



## Faktor yang Memengaruhi Intensi Menggunakan Bank Digital Indonesia Berdasarkan Kombinasi *Theory of Planned Behavior* dan *Technology Acceptance Model* Pada Mahasiswa Indonesia

Felicia Celline Kosasih<sup>1</sup>, Mery Citra Sondari<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran, Jawa Barat, Indonesia

### Article Info

#### Article history:

Received Februari 15, 2026

Revised Februari 17, 2026

Accepted Februari 22, 2026

#### Kata Kunci:

Bank Digital,  
*Theory of Planned Behavior*,  
*Technology Acceptance Model*,  
*Intention to Use*,  
*Perceived Behavioral Control*

#### Keywords:

Digital Bank,  
*Theory of Planned Behavior*,  
*Technology Acceptance Model*,  
*Intention to Use*,  
*Perceived Behavioral Control*

### ABSTRAK

Hadirnya bank digital mendorong perubahan perilaku masyarakat dalam mengakses layanan perbankan, termasuk di kalangan mahasiswa sebagai generasi *digital native*. Meskipun bank digital menawarkan kemudahan dan fleksibilitas, tingkat adopsi pada mahasiswa Indonesia belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi intensi menggunakan bank digital dengan mengintegrasikan *Theory of Planned Behavior* dan *Technology Acceptance Model*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif melalui survei terhadap 159 mahasiswa pengguna bank digital. Analisis dilakukan menggunakan PLS-SEM dengan bantuan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness*, *Attitude*, dan *Perceived Behavioral Control* berpengaruh positif terhadap intensi menggunakan bank digital, sedangkan *Subjective Norms* tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa jika suatu teknologi mudah digunakan dan memberikan manfaat, serta sumber daya yang dimiliki oleh mahasiswa memadai, maka dapat meningkatkan minat penggunaan bank digital. Oleh karena itu, penyedia layanan perlu mengoptimalkan kemudahan sistem dan menyediakan fitur yang bermanfaat untuk meningkatkan adopsi.

### ABSTRACT

Digital banks has transformed how individuals acces banking services, including university students as digital natives. Although its offer convenience and flexibility, their adoption among university students remains low. This study aims to analyze the factors influencing the intention to use digital banks by integrating *Theory of Planned Behavior* and *Technology Acceptance Model*. This research used quantitative explanatory approach through a survey of 159 Indonesian university students who use digital banks. Data were analyzed using PLS-SEM with SmartPLS 4. The results shows that *Perceived Usefulness*, *Attitude*, and *Perceived Behavioral Control* positively influence the intention to use digital banks, while *Subjective Norms* do not have a significant effect. These findings suggests that when digital banks are easy to use, provide benefits, and are supported by adequate resouses, students are more likely to adopt them. Therefore, digital banks providers should enhance system usability and develop useful features to increase adoption among university students.

This is an open access article under the [CC BY](#) license.



**Corresponding Author:**

Felicia Celine Kosasih  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran  
Jawa Barat, Indonesia  
Email: felicia22003@mail.unpad.ac.id

## 1. PENDAHULUAN

Jumlah pengguna internet di Indonesia sangat besar. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet aktif di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 221.5 juta jiwa. Sementara itu, jumlah penduduk di Indonesia pada akhir 2023 tercatat sekitar 278.6 juta jiwa. Hal ini mengindikasikan bahwa 79% masyarakat Indonesia adalah pengguna internet. Selain itu, Indonesia merupakan negara pengguna ponsel pintar terbesar keempat di dunia ditandai dengan sekitar 353.8 juta ponsel pintar aktif pada 2023 [1].

Tingginya pengguna internet di Indonesia mendorong percepatan perkembangan teknologi dan digitalisasi. Digitalisasi telah mengubah kebiasaan masyarakat mulai dari bekerja, berkomunikasi, mobilisasi, bertransaksi, dan lainnya. Salah satu perubahan signifikan yang perlu digarisbawahi adalah perubahan cara masyarakat dalam mengakses layanan keuangan dan mengelola keuangannya. Sebelumnya, masyarakat harus mengunjungi kantor cabang bank secara langsung untuk mengakses layanan keuangan, mulai dari transfer, pembayaran, kredit, dan tabungan. Namun, kondisi seperti ini dianggap kurang efektif dan efisien karena perlu mengorbankan waktu dan tenaga untuk mengunjungi kantor fisik cabang secara langsung. Untuk mengatasi keterbatasan tersebut, muncul suatu inovasi, yaitu bank digital. Bank digital adalah bank yang seluruh layanannya dapat diakses secara daring tanpa perlu mengunjungi kantor cabang fisik bank secara langsung. Semua transaksi, mulai dari pembukaan rekening, transfer dana, dan pembayaran, dilakukan secara *online* [2]. Bank digital dianggap lebih menguntungkan karena fleksibilitasnya yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja, proses pembukaan dan pengajuan yang lebih mudah, dibandingkan bank konvensional, dan personalisasi layanan.

