

## **Variabel Yang Mempengaruhi Penggunaan Bank Digital Melalui *Behavioral Intention***

**Kevin Widjaja<sup>1</sup>, Siti Nurjanah<sup>2</sup>\***

Magister Manajemen, Fakultas Bisnis, Kalbis University  
Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta 13210

<sup>1</sup>Email: [widjaja.kevin97@gmail.com](mailto:widjaja.kevin97@gmail.com)

<sup>2</sup>Corresponding Email: [siti.nurjanah@kalbis.ac.id](mailto:siti.nurjanah@kalbis.ac.id)

**Abstract:** *This research aims to determine the factors that influence a person's use of Digital Banks. The indicators used in this research are Perceived Ease of Use (POEU), Performance Expectancy (PE), Facilitating Condition (FC), Behavioural Intention (BI) as an intervening variable, and Use Intention (UI). This research uses a quantitative research approach using data collection methods by filling out online questionnaires from 150 sources who have used Digital Bank. Using the SEM (Structural Equation Mode) analysis method produces a test that Performance Expectancy, Facilitating Conditions have a direct and indirect influence on Use Intention, however perceived Ease of Use does not have a direct or indirect influence by showing a value of -2.550 and -0.657 in the model analysis testing that has been carried out. This negative value shows that the Perceived Ease of Use variable does not influence using Digital Bank. In utilizing digital banking services, a person's habits can be directly and significantly influenced by performance expectations.*

**Keywords:** *Digital Bank, Perceived Ease of Use, Performance Expectancy, Facilitating Condition, Behavioural Intention, Use Intention.*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan Bank Digital. Indikator – indikator yang menjadi penelitian ini merupakan *Perceived Ease of Use (POEU)*, *Performance Expectancy (PE)*, *Facilitating Condition (FC)*, *Behaviour Intention (BI)* sebagai variabel intervening, dan *Use Intention (UI)*. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui pengisian kuisisioner *online* sebanyak 150 narasumber yang telah menggunakan Bank Digital. Dengan menggunakan metode analisis SEM (*Structural Equation Mode*) menghasilkan pengujian bahwa *Performance Expectancy*, *Facilitating Condition* memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung pada *Use Intension*, akan tetapi *Perceived Ease of Use* tidak memiliki pengaruh baik langsung dan tidak langsung dengan menunjukkan hasil nilai sebesar -2,550 dan -0,657 pada pengujian analisis model yang telah dilakukan. Nilai negative tersebut menunjukkan bahwa variabel *Perceived Ease of Use* tidak mempengaruhi dalam menggunakan Bank Digital. Dalam memanfaatkan layanan perbankan digital, kebiasaan seseorang dapat dipengaruhi secara langsung dan signifikan oleh ekspektasi kinerja.

**Kata Kunci:** *Bank Digital, Perceived Ease of Use, Performance Expectancy, Facilitating Condition, Behavioural Intention, Use Intention*

## I. PENDAHULUAN

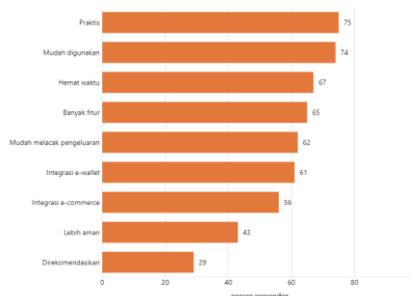
Pertumbuhan pesat Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Indonesia telah mendorong pertumbuhan industri dan proses bisnis yang efisien. Perkembangan ini, khususnya di industri keuangan, telah berdampak signifikan terhadap stabilitas, efisiensi, dan keamanan perekonomian. Fintech, penerapan teknologi pada sistem keuangan, merupakan sektor kunci dalam pertumbuhan ini. (Bank Indonesia, 2020; Sapulette et al., 2021). Adapun juga *Fintech* merupakan inovasi pada industri keuangan dengan memanfaatkan teknologi yang terbaru (Otoritas Jasa Keuangan, n.d.).

Transformasi digital mentransformasi industri jasa keuangan, meningkatkan pertumbuhan dan pengentasan kemiskinan melalui fintech. Pihak berwenang harus mengembangkan pendekatan peraturan dan pengawasan untuk memanfaatkan peluang sambil mempertahankan tujuan kebijakan seperti stabilitas, integritas, perlindungan konsumen, dan persaingan. (Feyen et al., n.d.).

Fintech dan perbankan digital telah mengubah industri keuangan, menawarkan pilihan pengelolaan keuangan yang inovatif. Perbankan digital menggunakan teknologi digital seperti platform online dan aplikasi seluler, meningkatkan efisiensi dalam transaksi elektronik dan internet banking. (Wei, 2023).

Perbankan digital, juga dikenal sebagai perbankan online, menawarkan layanan keuangan melalui saluran digital seperti situs web dan aplikasi seluler, memberikan kenyamanan, efisiensi, dan fleksibilitas bagi nasabah. Indonesia telah mengalami pertumbuhan signifikan dalam perbankan digital dalam beberapa tahun terakhir. (Amali et al., 2023).

Berdasarkan dari data Bank Indonesia (BI), sepanjang bulan April 2023 nilai pada transaksi Bank Digital di Indonesia mencapai Rp. 4.264,8 Triliun atau mendekati dengan Rp 4.3 Kuadriliun (gambar 1.2). Nilai tersebut mencakup dari berbagai transaksi digital atau *Digital Banking* yang terdiri atas beberapa klasifikasi berdasarkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yaitu Internet Banking, SMS / Mobile Banking, dan Phone Banking.



**Gambar 1 Alasan Menggunakan Bank Digital**  
**Sumber: Olahan Peneliti, 2024**

Survei yang dilakukan oleh Populix pada 21 Februari hingga 16 Maret 2022 dengan total responden 733 responden.

Berdasarkan informasi dari gambar 1.4, 67,9% responden tidak pernah atau tidak mempunyai aplikasi Bank Digital. Di sisi lain 30% responden menunjukkan sudah pernah atau mempunyai aplikasi Bank Digital serta terdapat 2% yang tidak mengetahui atau tidak pernah menggunakan aplikasi Bank Digital.

Perbankan digital adalah transformasi dalam industri perbankan, menawarkan layanan dan dompet digital tanpa akses fisik. Berbeda dengan Internet banking yang dapat diakses melalui internet. Para peneliti meyakini faktor-faktor yang mendukung adopsi perbankan digital mencakup kemajuan teknologi dan peningkatan penggunaan pengguna.

Revolusi digital dimulai pada tahun 1960 yang ditandai dengan diperkenalkannya konsep kartu kredit pada sistem perbankan. Transaksi digital mengacu pada setiap transaksi yang menggunakan instrumen digital seperti pembayaran seluler, dompet seluler, mata uang kripto, dan pembayaran elektronik. Sedangkan digital banking merupakan transaksi perbankan yang menggunakan fasilitas teknologi untuk memudahkan transaksi perbankan (Sardana & Singhania, 2018).

