

Pengaruh *Perceived Usefulness* Dan *Perceived Ease of Use* Melalui *Attitude Toward Using* Pada *Behavioral Intention To Use M-BCA* Di Jabodetabek

Stevanny Aprilia Djija¹, Nur Amalya Yusrin²

^{1,2} Fakultas Manajemen Dan Humaniora, Universitas Pradita, Tangerang, Indonesia

Article Info	ABSTRAK
Article history: Received Juli 7, 2026 Revised Juli 7, 2026 Accepted Juli 9, 2026	Akselerasi transformasi digital di sektor perbankan menjadi penyedia layanan untuk terus memastikan penerimaan teknologi oleh penggunanya agar dapat bersaing di industri keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh <i>Perceived Ease To Use</i> (Persepsi Kemudahan Penggunaan) dan <i>Perceived Usefulness</i> (Persepsi Kegunaan) terhadap <i>Behavioral Intention To Use</i> (Niat Perilaku) dengan menempatkan <i>Attitude Toward Using</i> (Sikap Penggunaan) sebagai variabel mediasi pada nasabah pengguna aplikasi m-BCA di Jabodetabek. Landasan teoretis penelitian ini dibangun berdasarkan integrasi dari konsep <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA) dan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM). Pendekatan yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada responden, dan data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode <i>Structural Equation Modeling</i> berbasis <i>Partial Least Squares</i> (PLS-SEM) melalui <i>software SmartPLS 4</i>. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh hipotesis pengaruh langsung yang diajukan dalam penelitian ini terbukti positif dan signifikan. <i>Perceived Ease To Use</i> dan <i>Perceived Usefulness</i> secara parsial terbukti menjadi faktor krusial yang mendorong terbentuknya sikap positif nasabah sekaligus memicu niat untuk terus menggunakan aplikasi perbankan digital tersebut.
Kata Kunci: Perceived Usefulness, Perceived Ease To Use, Attitude Toward Using, Behavioral Intention To Use, m-BCA.	ABSTRACT The acceleration of digital transformation in the banking sector requires service providers to continuously ensure technology acceptance among their users to remain competitive in the financial industry. This study aims to analyze the influence of <i>Perceived Ease of Use</i> and <i>Perceived Usefulness</i> on <i>Behavioral Intention to Use</i>, with <i>Attitude Toward Using</i> operating as a mediating variable among customers utilizing the m-BCA application in Jabodetabek. The theoretical framework of this research is constructed based on the integration of the <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA) and the <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM). A quantitative approach was employed by distributing questionnaires to respondents, and the collected data were analyzed using <i>Structural Equation Modeling</i> based on <i>Partial Least Squares</i> (PLS-SEM) via <i>SmartPLS software 4</i>. The research findings indicate that all proposed direct effect hypotheses in this study are positive and significant. <i>Perceived Ease of Use</i> and <i>Perceived Usefulness</i> are partially proven to be crucial factors that drive the formation of positive customer attitudes while simultaneously triggering their intention to continuously use the digital banking application.
	<i>This is an open access article under the CC BY license</i>



Corresponding Author:

Stevanny Aprilia Djija
Fakultas Manajemen Dan Humaniora, Universitas Pradita,
Tangerang, Indonesia
Email: stevannyaprilia28@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Dilansir dari data *Worldometers* (situs penyedia informasi populasi di dunia) mencatat bahwa saat ini Indonesia menduduki peringkat keempat dengan kategori negara terpadat di dunia, jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2026 mencapai 287 juta jiwa. Laju pertumbuhan Indonesia mencapai 1,09% dengan jumlah penduduk pada tahun 2025 mencapai 284 juta jiwa penduduk yang tersebar di 38 provinsi Indonesia. Pertumbuhan jumlah penduduk mengharuskan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sandang pangan dan papan, namun saat ini internet juga menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat Indonesia [1]. Meningkatnya jumlah penduduk juga selaras dengan meningkatnya jumlah pengguna internet, kini internet bukan lagi sebagai hanya sebagai teknologi melainkan fokus terhadap kebutuhan manusia seperti pendidikan, pekerjaan dan finansial [2]. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang menyatakan bahwa tingkat penetrasi di Indonesia meningkat sebesar 80,66% mengikuti pertumbuhan penduduk di Indonesia.

Berdasarkan data APJII 2026 salah satu kegiatan masyarakat dalam menggunakan internet adalah mengakses layanan keuangan dengan persentase sebesar 5,84% salah satu layanan keuangan adalah *mobile banking*. Bersamaan dengan peningkatan pengguna internet, kini penggunaan *mobile banking* meningkat, hal ini dijelaskan berdasarkan data dari Bank Indonesia.

Penelitian [3] menjelaskan bahwa penggunaan *mobile banking* membuat masyarakat semakin yakin dalam mengandalkan teknologi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satunya adalah kelompok mahasiswa yang aktif dalam menggunakan *mobile banking*. Dalam memenuhi kebutuhan selama kuliah, diperlukan transaksi keuangan untuk membayar tagihan semester dan menerima uang saku dari orang tua terlebih pada mahasiswa yang merantau hal ini merupakan penting dalam menggunakan *mobile banking*.

Dampak dari COVID-19 juga menjadi titik puncak transformasi digital terutama pada sektor perbankan khususnya dalam pemanfaatan layanan *mobile banking*. Perubahan aktivitas *offline* menjadi *online* seperti pembayaran tagihan hingga pembelian produk secara digital. Oleh karena itu, strategi *digital banking* tidak lagi sekadar pilihan operasional, melainkan menjadi keunggulan kompetitif yang strategis dalam memenangkan persaingan dan menjaga keberlanjutan kinerja perbankan di era ekonomi digital [4].

Persoalan mengenai keunggulan dalam persaingan dalam dunia perbankan masih dimenangkan oleh Bank BCA yang merupakan bank swasta terbesar di Indonesia. Salah satu layanan keuangan digital yang menjadi andalan bagi BCA adalah *BCA Mobile Banking*. Kontribusi dari *mobile banking* BCA mencapai 88% selama nasabah menggunakan transaksi di BCA, mulai dari pembukaan rekening baru, *transfer* antar bank, serta pembayaran menggunakan QRIS [5].