Bank digital di Indonesia mengalami pertumbuhan yang masif. Berdasarkan survei yang dilakukan McKinsey&Company, Indonesia adalah negara kedua tertinggi di Asia dalam hal keterbukaan terhadap perbankan digital sehingga mendorong adopsi yang cepat. Hal ini dibuktikan hingga tahun 2024, terdapat 15 bank digital yang beroperasi di Indonesia. Selain itu, berdasarkan data Statista, tingkat penetrasi bank digital di Indonesia juga diproyeksikan terus mengalami peningkatan yang diperkirakan mencapai 51,17 persen dari total populasi pada 2029, menunjukkan bahwa lebih dari setengah masyarakat Indonesia akan menggunakan bank digital. Bahkan menurut survei Fiber pada 2021, Indonesia merupakan negara pemilik rekening bank digital terbanyak kedua di dunia setelah Brazil [3]. Dari sisi transaksi, berdasarkan Bank Indonesia, pada tahun 2024, nilai transaksi bank digital mencapai 63.433,78 triliun rupiah, meningkat hampir 10% dari tahun 2023 yang kurang lebih sebesar 58.324,90 triliun rupiah. Angka ini menunjukkan tren pertumbuhan yang konsisten setiap tahunnya.

Sejalan dengan gaya hidup masyarakat yang semakin cepat, mahasiswa sebagai bagian dari Generasi Z menjadi kelompok masyarakat yang paling besar dan potensial dalam mengadopsi bank digital karena lebih terbuka terhadap teknologi dan tumbuh di era digital sehingga disebut *digital native*. Mahasiswa sendiri berada di rentang usia yang mulai aktif dan mampu mengelola keuangan sendiri sehingga dapat memengaruhi arah perkembangan industri perbankan digital di masa depan. Namun,

tidak semua mahasiswa menggunakan bank digital. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Populix terkait analisis penggunaan bank digital di Indonesia pada Generasi Z dan Y, kelompok Gen Z (usia 17–26 tahun) memang mendominasi pengguna bank digital di Indonesia, yaitu mencapai 70% dari total responden. Akan tetapi, proporsi responden yang berstatus mahasiswa hanya sebesar 19%. Untuk memperkuat pemahaman, peneliti juga melakukan survei singkat terhadap 33 mahasiswa di seluruh Indonesia. Hasil survei menunjukkan bahwa 51.5% mahasiswa telah menggunakan bank digital sementara 48.5% belum menggunakannya.

Tabel 1. Alasan Menggunakan dan Tidak Menggunakan Bank Digital

<b>Alasan Menggunakan Bank Digital</b>	
Aplikasi bank digital mudah digunakan	94.1% (16 responden)
Bank digital memudahkan dalam melakukan transaksi keuangan	94.1% (16 responden)
Fitur-fitur bank digital mudah digunakan	70.6% (12 responden)
Bank digital membantu pekerjaan menjadi lebih efisien	64.7% (11 responden)
Saya memiliki sumber daya untuk menggunakan bank digital	52.9% (9 responden)
<b>Alasan Tidak Menggunakan Bank Digital</b>	
Bank konvensional sudah cukup untuk kebutuhan	87.5% (14 responden)
Menggunakan bank digital berisiko	37.5% (6 responden)
Lingkungan tidak mendukung atau terbiasa menggunakan bank digital	35% (4 responden)
Layanan bank digital tidak terlalu bermanfaat bagi saya	18.8% (3 responden)
Merasa tidak cukup paham menggunakan bank digital	18.8% (3 responden)

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui bahwa meskipun bank digital menawarkan kemudahan dan efisiensi, tidak semua mahasiswa menggunakannya secara aktif. Alasan utama mahasiswa menggunakan bank digital adalah karena mudah digunakan dan membantu pekerjaan sehari-hari. Sementara alasan belum menggunakan bank digital adalah karena rasa kurang percaya, kebiasaan menggunakan bank konvensional, dan lingkungan yang tidak mendukung. Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun bank digital menawarkan kemudahan, keputusan untuk menggunakan bank digital tidak hanya dipengaruhi oleh teknologi, tetapi juga faktor psikologis dan sosial. Oleh karena itu, untuk memahami penelitian tersebut, penelitian ini mengintegrasikan *Theory of Planned Behavior* dan *Technology Acceptance Model* untuk mengetahui faktor yang memengaruhi intensi menggunakan bank digital dari sisi teknologi dan psikologis mahasiswa Indonesia.