## II. METODE PENELITIAN

Teori Tindakan beralasan (TRA) merupakan teori yang digunakan secara umum yang menjelaskan tentang faktor – faktor yang berkaitan dengan perilaku yang didasari dari niat perilaku dan dipengaruhi oleh norma social dan sikap individu

terhadap perilaku serta mempelajari tindak laku manusia (Eagle et al., 2013).

Menurut (Lee & Kotler, 2015) *Theory Reason Action* yang dikembangkan oleh Ajzen dan Fishbein, prediksi yang terbaik mengenai perilaku seseorang adalah berdasarkan minat dari orang tersebut. Teori Reaction Action ini menjelaskan bahwa keyakinan dapat mempengaruhi suatu sikap dan norma sosial yang akan merubah bentuk keinginan berperilaku baik baik diarahkan atau terjadi secara begitu saja dalam perilaku sebuah individu. TRA memiliki 2 dasar Tindakan yaitu Intention; merupakan sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) dan Subjective Norm; merupakan berasosiasi dengan perilaku tersebut.

*Theory of Planned Behavior* merupakan pengembangan dari teori TRA yang dikembangkan pada 1967. Menurut (Lee & Kotler, 2015) TPB merupakan sebagai dasar yang melengkapi teori TRA. Adapun juga Theory of Planned Behavior yang diajukan oleh Ajzen merupakan sebuah teori tambahan pada teori Aksi Reaksi sebagai pelengkap ketika suatu individu tidak memiliki kemampuan untuk mengendalikan kebiasaan mereka (Nasri & Charfeddine, 2012).

Kontrol perilaku yang dirasakan menunjukkan bahwa motivasi seseorang dipengaruhi oleh seberapa sulit perilaku tersebut dirasakan dan persepsi seberapa sukses individu tersebut dapat atau tidak dapat melakukan aktivitas tersebut. Kontrol perilaku yang dirasakan dapat mempengaruhi perilaku secara langsung atau tidak langsung melalui niat berperilaku (Nasri & Charfeddine, 2012).

*Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan suatu Framework atau model penerimaan suatu teknologi dan juga adopsi teknologi yang baru (Diamond et al., 2018). Dalam konteks perbankan digital, model TAM dapat memberikan wawasan berharga mengenai sikap dan niat nasabah dalam mengadopsi layanan perbankan digital. Model TAM terdiri dari dua faktor utama: manfaat yang dirasakan (*perceive of usefull*) dan kemudahan penggunaan (*perceive of ease of use*). Kegunaan yang dirasakan mengacu pada sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan layanan perbankan digital akan meningkatkan

pengalaman perbankan mereka dan memberikan manfaat seperti kenyamanan, penghematan waktu, dan akses terhadap layanan yang lebih luas (A Technology Acceptance Model For Empirically Testing End-User Information Systems: Theory And Results, N.D.) (Davis, 1989).

*Perceived ease of use* merupakan kemudahan dalam menggunakan teknologi yang memberikan arti bahwa dengan menggunakan teknologi tersebut memberikan kebebasan dalam bertindak dalam melakuakn usaha. (Davis, 1989). Pada penelitian (Jasin, n.d.) mengatakan bahwa *perceived ease of use* mempengaruhi dalam kebiasaan dalam loyal terhadap suatu barang atau jasa. Adapun juga mempengaruhi dalam kesenangan dalam menggunakannya dan dipengaruhi dengan niat berperilaku meliputi kemudahan penggunaan Bank Digital, kejelasan dan kemudahan memahami fungsi aplikasi yang ditawarkan melalui interaksi atau antarmuka pengguna Bank Digital, keselarasan produk Bank Digital dengan kebutuhan pengguna (Masoud & AbuTaqa, 2017).

UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) adalah model untuk menjelaskan perilaku pengguna terhadap teknologi informasi. UTAUT dibangun berdasarkan empat faktor penentu utama yang diambil dari niat dan penggunaan *performance expectancy, effort expectancy, social influence, & facilitating conditions*. Setiap faktor penentu memengaruhi niat perilaku dan perilaku penggunaan. UTAUT diharuskan untuk memberi manajer pemahaman yang berguna tentang kemungkinan keberhasilan pengenalan teknologi baru, serta membantu mereka memahami faktor pendorong penerimaan agar dapat secara proaktif merumuskan intervensi (termasuk pelatihan atau pembinaan, pemasaran, dll.) yang ditujukan pada populasi pengguna yang cenderung tidak mengadopsi dan menggunakan sistem baru. (Venkatesh, Smith, et al., n.d.) .

Extended UTATU merupakan perkembangan dari UTAUT untuk mempelajari penerimaan dan penggunaan teknologi dalam konteks konsumen dengan menambahkan 3 variabel, yaitu hedonic motivation, price value, dan habit. Paradigma untuk menjelaskan perilaku

pengguna terhadap teknologi informasi disebut UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology). Empat faktor penentu mendasar *performance expectancy, effort expectancy, social influence, and facilitating conditions* yang berasal dari niat dan penggunaan membentuk UTAUT. Kemudian, setiap faktor penentu memengaruhi tujuan dan penggunaan perilaku. UTAUT harus menjadi alat yang membantu bagi para manajer yang harus menentukan apakah pengenalan teknologi baru akan berhasil dan membantu mereka memahami faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan untuk secara proaktif mengembangkan intervensi (seperti kampanye pemasaran, program pelatihan, dan inisiatif lainnya) yang ditujukan pada kelompok pengguna yang mungkin cenderung tidak menerima dan memanfaatkan sistem baru (Venkatesh, Walton, et al., n.d.).

*Performance Expectancy* diartikan sebagai Tingkat manfaat atau hasil yang diterima oleh konsumen pada menggunakan teknologi buat melaksanakan kegiatan mereka sehari-hari. pada *Performance Expectancy*, terdapat 3 sub-variabel. Pertama adalah *usefulness*, yang berarti kegunaan yang diperoleh pada menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. ke 2 merupakan *quickness* yang merupakan taraf sebuah teknologi mampu mempercepat pekerjaan yang dilakukan. Terakhir artinya *productivity*, yang didefinisikan menjadi peningkatan produktifitas terkait pada hal pekerjaan pengguna ketika menggunakan suatu teknologi meliputi kemudahan bertransaksi dengan menggunakan Bank Digital, percepatan proses layanan perbankan melalui penggunaan Bank Digital. (Venkatesh, Walton, et al., n.d.).

Tingkat manfaat atau hasil yang diterima oleh konsumen pada menggunakan teknologi buat melaksanakan kegiatan sehari – hari. (Venkatesh, Walton, et al., n.d.). Ekspektasi kinerja perbankan digital, yang mengacu pada persepsi manfaat dan efektivitas penggunaan layanan perbankan digital, secara signifikan mempengaruhi niat nasabah untuk mengadopsi dan menggunakan platform perbankan digital.