Menjadi langganan dalam pemberi layanan terbaik di sektor perbankan sudah menjadi hal yang lumrah bagi BCA. Citra positif yang dihadirkan BCA selaku bank swasta terbesar di Indonesia juga turut memberikan basis nasabah yang loyal dan besar. Dalam industri perbankan yang sangat kompetitif ini BCA terus berupaya meningkatkan kepuasan pelanggan dan berkomitmen memberikan layanan yang terbaik sehingga nasabah menjadi loyal dan tertarik untuk terus menggunakan produk kembali [6].

Berdasarkan data dari Similarweb, BCA *Mobile* berada pada urutan kedua kategori penggunaan aplikasi keuangan teratas dan urutan pertama kategori penggunaan *mobile banking* teratas yang paling banyak digunakan pada tahun 2026. Keberhasilannya dalam menyediakan layanan yang nyaman, memuaskan, dan aman bagi nasabah tercermin dari perolehan penghargaan yang didapatkan BCA oleh *Indonesian Customer Satisfaction Awards* dan peringkat *Top Brand Index* yang diraih oleh BCA.

Berdasarkan hasil riset yang telah dilakukan *Top Brand Award*, *mobile banking BCA* menempati urutan pertama dari *Top Brand Index* dalam kategori *E-channel*, namun tahun 2026 *Top Brand Index* m-BCA mengalami penurunan. Penurunan *brand index* pada m-BCA di tahun 2026 dikarenakan beberapa faktor yang ditemukan penulis. Faktor pertama dapat dilihat dari *error* nya sistem m-BCA. Keluhan nyata yang dialami pengguna *mobile banking* BCA diantaranya sering mengalami *error* ketika sedang menggunakan aplikasi, pembaharuan yang dilakukan oleh m-BCA justru membuat pengguna semakin kesulitan dalam melakukan transaksi. Hal ini menjadi evaluasi penting bagi pihak bank terkait dengan pembaharuan aplikasi yang seharusnya mempermudah nasabah tapi saat ini pembaruan yang dialami justru membuat kesulitan nasabah dalam bertransaksi [7].

Berbagai keluhan yang dirasakan nasabah mulai dari gagal dalam melakukan transaksi dengan *mobile banking* BCA, gagalnya proses registrasi *online*, aplikasi yang sering *maintenance*, kegagalan aplikasi *mobile banking* BCA dalam melakukan *scan* wajah, dan lain sebagainya. Keluhan yang sama bagi para pengguna m-BCA yakni mengarah pada kesulitan nasabah selaku pengguna m-BCA dalam bertransaksi menggunakan *mobile banking* BCA.

Pada gambar 1.4 masih berlanjut mengenai keluhan yang dialami pengguna m-BCA dalam jangka waktu Desember 2025 hingga Maret 2026. Permasalahan yang pengguna muncul setelah m-BCA mengalami pembaharuan, hal ini menjadi pertanyaan bagi pengguna dikarenakan setelah mengalami pembaharuan justru semakin membuat kesulitan pengguna seperti indikator selalu berwarna merah, verifikasi *password* saat masuk m-BCA, QRIS tidak bisa digunakan saat bertransaksi. Keluhan yang dirasakan oleh nasabah terkait penggunaan *mobile banking* hanya sebatas respon sesaat dari pihak BCA melalui *google review*, namun hingga Maret 2026 keluhan tersebut masih sama dirasakan oleh nasabah. Seringnya terjadi gangguan pada *mobile banking* berdampak langsung pada nasabah yang berujung pada hilangnya persepsi dalam kenyamanan dan kemudahan menggunakan *mobile banking* [8].

Urgensi untuk meneliti niat keberlanjutan penggunaan (*behavioral intention to use*) pada *platform* yang telah matang seperti m-BCA didukung kuat oleh data arah kebijakan *transaction banking* saat ini. Berdasarkan cetak biru transformasi perbankan nasional, digitalisasi masif telah berhasil mengalihkan lebih dari 60% aktivitas pembukaan rekening baru secara mandiri melalui aplikasi seluler tanpa perlu mendatangi kantor cabang fisik. Tingginya ketergantungan masyarakat terhadap kanal digital ini tecermin nyata dari frekuensi pemakaian rutin nasabah. Dilansir melalui laporan kinerja keuangan tahun 2025 mencatat total frekuensi transaksi digital melonjak hingga 16,5% secara tahunan dengan volume menembus lebih dari 40 miliar transaksi, di mana aplikasi *mobile banking* mendominasi porsi penggunaan secara masif sebesar lebih dari 80% dari total aktivitas harian bank.

Fenomena ini mengonfirmasi terjadinya perilaku konsumen, di mana berdasarkan laporan tahunan 2025 jalur digital kini menguasai hampir 99% dari total keseluruhan volume transaksi perbankan, sementara interaksi konvensional di kantor cabang menyusut drastis hingga menyisakan sekitar 1% saja. Tingginya intensitas pemakaian rutin dan keterikatan permanen ini menegaskan bahwa sekali nasabah memutuskan untuk mengadopsi *platform mobile*, mereka memiliki ekspektasi keandalan yang sangat tinggi. Oleh karena itu, mempertahankan niat keberlanjutan penggunaan bagi jutaan nasabah yang sudah masuk ke dalam ekosistem digital tersebut menjadi jauh lebih krusial dibandingkan sekadar memicu adopsi awal.

Namun, di tengah dominasi mutlak tersebut, pengujian empiris terhadap keberlanjutan teknologi perbankan yang mapan sering kali menghadapi celah teoretis. Meskipun model *Technology Acceptance Model* (TAM) telah diadopsi secara luas, mayoritas penelitian kontemporer kerap kali memangkas

struktur asli model tersebut dengan mengeksklusi variabel *Attitude Toward Using* dan langsung menghubungkan faktor teknis fungsional terhadap niat perilaku pengguna. Kritik akademis dari Rese et al. (2020) mengonfirmasi bahwa penghapusan variabel sikap ini menciptakan kesenjangan, karena mengabaikan respon afektif dan evaluasi psikologis pengguna dalam menilai sebuah sistem. Padahal, dilihat pada landasan teoritis dasar *Theory of Reasoned Action* (TRA), niat melakukan tindakan berulang secara mutlak dipicu oleh respon sikap terlebih dahulu. Hambatan teknis harian seperti *system maintenance*, kegagalan transaksi temporer, maupun kebingungan navigasi pasca-pembaruan aplikasi sering kali memicu frustrasi konsumen.