*Theory of Planned Behavior* adalah teori yang dikemukakan oleh Ajzen yang mengarisbawahi bahwa niat individu untuk melakukan suatu perilaku ditentukan oleh *Attitude*, *Subjective Norms*, dan *Perceived Behavioral Control* [4]. *Attitude* adalah pandangan individu terhadap suatu perilaku baik positif dan negatif. Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa dapat memiliki sikap positif apabila mereka merasa bank digital memberikan manfaat dan kemudahan, dan sebaliknya. Selanjutnya, *Subjective Norms* merujuk pada keyakinan individu mengenai dorongan dari lingkungan dan sosial untuk melakukan suatu perilaku, dalam penelitian ini adalah dalam menggunakan bank digital. Sementara *Perceived Behavioral Control* dianggap faktor paling penting dalam teori ini [5]. *Perceived Behavioral Control* sendiri menjadi variabel yang paling berpengaruh terhadap intensi menggunakan teknologi dalam penelitian [5], [6], [7]. Dalam konteks penelitian ini, *Perceived Behavioral Control* adalah sejauh mana mahasiswa merasa memiliki kemampuan, pengetahuan, dan sumber daya untuk menggunakan layanan bank digital.

Sedangkan *Technology Acceptance Model* adalah teori yang dikembangkan oleh Davis yang menekankan penerimaan teknologi dipengaruhi oleh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*. *Perceived Usefulness* mengacu pada sejauh mana individu merasa suatu teknologi bermanfaat sedangkan *Perceived Ease of Use* adalah sejauh mana individu merasa teknologi mudah digunakan [8]. Dalam penelitian ini, mahasiswa cenderung memiliki niat lebih tinggi untuk menggunakan bank digital apabila mereka merasa bahwa aplikasi bank digital mudah digunakan dan memberikan manfaat nyata, seperti kemudahan transaksi atau efisiensi waktu.

Kombinasi kedua teori ini dipilih untuk memberikan pemahaman komprehensif mengenai faktor yang memengaruhi intensi mahasiswa dalam menggunakan bank digital. *Theory of Planned Behavior* digunakan untuk menjelaskan aspek psikologis dan sosial sedangkan *Technology Acceptance Model* dari sisi penerimaan teknologi individu. Beberapa penelitian sebelumnya juga telah menggabungkan teori ini, seperti penelitian yang dilakukan oleh Makaba pada 2023 yang menganalisis intensi menggunakan sistem pembayaran QRIS pada masyarakat umum. Serta penelitian yang dilakukan oleh Yaghoubi pada 2010 yang menganalisis intensi menggunakan bank digital di Isfahan, Iran.

Melihat pentingnya peran bank digital dalam kehidupan mahasiswa, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian menggunakan kombinasi *Technology Acceptance Model* dan *Theory of Planned Behavior* dalam memengaruhi intensi penggunaan pada mahasiswa Indonesia yang diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam memperluas penerapan kedua teori dalam konteks perbankan digital. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai faktor psikologis, sosial, dan persepsi teknologi yang membentuk niat mahasiswa dalam menggunakan layanan bank digital, serta menjadi dasar bagi pengembangan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan adopsi layanan tersebut di kalangan generasi muda.

## 2. METODE

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif eksplanatif. Metode penelitian kuantitatif eksplanatif digunakan untuk mengetahui dan menjelaskan hubungan atau pengaruh antar variabel yang digunakan dalam penelitian berdasarkan data statistik, seperti *Perceived Usefulness*, *Attitude*, *Subjective Norms*, dan *Perceived Behavioral Control*, terhadap *Intention to Use*.

Sumber data yang digunakan adalah data primer atau data yang didapat langsung dari sumbernya. Data didapat dari penyebaran kuesioner melalui *Google Form* dengan opsi jawaban menggunakan bantuan Skala Likert 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju). Kuesioner adalah cara yang efektif apabila sudah mengetahui apa saja variabel yang diukur dan responden yang dimiliki cukup besar dan tersebar di beberapa wilayah [9].