Penelitian secara konsisten menunjukkan bahwa persepsi ekspektasi kinerja perbankan digital merupakan prediktor signifikan terhadap niat nasabah untuk mengadopsi dan menggunakan layanan ini. Oleh karena itu, bank dan lembaga keuangan harus fokus pada peningkatan ekspektasi kinerja platform perbankan digital mereka untuk mendorong adopsi dan penggunaan nasabah yang lebih besar (Ahn & Lee, 2019)..

*Facilitating Condition* diartikan menjadi sejauh mana seseorang percaya bahwa sumber daya dan dukungan organisasi serta infrastruktur teknis tersedia untuk mendukung penggunaan sistem (Venkatesh, Walton, et al., n.d.).

*Facilitating Conditions* merupakan menjadi sejauh mana seseorang percaya bahwa sumber daya dan dukungan organisasi serta infrastruktur teknis tersedia untuk mendukung penggunaan sistem. terdapat 3 dimensi dari *facilitating condition*, yaitu *resource, knowledge, dan compatibility*. *Resource* adalah adanya asal berasal luar yang menghipnotis penggunaan teknologi. *Knowledge* adalah adanya asal pengetahuan dari luar untuk menggunakan teknologi, serta yang ketiga *compatibility* merupakan tingkat kecocokan sistem dengan teknologi yang digunakan waktu ini meliputi keyakinan pengguna terhadap tingkat keamanan data saat menggunakan Bank Digital (Venkatesh, Walton, et al., n.d.).

*Facilitating Conditions* mengacu pada sumber daya dan dukungan yang diberikan oleh lembaga perbankan untuk menjadikan penggunaan layanan perbankan digital lebih mudah diakses dan ramah pengguna. Ini dapat mencakup fitur-fitur seperti antarmuka yang ramah pengguna, metode autentikasi yang aman, dukungan pelanggan yang andal, dan aksesibilitas melalui banyak perangkat (Andino, 2022).

Metode penelitian kuantitatif adalah pendekatan yang digunakan dalam memperoleh data secara kuantitatif untuk menjawab pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis yang menghasilkan angka-angka atau data statistik. Metode penelitian kuantitatif juga melibatkan desain penelitian yang sistematis, pemilihan sampel yang representatif dan penggunaan

instrumen penelitian yang valid dan reliabel (Ferdinand, 2014).

*Behavioral Intention* merupakan Sasaran atau kecenderungan seseorang untuk menggunakan teknologi di masa mendatang. Hal ini melibatkan pilihan dan komitmen pengguna untuk menggunakan layanan atau produk perbankan digital, seperti aplikasi perbankan daring atau perbankan seluler. Niat perilaku ini dapat dipengaruhi oleh persepsi pengguna terhadap manfaat, kemudahan penggunaan, dan keyakinan terhadap keamanan dan keandalan teknologi yang disediakan (Anggarani et al., 2020; Yunita, 2021).

Dapat disebut juga sebagai tanda penting dalam memahami adopsi teknologi adalah niat untuk menggunakan, yang sering kali menjadi prediktor kuat perilaku aktual. Dalam penelitian, variabel ini sering diukur menggunakan skala Likert, di mana responden menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap pernyataan tentang niat mereka untuk menggunakan teknologi perbankan digital secara berkelanjutan (Tsourela & Roumeliotis, 2015).

Selain itu, penggunaan perbankan digital juga memberikan banyak manfaat bagi nasabah. Manfaat tersebut antara lain kemampuan mengakses data keuangan melalui berbagai perangkat, seperti komputer, ponsel, dan ATM, sehingga menghemat waktu dan tenaga. Mengingat potensi efisiensi biaya dan peningkatan produktivitas, bank-bank di sektor perbankan Indonesia telah menjadikan perbankan digital sebagai strategi utama. Dengan menganalisis perubahan perilaku yang disebabkan oleh penggunaan media digital dalam kegiatan ekonomi, menjadi jelas bahwa ada kebutuhan untuk memahami bagaimana aplikasi perbankan berbasis teknologi dapat mempengaruhi perilaku manusia dan mendorong penerimaan perbankan digital (Yunita, 2021). Dengan maraknya media digital dan meningkatnya penggunaan aplikasi perbankan berbasis teknologi, maka perlu dipahami perubahan perilaku yang terjadi sebagai dampaknya.

Munculnya Internet pada tahun 1990an merevolusi banyak industri, termasuk perbankan (Niemand et al., 2021). Saat ini,

semakin banyak orang yang beralih ke perbankan digital karena kemudahan dan efisiensinya (Nami, 2009). Pada tahun 1990-an, dengan meluasnya ketersediaan Internet, perbankan online menjadi semakin umum. Hal ini memungkinkan nasabah untuk mengakses rekening mereka, melakukan transaksi, dan mengelola keuangan mereka dari kenyamanan rumah mereka sendiri atau di mana saja dengan koneksi internet. (Gupta & Yadav, 2017).

Dengan memahami manfaat dan kegunaan perbankan digital, konsumen terdorong untuk mengadopsi cara baru dalam mengelola keuangan mereka. Mereka juga termotivasi oleh kemajuan teknologi, seperti peningkatan akses terhadap perangkat telepon seluler, yang menjadikan perbankan digital lebih mudah diakses dan ramah pengguna. Meningkatnya ketersediaan layanan perbankan digital telah menyebabkan perubahan signifikan dalam cara bank melayani nasabahnya. Kini, nasabah dapat mengakses alat canggih dan melakukan transaksi keuangan dari kenyamanan rumah mereka sendiri atau di mana saja dengan koneksi internet. Hal ini telah mengubah sistem perbankan digital. industri perbankan dan menciptakan permintaan yang lebih tinggi terhadap layanan perbankan digital (Gupta & Yadav, 2017).

Pada penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data yang terdapat fenomena – fenomena di yang ada dilingkungan sekitar, serta yang akan narasumber yang akan dikumpulkan merupakan orang – orang yang telah menggunakan produk Bank Digital. Digital Banking atau Bank Digital merupakan sebagai pelayanan perbankan online atau perbankan elektronik, mengacu pada penyediaan berbagai layanan keuangan melalui saluran digital seperti situs web, aplikasi seluler, dan platform digital lainnya tanpa adanya sebuah kantor fisik yang berfungsi untuk melayani proses perbankan. Bank Digital tersebut berbeda dengan Internet Banking (Sapulette et al., 2021).

Pada Internet Banking merupakan fasilitas yang ditawarkan oleh jasa perbankan dengan menggunakan akses internet agar dapat mempermudah layanan perbankan yang dibutuhkan nasabah, serta

dapat juga mengunjungi kantor cabang perbankan untuk melakukan layanan perbankan, pada Bank Digital proses dan pelayanan dilakukan secara daring atau online sehingga tidak memiliki kantor cabang untuk melakukan layanan perbankan

Teknik pengumpulan data menggunakan pengisian kuisioner yang diberikan kepada customer yang telah menggunakan Bank Digital. Pertanyaan yang akan diberikan pada kuisioner tersebut menggunakan struktur *closed question* yang memiliki tujuan para responder menjawab dari beberapa pilihan yang terkait dan mewakili dari sudut pandang masing – masing responden. Setelah data dikumpulkan dari proses pengisian kuisioner oleh narasumber.