Atas dasar pertimbangan tersebut, pengujian ini secara sengaja menarik kembali variabel *Attitude Toward Using* sebagai mediator dalam kerangka integrasi TRA-TAM, guna mengamati karakteristik wilayah Jabodetabek. Sebagai basis demografis dengan mobilitas komuter yang tinggi dan tingkat ketergantungan digital untuk mendukung produktivitas harian yang serba cepat terhadap perubahan simplisitas navigasi dan kecepatan transaksi [9].

Penelitian bertujuan membuktikan secara empiris bahwa pada aplikasi perbankan yang matang sekalipun, kegunaan dan kemudahan sistem tidak serta merta melahirkan loyalitas instan, melainkan harus dikonversi terlebih dahulu menjadi preferensi sikap mendukung di dalam benak nasabah guna menjamin niat perilaku keberlanjutan transaksi yang stabil di tengah gempuran *mobile banking* lainnya.

2. METODE

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif guna menguji dan membuktikan secara empiris hubungan kausalitas antar variabel yang ada di dalam model penerimaan teknologi. Data primer dalam studi ini dikumpulkan melalui penyebaran instrumen kuesioner berskala likert secara daring kepada nasabah di Jabodetabek yang telah memiliki pengalaman menggunakan aplikasi m-BCA. Selanjutnya, untuk menjawab rumusan masalah dan menguji seluruh hipotesis terutama yang berkaitan dengan efek mediasi dari variabel sikap pengguna penelitian ini mengaplikasikan teknik analisis data *Structural Equation Modeling* berbasis varians, atau yang lebih dikenal dengan *Partial Least Square* (SEM-PLS) menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4. Pemilihan metode SEM-PLS ini merupakan langkah yang paling strategis karena kemampuannya yang sangat komprehensif metode ini tidak hanya tangguh dalam membedah model kerangka pemikiran yang kompleks, tetapi juga sanggup mengevaluasi keandalan indikator kuesioner secara bersamaan tanpa mewajibkan sebaran data harus berdistribusi normal.

2.1 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional variabel merupakan penjelasan mengenai suatu variabel penelitian yang dirumuskan secara spesifik sehingga dapat diukur dan diamati secara empiris. Definisi ini berfungsi untuk menerjemahkan konsep yang masih bersifat abstrak menjadi indikator-indikator yang lebih konkret agar memudahkan peneliti dalam proses pengumpulan serta analisis data. Dengan memahami dimensi, definisi dan indikator hingga diturunkan menjadi butir pertanyaan disetiap variabel, sehingga langsung berpengaruh terhadap uji penelitian [10].

Setiap butir pernyataan dalam instrumen ini dinilai dengan menggunakan Skala Likert 5 poin untuk mengukur tingkat persetujuan responden. Penilaian dimulai dari skor 1 yang mewakili pilihan "Sangat Tidak Setuju" (STS) hingga skor 5 untuk pilihan "Sangat Setuju" (SS). Pilihan skala ganjil ini sengaja diterapkan guna memberikan ruang bagi responden dalam mengekspresikan posisi netral, sekaligus menyediakan data berskala interval yang memenuhi syarat untuk diuji melalui analisis statistik inferensial [11].

2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian. Karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang telah ditetapkan [12].

Dalam penelitian ini, peneliti mengukur hasil jawaban kuesioner menggunakan skala *likert* lima poin. Seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis yang ditujukan kepada responden disebut teknik pengumpulan data berbentuk kuesioner. Pada skala *likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan [12]. Guna menjamin validitas isi, butir-butir pernyataan di dalam kuesioner tidak dirumuskan secara spekulatif, melainkan diturunkan dari indikator operasional masing-masing variabel yang diadopsi dari kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM). Instrumen ini memuat serangkaian pernyataan tertutup yang mengukur empat pilar utama penelitian, yakni tingkat kemanfaatan yang dirasakan, tingkat kemudahan operasional, evaluasi afektif nasabah, serta komitmen penggunaan jangka panjang.

2.3 Teknik Pengumpulan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* yang merupakan metode *purposive sampling*. *Non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel [12].

Menurut [13] menjelaskan bahwa teknik ini dipilih karena tidak seluruh anggota populasi memiliki karakteristik yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Kriteria dalam pengambilan sampel yaitu sebagai berikut:

1. Responden berdomisili di Jabodetabek.
2. Responden merupakan Generasi Z dengan rentang usia 17-26 tahun (sudah memiliki KTP).
3. Responden merupakan nasabah sekaligus pengguna aktif yang telah menggunakan fitur/layanan pada *mobile banking* BCA minimal 1 tahun.
4. Responden yang sejak awal menggunakan *mobile banking* BCA bukan dikarenakan alasan gaji melainkan karena sebuah kebutuhan.
5. Responden rutin melakukan transaksi menggunakan *mobile banking* BCA minimal 2 kali dalam 1 bulan terakhir.

Merujuk pada ketentuan rasio 5 hingga 10 sampel per item tersebut, ukuran sampel dalam penelitian ini dikalkulasikan secara spesifik berdasarkan total instrumen yang digunakan. Mengingat terdapat 36 item pernyataan yang merepresentasikan empat konstruk laten di dalam model penelitian ini, maka batas minimum sampel yang harus dipenuhi adalah sebesar $36 \times 5 = 180$ responden. Dalam pelaksanaannya, penelitian ini berhasil mengumpulkan data valid dari 180 responden. Jumlah capaian sampel tersebut tidak hanya telah memenuhi ambang batas teoritis yang disyaratkan oleh [14], melainkan juga berada dalam rentang ideal untuk dilakukan pengolahan data model struktural secara valid.

2.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

SEM membantu peneliti ilmu sosial untuk melakukan analisis jalur (*path*) dengan variabel laten. Apabila dibandingkan dengan generasi pertama, yaitu *principal component analysis*, *factor analysis*, *discriminant analysis*, atau *multiple regression*, SEM memiliki manfaat utama yang berbeda yakni adanya fleksibilitas yang lebih tinggi bagi peneliti untuk menghubungkan antara teori dengan data [15].