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan 6 variabel, 2 variabel dari *Technology Acceptance Model* (*Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*), dan sisanya dari *Theory of Planned Behavior* (*Attitude*, *Subjective Norms*, *Perceived Behavioral Control*, dan *Intention to Use*) berdasarkan adaptasi dari [4], [6], [8], [10]. Variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Intention to Use* langsung diukur dengan indikator, dimana *Perceived Usefulness* dan *Ease of Use* diukur dengan 6 indikator dan *Intention to Use* diukur dengan 3 indikator. Sementara *Attitude*, *Subjective Norms*, dan *Perceived Behavioral Control* diukur dengan bantuan dimensi. *Attitude* diukur dengan dimensi Kognitif dan Afektif dengan total 4 indikator, *Subjective Norms* dengan dimensi *Normative Beliefs* dan *Motivation to Comply* dengan total 5 indikator, sedangkan *Perceived Behavioral Control* diukur dengan dimensi *Perceived Power* dan *Control Beliefs* dengan 4 indikator. Dengan demikian, total indikator adalah 28.

Populasi adalah sekumpulan subjek yang memiliki ciri-ciri tertentu yang ditetapkan peneliti [9]. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1, D3, atau D4 aktif di seluruh Indonesia baik dari Perguruan Tinggi Swasta (PTS) maupun dari Perguruan Tinggi Negeri (PTN). Berdasarkan data dari

Badan Pusat Statistik per tahun 2024, jumlah mahasiswa S1 di Indonesia adalah 8.467.714 juta mahasiswa, yang terbagi ke dalam 38 provinsi di Indonesia.

Sementara sampel ditentukan menggunakan metode *non-probability* sampling dengan pendekatan *convenience sampling* karena populasi penelitian besar dan responden diperoleh berdasarkan kemudahan akses dan bersedia mengisi kuesioner. Adapun karakteristik sampel adalah mahasiswa aktif, termasuk ke dalam Generasi Z dan menggunakan bank digital Indonesia. Jumlah sampel minimum dalam penelitian ini dihitung berdasarkan jumlah indikator yang dikali dengan 5 sampai 10 kali sehingga didapatkan minimal adalah 140 responden (28x5) [11].

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk mendefinisikan hasil temuan secara umum seperti profil responden, karakteristik penggunaan bank digital, dan gambaran jawaban responden di setiap variabel [12]. Sedangkan analisis inferensial menggunakan *Partial Least Square Equation Modeling* (PLS-SEM) menggunakan SmartPLS 4. PLS-SEM adalah analisis statistik multivariat untuk menguji hubungan kausalitas antar variabel laten. Dalam PLS-SEM, pengujian dilakukan dengan uji *outer model* dan *inner model*. Uji *outer model* dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas sedangkan uji *inner model* digunakan untuk menguji hubungan kausalitas antar variabel dan uji hipotesis. Dalam penelitian ini diuji menggunakan *second order approach* karena terdapat variabel yang diuji menggunakan dimensi [11].

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Demografi Responden

Penelitian ini melibatkan 159 responden yang mayoritas merupakan mahasiswa perempuan (72%) dengan rentang usia dominan 20–22 tahun, terutama usia 21 tahun (35%). Hal ini menunjukkan bahwa responden berada pada fase mahasiswa aktif, khususnya tingkat menengah hingga akhir perkuliahan. Sebagian besar responden berasal dari universitas di Pulau Jawa, terutama Jawa Barat (31%), Jawa Tengah (24%), dan Jawa Timur (14%) dengan dominasi jenjang pendidikan S1 (95%) karena pulau Jawa adalah pulau dengan konsentrasi pendidikan di Indonesia. Responden berasal dari berbagai program studi, dengan proporsi terbesar dari Manajemen, Psikologi, dan Bisnis Digital. Mayoritas berada pada semester 7–8 (43%), menunjukkan karakteristik mahasiswa tingkat akhir yang relatif lebih mandiri secara finansial.

Dari sisi penggunaan bank digital, sebagian besar responden memiliki satu akun bank digital (55%) meskipun terdapat sebagian kecil responden yang memiliki lebih dari 3 akun bank digital (3%). Bank digital yang paling banyak digunakan adalah SeaBank (41%), Bank Jago (18%), dan Blu (16%). Mayoritas telah menggunakan bank digital selama 1–2 tahun dan menggunakannya secara rutin, bahkan harian. Tujuan utama penggunaan meliputi transfer uang, pembayaran QRIS, dan top up *e-wallet*. Dari aspek finansial, mayoritas responden memiliki penghasilan dan pengeluaran bulanan pada rentang Rp500.000–Rp2.000.000, yang mencerminkan karakteristik mahasiswa dengan sumber dana utama dari uang saku atau pekerjaan paruh waktu.