*Non Probability Sampling* merupakan serangkaian metode yang digunakan untuk memilih partisipan dalam suatu studi penelitian tanpa memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk diikutsertakan (Setia, 2016). Non-probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesernpataan sarna bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2013). Teknik-teknik ini sering digunakan ketika peneliti ingin memilih individu tertentu yang memiliki karakteristik tertentu atau mempunyai keahlian di bidang tertentu. Tujuan penggunaan teknik non-probability sampling adalah dengan sengaja memilih partisipan yang dapat memberikan wawasan atau informasi berharga terkait dengan pertanyaan atau tujuan penelitian (Sugiyono, 2013).

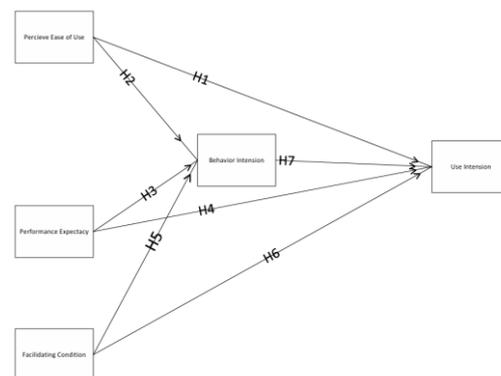
Pengolahan data tersebut menggunakan pendekatan SEM (Structur Equation Model). Struktural Equation Model (SEM) merupakan metodologi statistik yang digunakan dalam penelitian kuantitatif untuk menganalisis hubungan kompleks antar variabel. SEM memungkinkan peneliti untuk menguji dan menyempurnakan model teoritis dengan memeriksa pengaruh langsung dan tidak langsung dari berbagai variabel terhadap suatu hasil atau variabel terikat.

SEM melibatkan penentuan model struktural, yang mewakili hubungan yang dihipotesiskan antar variabel, dan

memperkirakan model berdasarkan data observasi. Setelah model diestimasi, peneliti dapat menilai kesesuaian model dengan data dan membuat kesimpulan tentang hubungan antar variabel. SEM sangat berguna ketika mempelajari fenomena kompleks yang melibatkan banyak variabel dan ketika peneliti ingin memahami proses atau mekanisme yang mendasari yang menghubungkan variabel-variabel tersebut.

Dengan demikian di susun hipotesis sebagai berikut:

- H1: Apakah *Percieve of Ease of use* mempengaruhi pada *Use Intension* untuk menggunakan Bank Digital?
- H2: Apakah *Percieve of Ease of use* mempengaruhi pada *Use Intension* untuk menggunakan Bank Digital melalui variabel *Behavior Intension*?
- H3: Apakah *Performance Expectation* mempengaruhi pada *Use Intension* untuk menggunakan Bank Digital?
- H4: Apakah *Performance Expectation* mempengaruhi pada *Use Intension* untuk menggunakan Bank Digital melalui variabel *Behavior Intension*?
- H5: Apakah *Facilidating Condition* mempengaruhi pada *Use Intension* untuk menggunakan Bank Digital?
- H6: Apakah *Faccilidating Condition* mempengaruhi pada *Use Intension* untuk menggunakan Bank Digital melalui variabel *Behavior Intension*?
- H7: Apakah *Behavior Intension* mempengaruhi pada *Use Intension* untuk menggunakan Bank Digital?



**Gambar 2 Model Penelitian**  
**Sumber: Olahan Peneliti, 2024**

**III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Responden Penelitian**

Penelitian ini melibatkan 30 responden yang pernah menggunakan Bank Digital sebagai sampel untuk pretest. Kuesioner digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas 17 pertanyaan terkait alasan penggunaan bank. Kuesioner skala Likert digunakan, memungkinkan pelanggan untuk mengungkapkan pendapat mereka tentang layanan. Hasil pre-test meliputi uji validitas dan reliabilitas terhadap 17 indikator. Uji utama melibatkan 150 responden yang pernah menggunakan bank, diperoleh secara acak melalui kuesioner online. Data demografi responden mencakup jenis kelamin, usia, profesi saat ini, kisaran pendapatan, dan asal pendapatan. Analisisnya menggunakan software SPSS AMOS versi 22.00 untuk pendekatan SEM.

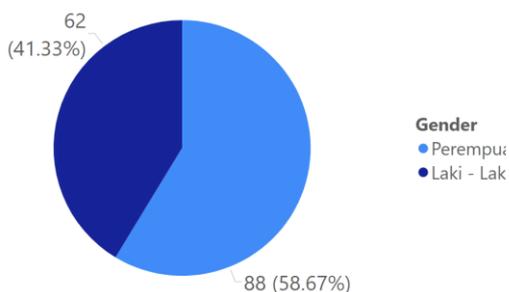
**Tabel 1 Responden Penelitian**

N o	Data Nominal	Klasifikasi Data	Frekuensi Nominal	Frekuensi Relatif
1	Jenis Kelamin	Laki – laki	62	41.33%
		Perempuan	88	58.67%
2	Umur	18 – 26	88	58.67%
		27 – 42	58	38.67%
		43 – 58	4	2.67%
3	Profesi saat ini	Freelance	1	0.67%
		Freelance marketing	1	0.67%
		Guru	1	0.67%
		Ibu rumah tangga	2	0.67%
		Karyawan Swasta	81	54%
		Mahasiswa	43	28.67%
		Mahasiswa Cuti / Kerja Sambilan	1	0.67%
		Pegawai BUMN	1	0.67%
		Pegawai Negeri	7	4.67%
		Pelajar	4	2.67%
		Pengusaha	3	2%
		Freelance Tutor Bahasa	1	0.67%
		Wiraswasta	1	0.67%
Wirausaha	3	2%		

4	Asal Pendapatan	Freelance	1	
		Gaji / Kerja	109	72.67%
		Nafkah dari Suami	1	0.67%
		Omset	1	0.67%
		Orang Tua	37	24.67%
5	Rentang Pendapatan	Serabutan	1	0.67%
		< Rp. 2.000.000	1	0.67%
		< Rp. 4.500.000	68	45.33%
		Lebih dari Rp. 25.000.000	5	3.33%
		Rp. 2.500.000	1	0.67%
		Rp. 500000	1	0.67%
		Rp. 15.500.000 s/d 25.000.000	6	4%
		Rp. 4.600.000 s/d 8.400.000	52	34.67%
		Rp. 8.500.000 s/d 15.000.000	15	10%

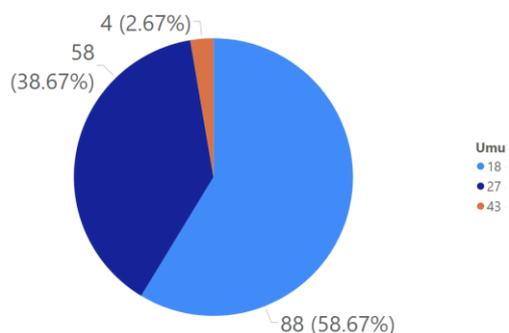
**Sumber: Olahan Peneliti, 2024**

Distribusi reponden berdasarkan jenis kelamin sebagaimana digambarkan pada table 4.1., dapat dikatakan bahwa dari 150 responden – responden yang kumpulkan, terdapat 52 (41,33%) responden berjenis kelamin Laki – laki dan 88 (58,67%) responden Perempuan.