2.4.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisa deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil dari analisis deskriptif ini berupa nilai rata-rata dan standar deviasi untuk mendeskripsikan variabel penelitian ini.

2.4.2 Statistik Inferensial

1. Uji *Measurement Model (Outer Model)*

Dalam penelitian [23] menjelaskan bahwa *outer model* dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas model. *Outer model* dengan indikator reflektif dievaluasi melalui validitas *convergent* dan *discriminant* dari indikator pembentuk konstruk laten dan *composite reliability*, serta *cronbach alpha* untuk blok indikatornya. Disisi lain, *outer model* dengan indikator formatif dievaluasi melalui *substantive content*-nya yaitu dengan membandingkan besarnya *relative weight* dan melihat signifikansi dari indikator konstruk tersebut.

a. *Convergent Validity*

Pengujian validitas konvergen dilakukan untuk memastikan bahwa sekumpulan indikator yang dirancang untuk mengukur suatu variabel tertentu memiliki korelasi yang kuat dan secara konsisten mengarah pada konstruk laten yang sama. Dalam analisis varians berbasis PLS-SEM, validitas konvergen ini dievaluasi secara empiris melalui besaran nilai muatan faktor (*outer loading*) dan *Average Variance Extracted*.

Indikator-indikator penelitian, seperti yang digunakan untuk mengukur persepsi dan sikap nasabah terhadap m-BCA, dinyatakan memenuhi syarat validitas konvergen apabila nilai *outer loading* masing-masing butir pernyataan telah melampaui batas ambang 0,70 dan nilai AVE dari setiap variabel secara akumulatif berada di atas angka 0,50.

b. *Discriminant Validity*

Pengujian ini krusial untuk membuktikan bahwa suatu konstruk laten secara empiris benar-benar unik, spesifik, dan berbeda secara signifikan dari konstruk lainnya yang ada di dalam model penelitian. Sebuah variabel dinyatakan memenuhi syarat validitas diskriminan yang valid apabila nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) untuk konstruk tersebut jauh lebih besar daripada nilai korelasi tertinggi konstruk itu dengan konstruk-konstruk lainnya dalam model.

Terpenuhinya parameter ini menjadi jaminan teoritis bahwa variabel seperti *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* tidak mengalami *overlapping* secara konseptual maupun empiris dengan sikap atau niat perilaku nasabah. Dengan kata lain, instrumen ini benar-benar mampu mengukur dimensi psikologis yang berbeda secara mandiri tanpa adanya kerancuan data dalam menjelaskan perilaku adopsi m-BCA.

c. HTMT (*Heterotrait-Monotrait Ratio*)

Analisis dalam penelitian ini diperkuat dengan mengevaluasi nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlations* (HTMT). Pendekatan kontemporer ini bekerja dengan mengukur rasio korelasi antar-konstruk (*heterotrait*) dibandingkan dengan rata-rata korelasi indikator di dalam konstruk itu sendiri. Angka HTMT yang dihasilkan berada dibawah 0,85 atau 0,90 dengan penyesuaian angka tersebut bahwa masing-masing variabel laten dalam model TAM ini memiliki posisi empiris yang mandiri.

d. AVE (*Average Variance Extracted*)

Agar sebuah model pengukuran dinyatakan memenuhi syarat kelayakan teoritis, nilai AVE untuk setiap konstruk laten wajib melampaui ambang batas minimal sebesar 0,50. Capaian angka ini memberikan bukti empiris bahwa variabel yang bersangkutan baik itu persepsi kegunaan, kemudahan, sikap, maupun niat perilaku mampu menjelaskan lebih dari separuh atau minimal 50% variabilitas dari seluruh indikator pendukungnya di lapangan.

e. *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

Suatu konstruk laten dinyatakan memenuhi syarat reliabilitas yang baik dan dapat diterima apabila nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan berada di atas ambang batas minimal sebesar 0,70. Capaian nilai di atas standar ini menjadi bukti empiris bahwa seluruh item pernyataan baik yang mengukur persepsi kegunaan, kemudahan, sikap, hingga niat perilaku nasabah terhadap aplikasi m-BCA bersifat padu.

2. Uji *Structural Model* (*Inner Model*)

Jika *outer model* berfokus pada kelayakan hubungan antara indikator dengan variabel latennya, maka evaluasi *inner model* bertujuan untuk memprediksi arah dan kekuatan hubungan antar-variabel laten itu sendiri, serta mengukur sejauh mana model teoretis yang dibangun mampu menjelaskan varians dari fenomena yang diteliti [16]. Dalam konteks penelitian ini, *inner model* menggambarkan jalur kausalitas linier yang menguji bagaimana pengaruh persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) terhadap terbentuknya sikap (*attitude toward using*), yang pada akhirnya bermuara pada niat perilaku (*behavioral intention to use*) nasabah dalam mengadopsi aplikasi m-BCA.

a. Uji Model

Tahapan evaluasi *inner model* juga dilengkapi dengan penilaian indeks fit, salah satunya melalui pendekatan *Normed Fit Index* (NFI). Indeks ini mengukur tingkat kecocokan model struktural melalui perbandingan linear antara model teoretis yang dihipotesiskan peneliti dengan model independen baseline dalam rentang skala 0 hingga 1. Merujuk pada hasil olah data statistik di atas, nilai NFI yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah sebesar 0,813. Angka tersebut memberikan bukti empiris bahwa model yang diajukan memiliki indeks kesesuaian yang berada dalam kategori baik dan memenuhi syarat kelayakan model [15]. Dengan demikian, model struktural yang menguji hubungan kausalitas antar-variabel TAM pada penggunaan aplikasi m-BCA di Jabodetabek ini dinilai valid dan representatif untuk digunakan dalam pengujian hipotesis selanjutnya.

b. Uji Koefisien Determinasi (*R-Square Value*)

Dalam kerangka kerja PLS-SEM, klasifikasi kekuatan nilai R^2 umumnya bersandar pada kriteria akademis yang dikemukakan oleh [14], yang membagi tingkat kekuatan penjelasan model ke dalam tiga kategori utama, yakni kuat (*substantial* jika nilai di atas 0,75), moderat (*moderate* jika nilai berada di kisaran 0,50), dan lemah (*weak* jika nilai berada di kisaran 0,25).

c. *Effect Size* (f^2)

Dalam interpretasi statistik multivariat berbasis PLS-SEM, penetapan kekuatan nilai f^2 merujuk pada standar baku oleh [14] standar ini membagi kontribusi dampak variabel ke dalam tiga tingkatan objektif, yaitu:

1. Nilai f^2 sebesar 0,02 dikategorikan memiliki efek yang kecil,
2. Nilai f^2 sebesar 0,15 dikategorikan memiliki efek yang sedang,
3. Nilai f^2 sebesar 0,35 ke atas dikategorikan memiliki efek yang besar.