#### 3.2 Uji Outer Model

Uji *outer model* dilakukan dengan melakukan uji validitas (konvergen dan diskriminan) dan reliabilitas. Dikarenakan terdapat variabel yang diukur dengan dimensi, maka penelitian dilakukan dua tahap yaitu *first order* untuk menguji dimensi dan *second order* untuk menguji variabel.

Berdasarkan hasil pengujian validitas konvergen *first order* dan *second order*, diketahui bahwa seluruh dimensi dan indikator memiliki nilai *outer loadings* di atas 0.7 dengan nilai *outer loadings* berkisar antara 0.823 hingga 0.947 pada *first order* dan 0.701 hingga 0.955 pada *second order*. Selain itu, setiap dimensi memiliki nilai AVE di atas 0.5 dengan nilai AVE berkisar antara 0,695 hingga 0,900 pada *first order* dan 0.542 hingga 0.764 pada *second order*. Hal ini menunjukkan bahwa validitas konvergen terpenuhi di kedua tingkatan.

Selanjutnya, pengujian validitas diskriminan dilakukan dengan pengujian *Fornell-Larcker*, *cross loadings*, dan nilai HTMT. Hasil pengujian menunjukkan bahwa setiap dimensi dan indikator memiliki nilai akar AVE tertinggi pada dimensi atau variabel yang diukurnya masing-masing sehingga validitas diskriminan menurut *Fornell-Larcker* terpenuhi. Selain itu, pada nilai *cross loadings*, seluruh indikator memiliki nilai *loading* paling tinggi di dimensi dan variabel yang diukurnya. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator dapat merepresentasikan dimensi dan variabel yang dimaksud dan tidak ada masalah tumpang tindih pengukuran. Selanjutnya, nilai HTMT seluruh nilai rasio antar dimensi dan antar variabel di bawah 0.90 yang menunjukkan tingkat korelasi antar dimensi dan antar variabel masih dapat diterima. Oleh karena itu uji validitas diskriminan berdasarkan *Fornell-Larcker*, *cross loadings*, dan HTMT dapat diterima.

Terakhir, pengujian reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* dimana keduanya harus lebih besar dari 0.7 [13]. Hasil menunjukkan seluruh dimensi dan indikator memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* di atas 0.7 sehingga dapat dikatakan seluruh dimensi dan indikator yang digunakan reliabel.

### 3.3 Uji Inner Model

#### 3.3.1 Uji VIF

Nilai VIF yang baik berada di kurang dari 5 bahkan di bawah 3, sehingga model dapat dikatakan tidak terjadi masalah multikolinearitas [11]. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh nilai VIF berkisar antara 1 – 2,468 sehingga hubungan antar variabel laten berada di bawah 5 dan bahkan di bawah 3. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas antar konstruk prediktor dalam model struktural.

#### 3.3.2 Uji R<sup>2</sup>

Uji R<sup>2</sup> digunakan untuk menunjukkan tingkat kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen pada model penelitian, nilai R<sup>2</sup> 0.67 sudah dianggap substansial (pengaruh tinggi), 0,33 moderat, dan 0,19 lemah [11]. Berdasarkan nilai R<sup>2</sup> *Adjusted*, variabel *Attitude* memiliki nilai sebesar 0,540 (moderat), yang berarti 54% variasinya dapat dijelaskan oleh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness*. Variabel *Intention to Use* memiliki nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,540 (moderat), menunjukkan bahwa 54% variasinya dapat dijelaskan oleh *Attitude*, *Subjective Norms*, *Perceived Behavioral Control*, dan *Perceived Usefulness*, sementara sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian. Sementara itu, *Perceived Usefulness* memiliki nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,305 (lemah), yang berarti 30,5% variasinya dijelaskan oleh *Perceived Ease of Use*.

#### 3.3.3 Uji F<sup>2</sup>

Uji F<sup>2</sup> digunakan untuk melihat kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam model penelitian, nilai F<sup>2</sup> sebesar 0,02 dikategorikan variabel independen memiliki pengaruh kecil terhadap variabel dependen, 0,15 menunjukkan pengaruh sedang, dan 0,35 menunjukkan pengaruh besar [11]. Berdasarkan nilai F<sup>2</sup>, *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh besar terhadap *Perceived Usefulness* (0,447), menunjukkan kontribusi yang kuat. Selanjutnya, *Perceived Usefulness* memberikan pengaruh paling dominan terhadap *Attitude* (0,487), dibandingkan *Perceived Ease of Use* yang memiliki pengaruh lebih kecil (0,100). Dalam menjelaskan *Intention to Use*, *Perceived Behavioral Control* memiliki pengaruh terbesar (0,156), diikuti oleh *Attitude* (0,082), *Perceived Usefulness* (0,059) dan *Subjective Norms* (0,011). Meskipun demikian, kontribusi *Subjective Norms* relatif kecil.