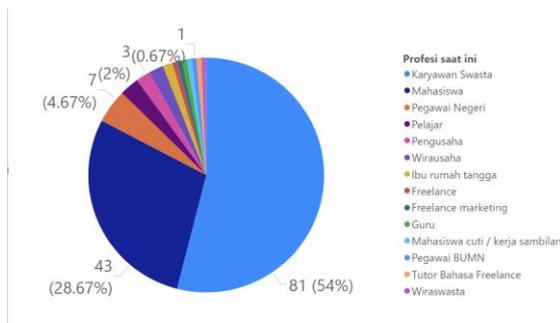
**Gambar 3 Persentase Gender Reponden**  
Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Distribusi reponden berdasarkan jenis kelamin sebagaimana digambarkan pada table 4.1, dapat dikatakan bahwa dari 150 responden – responden yang kumpulkan, terdapat 88 (58,67%) reponden dengan rentang umur 18 – 26 tahun, terdapat 58 (38,67%) responden dengan rentang umur 27 – 42 tahun, dan 4 (2,67%) yang rentang umur di 43 – 58 Tahun.



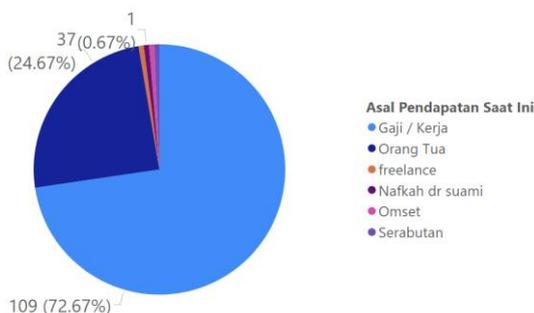
**Gambar 4 Persentase Umur Reponden**  
Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Distribusi reponden berdasarkan jenis kelamin sebagaimana digambarkan pada tabel 4.1, dapat dikatakan bahwa dari 150 responden – responden yang kumpulkan, terdapat 3 besar profesi yang telah menggunakan bank Digital yaitu 81 (54%) reponden yang bekerja sebagai karyawan swasta, 43 (28,67%) responden yang berprofesi mahasiswa dan 7 (4,67%) yang berprofesi sebagai pegawai Negeri.



**Gambar 5 Persentase Profesi Reponden**  
Sumber: Olahan Peneliti, 2024

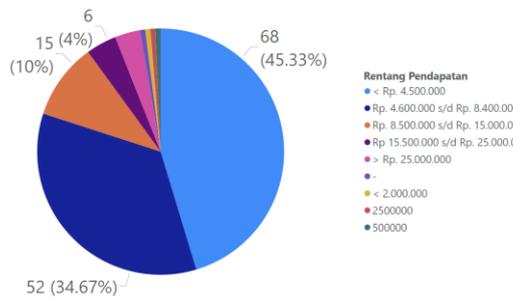
Distribusi reponden berdasarkan jenis kelamin sebagaimana digambarkan pada tabel 4.1, dapat dikatakan bahwa dari 150 responden – responden yang kumpulkan terdapat 109 (72,67%) responden yang pendapatannya dari hasil Gaji atau bekerja, 37 (24,6%) responden merupakan dari orang tua dan dan lain nya masing – masing (0,67%) berasal dari nafkah suami, freelance, omset bisnis dan pekerjaan lainnya.



**Gambar 6 Persentase Sumber Pendapatan Reponden**  
Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Distribusi reponden berdasarkan jenis kelamin sebagaimana digambarkan pada tabel 4.1, dapat dikatakan bahwa dari 150 responden – responden yang kumpulkan terdapat 68 (45,33%) responden yang rentang pendapatannya di angka < IDR 4.500.000, 53 (34,67%) responden yang rentang pendapatan pada IDR 4.600.000 hingga IDR 8.400.00, 14 (10%) responden yang memiliki rentang pendapatan pada IDR 8.500.000 hingga IDR 15.000.000, 6 (4%) responden yang memiliki pendapatan pada rentang IDR 15.500.000 hingga IDR 25.000.000, 5 (3.33%) responden pada pendapatan > IDR 25.000.000, serta masing

– masing 1 (0,67%) responden pada pendapatan dengan rentang IDR 2.500.000, < IDR 2.000.000, IDR 500.000.



**Gambar 7 Persentase Rentang Pendapatan Reponden**  
**Sumber: Olahan Peneliti, 2024**

**1. Pengujian Pretest**

Tes pretest menilai kemampuan awal subjek dan kualitas kuesioner, memastikan tidak ada pertanyaan terkait interpretasi. Penelitian ini melibatkan 30 responden yang memberikan jawaban melalui kuesioner online untuk menguji validitas dan reliabilitas.

**Tabel 2 Validitas Indikator Penelitian**

Dimensi	Indikator	Corrected Item Total Correlation	R Tabel	Keterangan
Perceived ease of use (PEOE)	X1	.496**	0.361	Valid
	X2	.452**	0.361	Valid
	X3	.377**	0.361	Valid
Performance expectancy (PE)	X4	.366**	0.361	Valid
	X5	.677**	0.361	Valid
	X6	.489**	0.361	Valid
Facilitating condition (FE)	X7	.608**	0.361	Valid
	X8	.361**	0.361	Valid
	X9	.558**	0.361	Valid
Behaviour Intension	X10	.457**	0.361	Valid
	X14	.525**	0.361	Valid
	X15	.636**	0.361	Valid

	X16	.615**	0.361	Valid
	X17	.594**	0.361	Valid
	X18	.662**	0.361	Valid
Use Intention	X19	.538**	0.361	Valid
	X20	.723**	0.361	Valid

**Sumber: Olahan Peneliti, 2024**

Nilai Pearson Correlation minimal adalah 0.361 karena menggunakan 30 responden (N) dengan batas 0.05. Terlihat semua nilai pearson correlations tiap item di atas 0.361. Hal ini ditandai dengan tanda \* atau \*\* pada kolom Total di tabel output. Sehingga 17 item kuesioner ini sudah valid.

**Tabel 3 Reabilitas Indikator Penelitian**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.840	17

**Sumber: Olahan Peneliti, 2024**

Tabel reliability statistics menunjukkan hasil analisis dari uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha = 0,928 dari 17 item variabel. Nilai reliabilitas 0,928 adalah nilai reliabilitas. Sehingga kuesioner ini dikatakan konsisten (reliable).