Jika nilai f^2 yang dihasilkan berada di bawah angka 0,02 maka variabel tersebut dinyatakan tidak memiliki efek prediktif terhadap konstruk endogen.

d. Analisis *Goodness of Fit (Q-Square)*

Tingkat kekuatan relevansi prediktif ini diklasifikasikan ke dalam tiga tingkatan objektif menurut [14], yaitu nilai Q^2 sebesar 0,02 mengindikasikan kemampuan prediksi yang kecil, nilai sebesar 0,15 termasuk kategori sedang, dan nilai sebesar 0,35 menunjukkan kemampuan prediksi yang besar. Melalui penerapan uji Q^2 ini, peneliti dapat memberikan pembuktian ilmiah yang komprehensif bahwa kerangka pemikiran TAM yang digunakan tidak hanya fit secara statistik di atas kertas, tetapi juga memiliki akurasi yang tinggi untuk memproyeksikan tren sikap dan niat perilaku nasabah di Jabodetabek dalam mengadopsi aplikasi m-BCA pada kondisi nyata

e. Uji Hipotesis (*Path Coefficient*)

Untuk menentukan apakah suatu hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima (didukung oleh data empiris) atau ditolak, peneliti menggunakan dua parameter statistik utama yang dihasilkan dari ketetapan *bootstrapping*, yaitu nilai *t-statistics* (uji-t) dan nilai probabilitas (*p-value*). Pengujian dilakukan secara dua arah (*two-tailed test*) dengan menetapkan tingkat signifikansi alpha sebesar 5% (0,05), yang merupakan standar baku dalam penelitian ilmu sosial dan manajemen. Berdasarkan ketentuan dari [14], sebuah jalur hubungan antar-variabel dinyatakan signifikan (hipotesis diterima) apabila:

1. Nilai *t-statistics* yang dihasilkan lebih besar dari nilai t-tabel standar, yaitu $> 1,96$ dan
2. Nilai *p-value* berada di bawah ambang batas kesalahan maksimal, yaitu $< 0,05$.

Secara operasional, aturan keputusan statistik ini akan diterapkan untuk menguji seluruh hipotesis linear TAM pada penggunaan m-BCA dalam penelitian ini. Jika koefisien jalur menunjukkan arah positif disertai nilai *t-statistics* $> 1,96$ dan *p-value* $< 0,05$ maka dapat disimpulkan secara ilmiah bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel eksogen terhadap variabel endogen, seperti pengaruh persepsi kemudahan terhadap sikap nasabah, maupun pengaruh sikap terhadap niat perilaku penggunaan berkelanjutan.

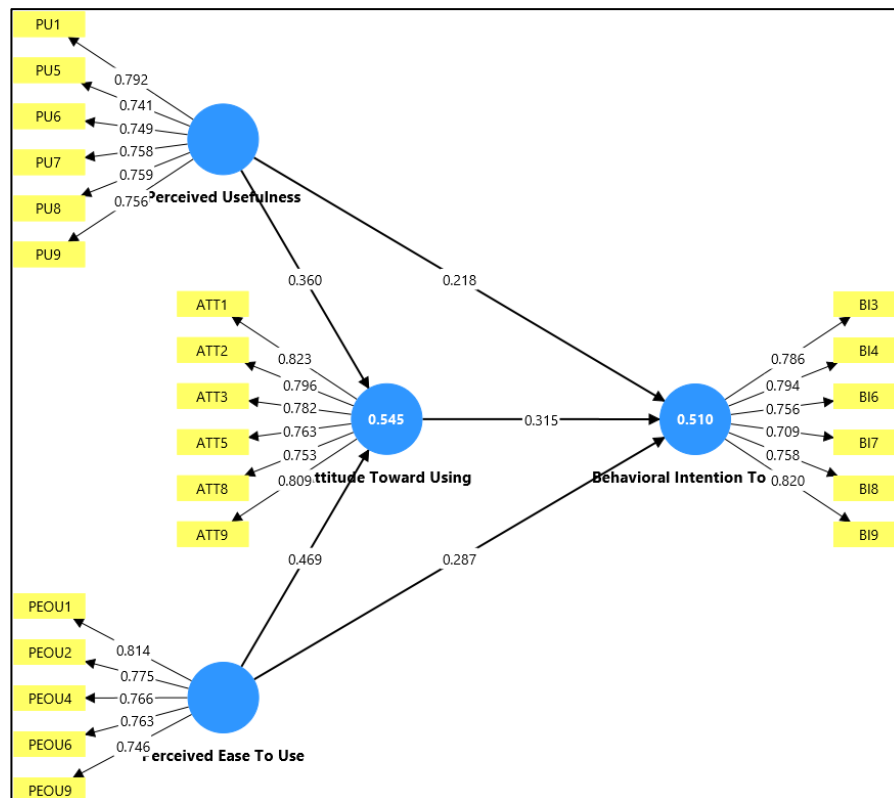
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Instrumen (Measurement Model / Outer Model)

3.1.1 Uji Validitas

1. *Convergent Validity*

Tahapan awal dalam evaluasi model pengukuran (*outer model*) dilakukan melalui pengujian *convergent validity* (validitas konvergen). Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh butir pernyataan atau indikator yang terikat pada suatu variabel benar-benar mengarah pada satu titik penafsiran yang sama, serta memiliki proporsi varians tinggi dalam merepresentasikan konstruk latennya. Secara metodologis, instrumen penelitian dinyatakan memenuhi syarat validitas konvergen yang ideal apabila nilai muatan faktor (*outer loading*) untuk setiap butir indikator berada di atas ambang batas 0,70 dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk masing-masing variabel telah melampaui standar minimal sebesar 0,50.



