					
3	Penggunaan bank digital dapat menyelesaikan transaksi saya lebih cepat					
4	Penggunaan bank digital meningkatkan produktivitas saya					
Ekspektasi Usaha						
5	Belajar cara menggunakan bank digital merupakan hal yang mudah bagi saya					
6	Antarmuka pengguna bank digital jelas dan mudah dipahami bagi saya					
7	Saya merasa bank digital mudah digunakan					
8	Saya mahir dalam menggunakan fitur/aplikasi bank digital dengan cepat					
Pengaruh Sosial						
9	Orang-orang yang penting bagi saya menyarankan saya untuk menggunakan bank digital					

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
10	Orang-orang yang mempengaruhi kebiasaan saya menyarankan saya untuk menggunakan bank digital					
11	Saya memilih menggunakan bank digital atas dasar rekomendasi dari orang yang saya percayai					
Kondisi Pendukung						
12	Saya memiliki fasilitas yang diperlukan dalam menggunakan bank digital					
13	Saya mempunyai pengetahuan yang dibutuhkan untuk menggunakan bank digital					
14	Bank digital kompatibel dengan teknologi lain yang saya gunakan					
15	Saya mendapatkan bantuan dari helpdesk/petugas bank ketika mendapatkan kesulitan dalam menggunakan bank digital					
Motivasi Hedonis						
16	Penggunaan fitur bank digital responsif dan menarik					
17	Penggunaan fitur bank digital mudah dan menyenangkan					
18	Penggunaan fitur bank digital menghibur dan tepat sasaran					
Nilai Harga						
19	Bank digital menerapkan biaya administrasi yang terjangkau					
20	Bank digital memberikan lebih banyak manfaat daripada biaya administrasi yang dibebankan					
21	Penggunaan bank digital dapat menghemat uang dan waktu saya					
Kebiasaan						

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
22	Penggunaan bank digital sudah menjadi kebiasaan saya					
23	Saya memiliki ketergantungan dalam menggunakan bank digital					
24	Saya harus menggunakan bank digital					
25	Menggunakan bank digital menjadi hal wajar bagi saya					
Keamanan						
26	Saya Percaya informasi yang diberikan oleh bank digital tidak akan dimanipulasi oleh pihak yang tidak berkepentingan					
27	Saya yakin informasi pribadi yang saya berikan akan dijaga secara aman oleh bank digital					
28	Saya percaya pihak yang tidak berkepentingan tidak dapat melihat informasi yang saya berikan pada bank digital					
29	Saya percaya bank digital yang saya gunakan melindungi saya dari serangan siber					
30	Saya percaya bank digital yang saya gunakan melindungi privasi saya					
31	Saya percaya bank digital yang saya gunakan melindungi saya dengan mencegah aplikasi bank digital mendapatkan akses yang tidak dibutuhkan					
32	Saya percaya bank digital yang saya gunakan melindungi informasi transaksi saya					
Niat Penggunaan Layanan Bank digital						
33	Saya bermaksud untuk terus menggunakan bank digital dimasa yang akan datang					
34	Saya akan selalu mencoba menggunakan bank digital dalam kehidupan sehari-hari					

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
35	Saya berencana untuk melanjutkan penggunaan bank digital sesering mungkin					