**2. Pengujian Konstruk**

**A. Pengukuran Model**

Pengujian validitas dengan uji CFA atau Uji Validitas Konstruk (indikator), yang menunjukkan nilai Critical Ratio (CR) > 1,96 dengan Probability (P) <.05. pada tanda \*\*\* adalah memberikan arti signifikan < 0,001 pada variable Perveiece of ease of Use, Performance Expectancy, Facilitating Condition, Behavior Intension. Dengan menggunakan software AMOS dapat menunjukkan hasil dari pengujian Validitas konstruk

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
BehaviorIntension <---	PercieveEaseofUse	-2.143	4.025	-.533	.594	par_1
BehaviorIntension <---	PerformanceExpectancy	2.801	4.618	.607	.544	par_3
BehaviorIntension <---	FacilidatingCondition	-.116	.939	-.124	.901	par_5
UseIntension <---	PercieveEaseofUse	-.563	1.167	-.482	.630	par_2
UseIntension <---	PerformanceExpectancy	.896	1.732	.517	.605	par_4
UseIntension <---	FacilidatingCondition	.053	.251	.211	.833	par_6
UseIntension <---	BehaviorIntension	.210	1.212	.174	.862	par_7
PEOE3 <---	PercieveEaseofUse	1.000				
PEOE2 <---	PercieveEaseofUse	.913	.148	6.175	***	par_1
PEOE1 <---	PercieveEaseofUse	.798	.124	6.430	***	par_1
PE3 <---	PerformanceExpectancy	1.000				
PE2 <---	PerformanceExpectancy	.858	.112	7.668	***	par_1
PE1 <---	PerformanceExpectancy	.735	.118	6.206	***	par_1
FE4 <---	FacilidatingCondition	1.000				
FE3 <---	FacilidatingCondition	1.069	.156	6.834	***	par_1
FE2 <---	FacilidatingCondition	.985	.131	7.542	***	par_1
FE1 <---	FacilidatingCondition	1.050	.167	6.273	***	par_1
UT1 <---	UseIntension	1.000				
UT2 <---	UseIntension	1.178	.230	5.126	***	par_1
BI5 <---	BehaviorIntension	1.000				
BI4 <---	BehaviorIntension	1.276	.219	5.814	***	par_1
BI3 <---	BehaviorIntension	.921	.170	5.433	***	par_2
BI2 <---	BehaviorIntension	1.143	.177	6.441	***	par_2
BI1 <---	BehaviorIntension	1.139	.179	6.363	***	par_2

Gambar 8 Hasil Pengukuran Model  
Sumber: Olahan Peneliti, 2024

menunjukkan angka C.R yang lebih dari 1,96 serta nilai probability yang signifikan, dengan demikian hasil pengujian tersebut menunjukkan hasil valid pada indikator – indikator yang dijadikan sebagai indikator penelitian ini.

**B. Kecocokan Model**

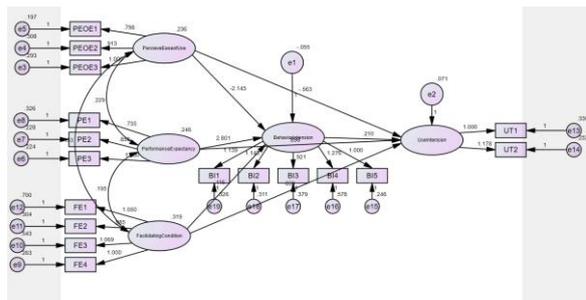
Tabel 4 Hasil Cocokan Model

Good Of Fit Index	Cut Of Value	Hasil Analisis	Evaluasi Model
Chi-Square	≤ 179.581	178.143	Baik
Probability	≥ 0.05	0.000	Marjinal
AGFI	≥ 0.90	0.889	Marjinal
GFI	≥ 0.90	0.883	Marjinal
TLI	≥ 0.95	0.889	Marjinal
CFI	≥ 0.95	0.911	Marjinal
RMSEA	≤ 0.08	0.065	Baik

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

**C. Pengujian Struktural Model**

Analisis selanjutnya setelah analisis konfirmatori adalah analisis Structural Equation Modeling (SEM) secara Sub Model. Hasil pengolahan data untuk analisis SEM.



Gambar 9 Hasil Pengujian Struktural Model atau Analisis Jalur  
Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Menunjukkan bahwa variabel *Percieve Ease of Use* menghasilkan nilai mengarah negative yang mengartikan bahwa *Percieve Ease of Use* Tidak memiliki Pengaruh Langsung pada *Use Intension*. Hal itu juga di tunjukan pada melewati Variabel *Behavior Intension* yang juga menunjukkan nilai negative yang menunjukkan juga bahwa *Percieve Ease of Use* tidak memiliki pengaruh jika melewati variabel *Behaviour Intension*.

**3. Hasil Pengujian**

Penelitian ini melakukan pengujian konstruk yang meliputi pengujian pengukuran model untuk mengetahui validitas dan reliabilitas variabel. Uji Construct Validity (CFA) digunakan untuk menguji variabel *Perceive of Ease of Use*, *Performance Expectancy*, *Facilitating Condition*, *Behavior Intention*, dan *Use Intention*. Hasil penelitian menunjukkan nilai Critical Ratio (CR) > 1,96 dengan nilai Probability (P) < 0,05. Tanda \*\*\* menunjukkan signifikan < 0,001 yang menunjukkan variabel tersebut valid.

Pengujian reliabilitas dilakukan terhadap variabel-variabel dengan menggunakan uji Convergent Validity yang memenuhi kriteria Loading Factor atau Standardized Loading Estimate > 0,5. Hasil dari perangkat lunak AMOS mengkonfirmasi keabsahan data.

Pengujian kesesuaian model dilakukan dengan menggunakan tabel Good of Fit dan data responden yang memenuhi syarat Nilai Chi Square lebih kecil. Model diterima dengan menggunakan 150 data responden.

**4. Hasil Hipotesa**

Setelah melakukan pengujian awal atau pre-test, maka selanjutnya dilakukan pengujian dengan 150 data responden

dengan metode SEM dengan menggunakan tools dari SPSS Amos, dari hasil pengujian tersebut dari 5 hipotesis yang di ajukan, mendapatkan hasil ke 5 dari 7 hipotesis terpenuhi dan 2 hipotesis yang tidak terpenuhi.

Hipotesis yang tidak terpenuhi adalah H1: *Perceive of Ease of Use* tidak memiliki pengaruh langsung terhadap *Behavior intension* sebesar -2,550 dan dengan nilai signifikasi pada 0,008 (ditolak) dan H2: *Perceive of ease of use* tidak memiliki pengaruh langsung terhadap *Use Intension* sebesar -0,657 dan dengan nilai signifikasi pada 0,263 dengan (ditolak).