Gambar 1. Model Penelitian setelah Eliminasi

Sumber: *Output SmartPLS 4* (2026)

Pada gambar 1 merupakan data bersih setelah dilakukan proses eliminasi, item pernyataan yang dihapus terdapat pada variabel *perceived usefulness* yaitu item 2,3 dan 4. Variabel *perceived ease of use* terdapat item 3,5,7,8 lanjut variabel *attitude toward using* pada item 4,6,7 dan variabel *behavioral intention to use* terdapat item 1,2 dan 5. Berdasarkan hasil kalkulasi algoritma PLS yang ditunjukkan pada diagram jalur model struktural, diperoleh nilai koefisien determinasi untuk variabel endogen pertama, yaitu *attitude toward using* sebesar 0,545. Skor ini memberikan indikasi empiris bahwa sebesar 54,5% varians atau perubahan pada dinamika sikap nasabah di Jabodetabek dalam memanfaatkan aplikasi m-BCA dapat dijelaskan oleh variabel *perceived usefulness* dan *perceived ease to use*.

Selanjutnya, untuk variabel endogen utama yakni *behavioral intention to use*, nilai R² yang dihasilkan menunjukkan angka sebesar 0,510. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebesar 51,0% tinggi-rendahnya komitmen atau niat berkelanjutan nasabah untuk terus mengoperasikan m-BCA mampu diterangkan secara terpadu oleh kombinasi variabel *perceived usefulness*, *perceived ease to use*, serta variabel mediasi berupa *attitude toward using*.

Tabel 1. Hasil Pengujian *Convergent Validity*

	<i>Attitude Toward Using</i>	<i>Behavioral Intention To Use</i>	<i>Perceived Ease To Use</i>	<i>Perceived Usefulness</i>
ATT1	0.823			
ATT2	0.796			
ATT3	0.782			
ATT5	0.763			
ATT8	0.753			
ATT9	0.809			
BI3		0.786		
BI4		0.794		
BI6		0.756		
BI7		0.709		
BI8		0.758		
BI9		0.820		
PEOU1			0.814	
PEOU2			0.775	
PEOU4			0.766	
PEOU6			0.763	
PEOU9			0.746	
PU1				0.792
PU5				0.741
PU6				0.749
PU7				0.758
PU8				0.759
PU9				0.756

Sumber: *Ouput SmartPLS 4* (2026)

Dengan melakukan analisis setelah eliminasi, seluruh indikator yang tertera pada tabel 4.8 adalah valid karena berada diatas 0.7 dengan kesimpulan data ini sudah memenuhi syarat validitas konvergen dan dapat dilakukan untuk analisis berikutnya.

2. *Average Variance Extracted (AVE)*

Menurut standar baku statistik multivariat yang dikemukakan oleh Hair et al. (2021) model pengukuran dinyatakan memiliki validitas konvergen yang ideal dan kokoh apabila nilai AVE yang dihasilkan untuk setiap konstruk laten berada di atas ambang batas minimal yaitu > 0,50. Capaian nilai AVE yang melebihi angka 0,50 memberikan bukti empiris bahwa konstruk laten tersebut mampu menjelaskan lebih dai 50% varians dari seluruh indikator penyusunnya. Hasil estimasi nilai AVE dari pengolahan data primer menggunakan *software SmartPLS* untuk masing-masing variabel, yaitu *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward using*, dan *behavioral intention to use*, akan dirinci dan disajikan secara komprehensif pada bagian di bawah ini.

Tabel 2. Hasil Uji *Average Variance Extracted* (AVE)

	<i>Average variance extracted (AVE)</i>
<i>Attitude Toward Using</i>	0.621
<i>Behavioral Intention To Use</i>	0.595
<i>Perceived Ease To Use</i>	0.598
<i>Perceived Usefulness</i>	0.577

Sumber: *Ouput SmartPLS 4* (2026)

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS yang disajikan pada Tabel 2, diperoleh nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk masing-masing konstruk laten yang diuji dalam penelitian ini. Nilai AVE untuk variabel *Attitude Toward Using* tercatat sebesar 0,621, diikuti oleh variabel *Perceived Ease To Use* sebesar 0,598, dan variabel *Behavioral Intention To Use* sebesar 0,595. Sementara itu, konstruk *Perceived Usefulness* menghasilkan nilai AVE sebesar 0,577. Merujuk pada kriteria validitas konvergen yang dikemukakan oleh Hair et al. (2021), sebuah model pengukuran dinyatakan memenuhi syarat akurasi yang kokoh apabila nilai AVE dari setiap variabel laten berada di atas ambang batas minimal yaitu 0,5. Mengingat seluruh nilai AVE dalam penelitian ini secara konsisten berada di atas angka 0,5 maka dapat ditarik kesimpulan ilmiah bahwa seluruh konstruk laten telah memenuhi kriteria validitas konvergen pada tingkat ideal.

Nilai AVE pada konstruk *Attitude Toward Using* sebesar 0,621 mengindikasikan bahwa variabel sikap tersebut mampu menjelaskan 62,1% varians dari indikator-indikator penyusunnya, sedangkan sisanya disebabkan oleh kesalahan pengukuran (*error*). Karakteristik serupa juga ditunjukkan oleh ketiga konstruk lainnya yang berhasil menjelaskan lebih dari 50% variabilitas item indikatornya. Dengan demikian, pengujian ini membuktikan secara empiris bahwa seluruh indikator yang digunakan telah memusat secara valid dalam merepresentasikan masing-masing variabel penerimaan teknologi m-BCA di Jabodetabek.

3. *Discriminant Validity*

Pengujian validitas diskriminan dalam analisis *Variance-Based SEM* secara tradisional dievaluasi dengan mengadopsi metode *Fornell-Larcker Criterion*. Pendekatan ini bekerja dengan cara membandingkan nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* pada setiap konstruk laten dengan nilai koefisien korelasi antara konstruk tersebut dan konstruk lainnya di dalam model struktural.