#### 3.3.4 Uji Q<sup>2</sup>

Uji Q<sup>2</sup> dalam PLS SEM digunakan untuk mengetahui seberapa baik kemampuan model dalam memprediksi variabel dependen, jika nilai Q<sup>2</sup> sama dengan 0, maka kemampuan prediktif model cukup

rendah, nilai 0.25 menunjukkan kemampuan yang moderat, dan 0.50 mengindikasikan kemampuan yang relatif tinggi [11]. Berdasarkan hasil uji  $Q^2$ , *Perceived Usefulness* memiliki nilai sebesar 0,284 dan *Attitude* sebesar 0,305, yang menunjukkan kemampuan prediktif model tergolong cukup baik dalam menjelaskan kedua variabel tersebut. Sementara itu, *Intention to Use* memiliki nilai  $Q^2$  tertinggi yaitu 0,425, yang mengindikasikan kemampuan prediktif yang kuat. Secara keseluruhan, hasil uji  $Q^2$  menunjukkan bahwa model struktural memiliki relevansi dan kemampuan prediksi yang baik terhadap seluruh variabel dependen dalam penelitian ini.

### 3.4 Uji Hipotesis Bootstrapping

Tabel 2. Hasil Hipotesis Bootstrapping

Hipotesis		Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation	T statistics	P values
H1	<i>Perceived Ease of Use -&gt; Attitude</i>	0,2564	0,2636	0,0753	3,4034	0,0003
H2	<i>Perceived Ease of Use -&gt; Perceived Usefulness</i>	0,5558	0,5650	0,0637	8,7284	0,0000
H3	<i>Perceived Usefulness -&gt; Intention to Use</i>	0,2312	0,2306	0,0911	2,5368	0,0056
H4	<i>Perceived Usefulness -&gt; Attitude</i>	0,5652	0,5590	0,0744	7,6005	0,0000
H5	<i>Attitude -&gt; Intention to Use</i>	0,3003	0,2946	0,0960	3,1269	0,0009
H6	<i>Subjective Norms -&gt; Intention to Use</i>	0,0788	0,0815	0,0647	1,2179	0,1117
H7	<i>Perceived Behavior Control -&gt; Intention to Use</i>	0,3121	0,3186	0,0824	3,7884	0,0001

#### 3.4.1 Hubungan Antara Perceived Ease of Use dengan Attitude

Hasil pengujian menunjukkan *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude* penggunaan bank digital pada mahasiswa Indonesia. Hal ini dilihat dari nilai *path coefficient* sebesar 0,2564 yang menunjukkan arah hubungan positif serta nilai t-statistik sebesar 3,4034 ( $>1.645$ ) dan p-value sebesar 0,0003 ( $<0.05$ ). Namun demikian, nilai  $F^2$  sebesar 0,10 menunjukkan bahwa pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude* berada pada kategori kecil hingga sedang. Artinya, meskipun kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap mahasiswa, faktor ini bukan satu-satunya penentu terbentuknya *Attitude*. Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa cenderung memiliki sikap positif terhadap bank digital apabila mudah dipelajari, tidak memerlukan waktu lama untuk dipahami, serta memiliki tampilan menu dan fitur yang jelas. Hasil temuan ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh [6], [10], [14] yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan memiliki peran terhadap sikap pengguna dalam teknologi digital.

#### 3.4.2 Hubungan Antara Perceived Ease of Use dengan Perceived Usefulness

Hasil pengujian mengatakan *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness*. Hal ini tercermin dari *path coefficient* sebesar 0,5558 yang menunjukkan arah hubungan positif dengan tingkat pengaruh yang relatif kuat. Selain itu, nilai t-statistic sebesar 8,7284 ( $>1,645$ ) serta p-value sebesar 0,0000 ( $<0,05$ ). Nilai  $F^2$  sebesar 0.447 juga menunjukkan bahwa variabel *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap *Perceived Usefulness*. Oleh karena itu, semakin mudah aplikasi bank digital digunakan oleh mahasiswa, maka semakin besar pula manfaat yang dirasakan dari penggunaan bank digital tersebut. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh [6], [14] dalam intensi menggunakan bank digital dan *mobile banking*.