Layanan perbankan digital yang dipengaruhi oleh kinerja pegawai dan pengelolaan organisasi menjadi hal yang penting bagi lembaga keuangan untuk tetap kompetitif di era teknologi.(Martínez-Navalón et al., 2023). Penelitian menunjukkan bahwa adopsi perbankan elektronik dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, privasi, dan kepercayaan, dengan pelanggan lebih cenderung menggunakan layanan jika mereka yakin layanan tersebut dapat diandalkan.(Sandhu & Arora, 2022).

Penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan secara signifikan mempengaruhi niat perilaku dan penggunaan aktual sistem pembayaran elektronik. Kepercayaan terhadap lembaga keuangan juga penting, karena nasabah lebih cenderung menggunakan perbankan digital jika yakin dengan kemampuan dan keamanan bank mereka. Meskipun perbankan digital telah diperkenalkan, penerimaan nasabah masih belum konsisten karena berbagai faktor (Krasnikolakis et al., 2020).

Penelitian menunjukkan bahwa niat nasabah untuk menggunakan layanan perbankan digital dipengaruhi secara signifikan oleh perilaku, nilai, dan visibilitas manfaat mereka saat ini. Mereka lebih tertarik pada perbankan digital jika hal tersebut selaras dengan gaya hidup dan keinginan mereka (Wen Ni, 2020).

Penerimaan konsumen terhadap layanan perbankan digital dapat dipengaruhi oleh pengetahuan dan pengalaman mereka, namun kurangnya kesadaran dapat menghambat penerapannya, khususnya di

negara-negara berkembang. Para pembuat kebijakan, regulator bank, dan manajer harus membongkai peralihan ke pembayaran digital dalam narasi modernisasi berbasis teknologi yang lebih luas untuk meningkatkan kesadaran konsumen dan niat untuk memanfaatkan layanan ini (Nguyen et al., 2020).

Era digital telah mengubah sektor perbankan secara signifikan, dengan bermunculannya layanan perbankan digital. Kondisi pendukung seperti bantuan teknis, platform yang mudah digunakan, dan infrastruktur teknologi secara signifikan mempengaruhi niat perilaku masyarakat untuk menggunakan layanan tersebut. Populasi lansia mungkin memerlukan lebih banyak bantuan, dan daerah perkotaan dengan infrastruktur yang maju lebih cenderung menggunakan layanan perbankan digital. Penelitian menunjukkan bahwa niat berperilaku tidak berkorelasi kuat dengan penggunaan teknologi aktual dibandingkan dengan situasi yang kondusif. Oleh karena itu, para peneliti sedang mempelajari adopsi layanan perbankan digital dan faktor-faktornya (Allen et al., 2021; Martínez-Navalón et al., 2023; Nguyen et al., 2020; Pal et al., 2020; Wen Ni, 2020).

Fitur-fitur layanan perbankan digital seperti kenyamanan, keunggulan, keamanan, dan fleksibilitas merupakan prediktor utama kepuasan pengguna dan niat untuk menggunakannya. Atribut-atribut ini memungkinkan terciptanya kondisi dalam paradigma UTAUT2, mendorong niat berperilaku, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan. Technology Acceptance Model (TAM) mengungkapkan bahwa manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan merupakan prediktor signifikan terhadap niat, sedangkan kepercayaan merupakan faktor penting (Almarashdeh et al., 2019; Putra et al., 2019; Zhang & Kim, 2020).

#### **IV. SIMPULAN**

*Perceived ease of use* Tidak memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung melalui variable *Behavioural Intention* pada *Use Intension* untuk menggunakan Bank Digital, hal ini di tunjukan dengan nilai pada analisis jalur menggunakan metode analisis

SEM dengan nilai sebesar -2,550 dan -0,657. Pada variabel *Performance Expectation*, *Facilitating Condition* menunjukkan pengaruh langsung maupun tidak langsung yang melalui variabel *Behavioural Intention* pada *Use Intention* menggunakan Bank Digital dengan ditunjukkan nilai pada pengujian jalur memeberikan nilai positif.

Menunjukkan bahwa penerapan dan penggunaan saluran perbankan elektronik didorong oleh berbagai faktor, termasuk kemudahan penggunaan, privasi, dan kepercayaan. Nasabah akan lebih cenderung menggunakan layanan ini secara konsisten jika mereka yakin bahwa perbankan digital dapat diandalkan, aman, dan mudah. Di sisi lain, pengguna yang skeptis terhadap fungsi dan keandalan layanan perbankan digital cenderung tidak melakukan rutinitas tersebut (Wen Ni, 2020).

Kenyamanan, keunggulan, keamanan, dan fleksibilitas yang merupakan beberapa fitur layanan perbankan digital juga terbukti menjadi prediktor signifikan terhadap kepuasan pengguna dan niat untuk menggunakan layanan tersebut. Karena atribut-atribut ini mewakili kerangka organisasi dan teknologi yang memfasilitasi penggunaan perbankan digital (Zhang & Kim, 2020).

## DAFTAR RUJUKAN

- A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results*. (N.D.).
- Ahn, S. J., & Lee, S. H. (2019). The Effect of Consumers' Perceived Value On Acceptance of an Internet-Only Bank Service. *Sustainability (Switzerland)*, 11(17).  
<https://doi.org/10.3390/su11174599>
- Allen, F., Gu, X., & Jagtiani, J. (2021). A Survey of Fintech Research and Policy Discussion. *Review of Corporate Finance*, 1(3–4), 259–339.  
<https://doi.org/10.1561/114.00000007>
- Almarashdeh, I., Aldhmour, K., Aljamaeen, R., Alsmadi, M., & Jaradat, G. (2019). The Effect of Perceived Trust in Technology, Trust in The Bank and Perceived Risk On Customer Adoption of Mobile Banking. 2019 *International Conference On Internet of Things, Embedded Systems and Communications (Iintec)*, 118–123.  
<https://doi.org/10.1109/iintec48298.2019.9112107>
- Amali, E., Alymkulova, N., & Ejila, S. A. (2023). Banks' Credit to The Private Sector and Economic Growth in Nigeria: The Moderating Role of Digitalization. *Journal of Global Economics and Business*, 4(13), 17–35.  
<https://doi.org/10.58934/jgeb.v4i13.139>
- Andino, G. M. (2022). Factors That Determine Customer Experience: The Case of Digital Banking Services in Honduras. *International Journal of Innovation in Management, Economics and Social Sciences*, 2(2), 1–11.  
<https://doi.org/10.52547/ijimes.2.2.1>
- Anggarani, M., Mohamad Soleh Nurzaman, & Abbas, M. H. I. (2020). A Rational Irrationality: Reviewing The Concept of Rationality in Conventional Economics and Islamic Economics. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 12(1), 77.  
<https://doi.org/10.24235/amwal.v1i1.6202>
- Bank Indonesia. (2020, December 11). *Mengenal Financial Teknologi*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, And User Acceptance of Information Technology. *Mis Quarterly*, 13(3), 319. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Diamond, L., Busch, M., Jilch, V., & Tscheligi, M. (2018). Using Technology Acceptance Models for Product Development: Case Study of a Smart Payment Card. *Mobilehci 2018 - Beyond Mobile: The Next 20 Years - 20th International Conference On Human-Computer Interaction with Mobile Devices and Services, Conference Proceedings Adjunct*, 400–409.  
<https://doi.org/10.1145/3236112.3236175>
- Eagle, L., Dahl, S., Hill, S., Bird, S., Spotswood, F., & Tapp, A. (2013). *Social Marketing*. Pearson Education.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Desrtasi Ilmu Manajemen*.
- Feyen, E., Natarajan, H., & Saal, M. (N.D.). *Fintech and The Future of Finance Market and Policy Implications*.
- Gupta, S., & Yadav, A. (2017). The Impact of Electronic Banking and Information Technology On the Employees of Banking Sector. *Management and Labour Studies*, 42(4), 379–387.  
<https://doi.org/10.1177/2393957517736457>
- Jasin, M. (N.D.). The Effect of Perceived Ease of Use On Behavior Intention Through Perceived Enjoyment as an Intervening Variable On Digital Payment in The Digital Era. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(5).  
<https://doi.org/10.7777/jiemar>
- Krasonikolakis, I., Tsarbopoulos, M., & Eng, T. Y. (2020). Are Incumbent Banks Bygones in The Face of Digital Transformation? *Journal of General Management*, 46(1), 60–69.  
<https://doi.org/10.1177/0306307020937883>
- Lee, N. R., & Kotler, P. (2015). *Social Marketing: Changing Behaviors for Good*. Sage Publications.
- Martínez-Navalón, J. G., Fernández-Fernández, M., & Alberto, F. P. (2023). Does Privacy and Ease of Use Influence User Trust in Digital Banking Applications in Spain and Portugal? *International Entrepreneurship and*