Tabel 3. Hasil Uji *Discriminant Validity* (*Fornell-Larcker Criterion*)

	<i>Attitude Toward Using</i>	<i>Behavioral Intention To Use</i>	<i>Perceived Ease To Use</i>	<i>Perceived Usefulness</i>
<i>Attitude Toward Using</i>	0.788			
<i>Behavioral Intention To Use</i>	0.647	0.771		
<i>Perceived Ease To Use</i>	0.677	0.626	0.773	
<i>Perceived Usefulness</i>	0.630	0.582	0.576	0.759

Sumber: *Ouput SmartPLS 4* (2026)

Berdasarkan tabel 3 nilai diagonal menunjukkan angka yang lebih tinggi dibandingkan angka pada kolom dan baris yang sama. Dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini memenuhi kriteria menurut *Fornell-Larcker Criterion*.

4. Heterotrait-Monotrait (HTMT)

Aturan keputusan dalam metode HTMT didasarkan pada ambang batas tertentu untuk menentukan apakah dua konstruk laten benar-benar terpisah secara empiris. Merujuk pada kriteria konservatif yang dikemukakan oleh [14], validitas diskriminan dinyatakan ideal dan terpenuhi apabila nilai rasio korelasi HTMT antar-konstruk di dalam model berada di bawah angka 0,85. Namun, jika konstruk-konstruk yang diteliti secara konseptual memiliki kemiripan yang cukup dekat, batas toleransi maksimal yang digunakan adalah 0,90.

Tabel 4. Hasil Uji HTMT

	<i>Attitude Toward Using</i>	<i>Behavioral Intention To Use</i>	<i>Perceived Ease To Use</i>	<i>Perceived Usefulness</i>
<i>Attitude Toward Using</i>				
<i>Behavioral Intention To Use</i>	0.732			
<i>Perceived Ease To Use</i>	0.789	0.736		
<i>Perceived Usefulness</i>	0.725	0.675	0.681	

Sumber: *Ouput SmartPLS 4 (2026)*

Berdasarkan kriteria batasan formal yang dikemukakan oleh Hair et al. (2021), sebuah model struktural dinyatakan lolos uji validitas diskriminan dengan sempurna apabila seluruh nilai koefisien HTMT antar-variabel secara konsisten berada di bawah ambang batas yaitu $< 0,85$. Berdasarkan nilai indeks yang tertera pada tabel 4 angka yang tertera dibawah 0,85 maka hasil ini memberikan konfirmasi empiris yang sangat kuat bahwa tidak terdapat masalah konseptual di dalam model. Dengan kata lain, seluruh konstruk laten dalam penelitian adopsi m-BCA ini terbukti telah terdiskriminasi secara valid dan memenuhi syarat untuk dilanjutkan ke dalam tahapan pengujian hipotesis *inner model*.

3.2 Uji Reliabilitas

Merujuk pada standar metodologis yang dikemukakan oleh Hair et al. (2021) suatu konstruk laten dinyatakan memiliki reliabilitas yang sangat baik dan andal apabila nilai *Cronbach's Alpha* maupun *Composite Reliability* secara konsisten berada di atas ambang batas minimal, yaitu $> 0,70$. Hasil estimasi pengolahan data menggunakan *software* SmartPLS 4 untuk menguji keandalan seluruh variabel penelitian akan dirinci pada tabel dan penjelasan di bawah ini.

Tabel 5. Hasil Uji *Composite Realibilty* dan *Cronbach's Alpha*

	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho_a)</i>	<i>Composite reliability (rho_c)</i>
<i>Attitude Toward Using</i>	0.878	0.882	0.908
<i>Behavioral Intention To Use</i>	0.863	0.867	0.898
<i>Perceived Ease To Use</i>	0.831	0.832	0.881
<i>Perceived Usefulness</i>	0.853	0.854	0.891

Sumber: *Ouput SmartPLS 4 (2026)*

Merujuk pada ketentuan metodologi, suatu konstruk struktural dinyatakan memiliki internal konsistensi dan reliabilitas yang aman apabila nilai *Cronbach's Alpha* maupun *Composite Reliability* melampaui ambang batas minimal sebesar 0,70. Mengingat seluruh nilai koefisien pengujian dalam penelitian ini secara konsisten berada jauh di atas angka 0,70 maka dapat ditarik kesimpulan ilmiah bahwa seluruh instrumen pengukuran yang digunakan terbukti reliabel. Hasil ini memberikan jaminan

empiris item dalam kuesioner adopsi m-BCA ini memiliki tingkat stabilitas, sehingga valid untuk digunakan dalam tahapan pengujian hipotesis selanjutnya.

3.3 Uji Structural Model (*Inner Model*)

Setelah seluruh rangkaian evaluasi *outer model* dipastikan memenuhi kriteria validitas (konvergen dan diskriminan) serta reliabilitas konstruk yang disyaratkan, tahapan analisis data dilanjutkan dengan mengevaluasi model struktural atau yang dikenal sebagai *inner model*. Jika *outer model* berfokus pada hubungan antara indikator manifes dengan konstruk latennya, maka *inner model* bertujuan untuk menguji kekuatan prediksi model serta melihat pola hubungan kausalitas antar-konstruk laten yang telah dihipotesiskan dalam penelitian. Melalui evaluasi *inner model* ini arah dan signifikansi pengaruh dari variabel *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Using* serta implikasinya pada *Behavioral Intention To Use* aplikasi m-BCA dapat dibuktikan secara empiris.