### 3.4.3 Hubungan Antara *Perceived Usefulness* dengan *Intention to Use*

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use* bank digital di kalangan mahasiswa Indonesia. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *path coefficient* sebesar 0,2312, yang menandakan hubungan positif. Selain itu, nilai t-statistic sebesar 2,5368 ( $>1,645$ ) dan p-value sebesar 0,0056 ( $<0,05$ ) menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan. Meskipun begitu, nilai  $F^2$  relatif kecil yaitu berada di angka 0.059. Hasil ini mahasiswa yang merasa terbantu dengan bank digital akan relatif lebih memilih untuk menggunakan bank digital. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [6], [10], [14] yang menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan bank digital dan *mobile banking*.

### 3.4.4 Hubungan Antara *Perceived Usefulness* dengan *Attitude*

*Perceived Usefulness* yang dirasakan mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude* dalam menggunakan bank digital. Nilai *path coefficient* sebesar 0,5652 menunjukkan hubungan positif. Selain itu, nilai t-statistic sebesar 7,6005 ( $>1,645$ ) dan p-value sebesar 0,0000 ( $<0,05$ ) menunjukkan pengaruh signifikan. Selain itu, nilai  $F^2$  cukup besar menunjukkan adanya pengaruh yang besar dari variabel *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude* di angka 0.48. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang merasa aplikasi bank digital bermanfaat akan memiliki sikap lebih positif terhadap bank digital. Temuan sejalan dengan [6], [15] dalam konteks bank digital dan penggunaan QRIS.

### 3.4.5 Hubungan Antara *Attitude* dengan *Intention to Use*

Hasil menunjukkan *Attitude* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use* dalam konteks penggunaan bank digital pada mahasiswa Indonesia. Nilai *path coefficient* sebesar 0,3003 menunjukkan hubungan positif dengan kekuatan pengaruh sedang. Selain itu, nilai t-statistic sebesar 3,1269 ( $>1,645$ ) dan p-value sebesar 0,0009 ( $<0,05$ ) menegaskan bahwa pengaruh ini signifikan secara statistik. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki sikap positif terhadap penggunaan aplikasi bank digital akan lebih terdorong untuk menggunakannya. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [7] bahwa *Attitude* merupakan faktor kedua paling berpengaruh terhadap intensi menggunakan *mobile banking* di Indonesia.

### 3.4.6 Hubungan Antara *Subjective Norms* dengan *Intention to Use*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Subjective Norms* tidak berpengaruh terhadap *Intention to Use* bank digital pada mahasiswa Indonesia. Nilai *path coefficient* sebesar 0,0788 menunjukkan hubungan positif yang sangat lemah. Sedangkan nilai t-statistic sebesar 1,2179 ( $>1,645$ ) dan p-value sebesar 0,1117 ( $>0,05$ ) menunjukkan bahwa hipotesis ditolak. Berdasarkan nilai  $F^2$ , diketahui bahwa *Subjective Norms* juga memiliki pengaruh yang sangat rendah terhadap *Intention to Use* yaitu sebesar 0,011. Temuan ini berarti bahwa tekanan sosial atau pengaruh orang lain, seperti teman, keluarga, atau lingkungan, tidak menjadi faktor utama yang menentukan niat mahasiswa untuk menggunakan bank digital. Mahasiswa cenderung membuat keputusan penggunaan berdasarkan pengalaman pribadi. Hasil

penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh [6], [15] dalam konteks bank digital dan pembayaran QRIS.

### 3.4.7 Hubungan Antara Perceived Behavioral Control dengan Intention to Use

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Behavioral Control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use* bank digital pada mahasiswa Indonesia. Nilai *path coefficient* (0,3121) dan  $F^2$  (0,156) *Perceived Behavioral Control* terhadap *Intention to Use* juga memiliki nilai paling tinggi dibandingkan variabel lain sehingga dapat dikatakan bahwa *Perceived Behavioral Control* merupakan variabel yang paling memengaruhi penggunaan bank digital pada mahasiswa. Selain itu, nilai t-statistic sebesar 3,7884 ( $>1,96$ ) dan p-value sebesar 0,0001 ( $<0,05$ ) menegaskan bahwa pengaruh ini signifikan secara statistik. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh [5], [7] juga mendukung dengan menyatakan bahwa variabel *Perceived Behavioral Control* merupakan faktor paling kuat pertama memengaruhi intensi penggunaan. Temuan ini berarti bahwa mahasiswa yang merasa memiliki kemampuan dan kendali dalam menggunakan aplikasi bank digital akan memiliki niat yang lebih tinggi untuk menggunakannya secara rutin.