- Management Journal*, 19(2), 781–803.  
<https://doi.org/10.1007/s11365-023-00839-4>
- Masoud, E., & Abutaqa, H. (2017). Factors Affecting Customers' Adoption of E-Banking Services in Jordan. *Information Resources Management Journal*, 30(2), 44–60.  
<https://doi.org/10.4018/irmj.2017040103>
- Nami, M. R. (2009). E-Banking: Issues and Challenges. *10th Acis Conference On Software Engineering, Artificial Intelligence, Networking and Parallel/Distributed Computing, Snpd 2009, In Conjunction with Iwea 2009 And Weacr 2009*, 263–266.  
<https://doi.org/10.1109/snpd.2009.60>
- Nasri, W., & Charfeddine, L. (2012). Factors Affecting the Adoption of Internet Banking in Tunisia: An Integration Theory of Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. *Journal of High Technology Management Research*, 23(1), 1–14.  
<https://doi.org/10.1016/j.hitech.2012.03.001>
- Nguyen, T. T., Nguyen, H. T., Mai, H. T., & Tran, T. T. M. (2020). Determinants of Digital Banking Services in Vietnam: Applying Utaut2 Model. *Asian Economic and Financial Review*, 10(6), 680–697.  
<https://doi.org/10.18488/journal.aefr.2020.106.680.697>
- Niemand, T., Rigtering, J. P. C., Kallmünzer, A., Kraus, S., & Maalaoui, A. (2021). Digitalization in The Financial Industry: A Contingency Approach of Entrepreneurial Orientation and Strategic Vision On Digitalization. *European Management Journal*, 39(3), 317–326.  
<https://doi.org/10.1016/j.emj.2020.04.008>
- Otoritas Jasa Keuangan. (N.D.). *Faq Fintech Ojk*.
- Pal, A., Herath, T., De', R., & Rao, H. R. (2020). Contextual Facilitators and Barriers Influencing the Continued Use of Mobile Payment Services in A Developing Country: Insights from Adopters in India. *Information Technology for Development*, 26(2), 394–420.  
<https://doi.org/10.1080/02681102.2019.1701969>
- Putra, A. A. S., Suprapti, N. W. S., Yasa, N. N. K., & Sukaatmadja, I. P. G. (2019). Technology Acceptance Model and Trust in Explaining Customer Intention to Use Internet Banking. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 91(7), 254–262.  
<https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-07.29>
- Sandhu, S., & Arora, S. (2022). Customers' Usage Behaviour of E-Banking Services: Interplay of Electronic Banking and Traditional Banking. *International Journal of Finance and Economics*, 27(2), 2169–2181.  
<https://doi.org/10.1002/ijfe.2266>
- Sapulette, M. S., Effendi, N., & Santoso, T. (2021). Fintech, Banks, And The Covid-19 Pandemic: Evidence from Indonesia. *Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan*, 24(4), 559–588.  
<https://doi.org/10.21098/bemp.v24i4.1470>
- Sardana, V., & Singhania, S. (2018). Digital Technology in The Realm of Banking: A Review of Literature. ~ 28 ~ *International Journal of Research in Finance and Management*, 1(2).  
<https://www.researchgate.net/publication/329514279>
- Setia, M. (2016). Methodology Series Module 5: Sampling Strategies. *Indian Journal of Dermatology*, 61(5), 505–509.  
<https://doi.org/10.4103/0019-5154.190118>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (19th Ed.). Alfabeta, Cv.
- Tsourela, M., & Roumeliotis, M. (2015). The Moderating Role of Technology Readiness, Gender, And Sex in Consumer Acceptance and Actual Use of Technology-Based Services. *Journal of High Technology Management Research*, 26(2), 124–136.  
<https://doi.org/10.1016/j.hitech.2015.09.003>
- Venkatesh, V., Smith, R. H., Morris, M. G., Davis, G. B., Davis, F. D., & Walton, S. M. (N.D.). *Quarterly User Acceptance of Information Technology: Toward A Unified View I*.
- Venkatesh, V., Walton, S. M., & Thong, J. Y. L. (N.D.). *Quarterly Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology I*. <http://about.jstor.org/terms>
- Wei, Y. (2023, March 28). *Ols Regression Analysis Based On Fintech Industry Development and Bank Credit Risk*.  
<https://doi.org/10.4108/eai.9-12-2022.2327619>
- Wen Ni, T. (2020). Factors Influencing Behavioural Intention Towards Adoption of Digital Banking Services in Malaysia. *International Journal of Asian Social Science*, 10(8), 450–457.  
<https://doi.org/10.18488/journal.1.2020.108.450.457>
- Yunita, P. (2021). The Digital Banking Profitability Challenges: Are They Different Between Conventional and Islamic Banks? *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 18(1), 55–74. <https://doi.org/10.21002/jaki.2021.04>
- Zhang, L. L., & Kim, H. K. (2020). The Influence of Financial Service Characteristics On Use Intention Through Customer Satisfaction with Mobile Fintech. *Journal of System and Management Sciences*, 10(2), 82–94.  
<https://doi.org/10.33168/jsms.2020.0206>