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude*. Selain itu, *Perceived Ease of Use* juga berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Usefulness*, menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan meningkatkan persepsi manfaat layanan bank digital.

Selanjutnya, *Perceived Usefulness*, *Attitude*, dan *Perceived Behavioral Control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use*. Di antara variabel tersebut, *Perceived Behavioral Control* menjadi faktor yang paling kuat dalam memengaruhi intensi penggunaan. Sementara itu, *Subjective Norms* tidak berpengaruh signifikan, yang mengindikasikan bahwa keputusan mahasiswa lebih didasarkan pada pertimbangan pribadi dibandingkan tekanan sosial. Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa faktor teknologi dan kesiapan individu memiliki peran penting dalam meningkatkan intensi penggunaan bank digital di kalangan mahasiswa.

Adapun saran bagi penyedia layanan bank digital yaitu peningkatan kemudahan penggunaan, optimalisasi fitur yang relevan bagi mahasiswa, serta penguatan edukasi dan kesiapan pengguna menjadi strategi utama untuk meningkatkan adopsi. Stabilitas sistem dan jaminan keamanan juga penting dalam membangun sikap positif pengguna. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kepercayaan, persepsi risiko, dan keamanan, serta memperluas cakupan responden agar hasil penelitian lebih komprehensif.

## REFERENSI

- [1] C. Saskia and W. Pertiwi, "Ada 354 Juta Ponsel Aktif di Indonesia, Terbanyak Nomor Empat Dunia," 2023.
- [2] E. Napoletano and D. Foreman, "What Is Digital Banking?," 2021.
- [3] N. N. Alifah, "Indonesia peringkat 2 Pemilik Rekening Bank Digital Terbanyak di Dunia 2021," 2022.
- [4] I. Ajzen, "The theory of planned behavior: Frequently asked questions," *Hum. Behav. Emerg. Technol.*, vol. 2, no. 4, pp. 314–324, 1991, doi: 10.1002/hbe2.195.
- [5] J.-C. Tu and C.-L. Hu, "A Study on the Factors Affecting Consumers' Willingness to Accept Clothing Rentals," *Sustainability*, vol. 10, no. 11, p. 4139, Nov. 2018, doi: 10.3390/su10114139.
- [6] N.-M. Yaghoubi, "Factors Affecting the Adoption of Online Banking," vol. 5, no. 9, 2010.

- [7] T. E. Sebayang, D. B. Hakim, T. Bakhtiar, and D. Indrawan, "What Accelerates the Choice of Mobile Banking for Digital Banks in Indonesia?," *J. Risk Financ. Manag.*, vol. 17, no. 1, p. 6, Dec. 2023, doi: 10.3390/jrfm17010006.
- [8] F. D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Q.*, vol. 13, no. 3, p. 319, Sep. 1989, doi: 10.2307/249008.
- [9] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 2017.
- [10] S. Taylor and P. A. Todd, "Understanding Information Technology Usage: A test of Competing Models," 1995.
- [11] J. F. Hair, M. Sarstedt, and C. M. Ringle, "Partial Least Squares Structural Equation Modeling," in *Handbook of Market Research*, C. Homburg, M. Klarmann, and A. Vomberg, Eds., Cham: Springer International Publishing, 2019, pp. 1–40. doi: 10.1007/978-3-319-05542-8\_15-1.
- [12] J. W. Creswell, *Research design : Qualitative and Quantitative Approaches*. 1994.
- [13] W. W. Chin and G. Marcoulides, *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling*. 1998.
- [14] F. Sodik, A. Nur Zaida, and K. Zulmiati, "Analisis Minat Penggunaan pada Fitur Pembelian Mobile Banking BSI: Pendekatan TAM dan TPB," *J. Bus. Manag. Islam. Bank.*, vol. 1, no. 1, pp. 35–53, Aug. 2022, doi: 10.14421/jbmib.2022.011-03.
- [15] K. A. Makaba, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Behavior Intention Masyarakat Gen Y dalam Menggunakan QRIS pada Berbagai Toko Ritel di Kota Batam," *MAMEN J. Manaj.*, vol. 2, no. 1, pp. 60–70, Jan. 2023, doi: 10.55123/mamen.v2i1.1386.