1. Nilai R-Square (R^2)

Merujuk pada kriteria klasifikasi yang dikemukakan oleh Hair et al. (2021), interpretasi terhadap kekuatan nilai R^2 dibagi menjadi tiga tingkatan kuantitatif, yaitu nilai sebesar 0,67 masuk dalam kategori kuat, nilai sebesar 0,33 diklasifikasikan sebagai kategori moderat, dan nilai sebesar 0,19 dikelompokkan ke dalam kategori lemah. Hasil parameter R^2 untuk konstruk endogen *Attitude Toward Using* dan *Behavioral Intention To Use* pada aplikasi m-BCA akan dipaparkan pada bagian berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Nilai R-Square

	R-square	R-square adjusted
<i>Attitude Toward Using</i>	0.545	0.540
<i>Behavioral Intention To Use</i>	0.510	0.502

Sumber: *Ouput SmartPLS 4* (2026)

Berdasarkan hasil estimasi model struktural yang dirangkum pada Tabel 4.13, nilai koefisien determinasi (*R-Square*) untuk variabel endogen pertama, yaitu *Attitude Toward Using* (Sikap Penggunaan), tercatat sebesar 0,545 dengan nilai *R-Square Adjusted* sebesar 0,540. Angka koefisien ini menunjukkan secara empiris bahwa sebesar 54,5% variabilitas atau perubahan pada tingkat sikap nasabah dalam menggunakan aplikasi m-BCA mampu dijelaskan oleh variabel *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*.

Merujuk pada kriteria formal dari Hair et al. (2021), kontribusi prediktif variabel eksogen terhadap pembentukan sikap nasabah ini dikategorikan berada pada tingkat moderat. Capaian nilai koefisien determinasi sebesar 0,510 ini juga masuk ke dalam klasifikasi kekuatan moderat, yang menegaskan bahwa integrasi antar-konstruk di dalam *inner model* penelitian ini memiliki tingkat akurasi serta kelayakan estimasi yang baik untuk menjelaskan fenomena adopsi perbankan digital.

3.4 Uji f^2 Effect Size

Menurut aturan keputusan statistik multivariat yang dikemukakan oleh Hair et al. (2021), besaran ukuran dampak dari setiap jalur hubungan laten diklasifikasikan ke dalam tiga tingkatan ambang batas kuantitatif. Nilai f^2 sebesar 0,02 diinterpretasikan sebagai dampak yang lemah, nilai sebesar 0,15 dikategorikan sebagai dampak yang sedang, dan nilai yang menyentuh angka 0,35 dikelompokkan sebagai dampak yang kuat.

Tabel 7. Hasil Uji f^2 Effect Size

	<i>Attitude Toward Using</i>	<i>Behavioral Intention To Use</i>	<i>Perceived Ease To Use</i>	<i>Perceived Usefulness</i>
<i>Attitude Toward Using</i>		0.315		
<i>Behavioral Intention To Use</i>				
<i>Perceived Ease To Use</i>	0.469	0.435		
<i>Perceived Usefulness</i>	0.360	0.331		

Sumber: *Ouput SmartPLS 4* (2026)

Berdasarkan hasil kalkulasi algoritma PLS yang dirangkum pada Tabel 4.14, diperoleh nilai estimasi ukuran dampak (f -Square) untuk mendeteksi kontribusi parsial dari setiap konstruk eksogen terhadap konstruk endogen targetnya. Pada blok pemodelan struktural pertama dengan variabel target *Attitude Toward Using*, nilai f^2 yang dihasilkan oleh konstruk *Perceived Ease To Use* tercatat sebesar 0,469, sedangkan konstruk *Perceived Usefulness* menghasilkan nilai f^2 sebesar 0,360. Mengacu pada kriteria ambang batas efek dari Hair et al. (2021), kedua koefisien tersebut berada di atas angka 0,350. Temuan ini memberikan konfirmasi empiris bahwa baik kemudahan penggunaan maupun kegunaan fungsional aplikasi m-BCA memiliki pengaruh dalam membentuk preferensi sikap positif nasabah.

3.5 Analisis Goodness of Fit

Dalam analisis SmartPLS, pengujian kelayakan model dievaluasi secara ketat melalui beberapa parameter *Model Fit*, terutama nilai *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR) dan *Normed Fit Index* (NFI). Merujuk pada standar baku yang dikemukakan oleh Hair et al. (2021), model penelitian dinyatakan memiliki tingkat kecocokan yang baik apabila nilai SRMR yang dihasilkan berada di bawah ambang batas toleransi maksimal, yaitu $< 0,08$, serta nilai NFI yang idealnya mendekati atau berada di atas angka 0,90. Hasil kalkulasi indeks *Model Fit* dari *software* SmartPLS untuk menguji kelayakan pemodelan dalam penelitian ini akan dijabarkan pada tabel dan analisis di bawah ini.

Tabel 8. Hasil Analisis Goodness of Fit

	<i>Saturated model</i>	<i>Estimated model</i>
SRMR	0.060	0.060
NFI	0.836	0.836

Sumber: *Ouput SmartPLS 4* (2026)

Parameter pertama yang dievaluasi adalah nilai *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR), yang menunjukkan angka sebesar 0,060 baik pada kolom *Saturated Model* maupun *Estimated Model*. Dapat disimpulkan secara ilmiah bahwa kesalahan residual antara matriks korelasi yang diobservasi dengan matriks korelasi yang diimplikasikan oleh model berada pada tingkat yang sangat rendah, sehingga model ini dinyatakan layak.

Parameter kedua yang dianalisis adalah nilai *Normed Fit Index* (NFI), di mana hasil kalkulasi algoritma SmartPLS mencatatkan angka sebesar 0,836 untuk kedua model. Secara teoretis, indeks NFI bergerak pada rentang nilai 0 hingga 1, di mana nilai yang semakin mendekati angka 1 menggambarkan tingkat kesesuaian model yang semakin baik. Totalitas hasil uji *Model Fit* ini menegaskan bahwa kombinasi rangkaian *outer model* dan *inner model* aplikasi m-BCA ini telah terbukti stabil dan memiliki kelayakan konseptual yang memadai untuk digunakan sebagai instrumen generalisasi fenomena di lapangan.

3.6 Uji Hipotesis

Setelah seluruh rangkaian evaluasi terhadap model pengukuran dan model struktural dinyatakan memenuhi syarat validitas, reliabilitas, serta kelayakan model, maka tahapan inti analisis data dilanjutkan pada pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris kebenaran teoritis dari arah dan signifikansi hubungan kausalitas antar-konstruk laten yang telah dirumuskan pada bab sebelumnya. Mengingat metode *Partial Least Squares* bersifat non-parametrik yang tidak mengasumsikan data berdistribusi normal, maka penentuan tingkat signifikansi hubungan dilakukan melalui prosedur *resampling* mekanis yang dikenal dengan istilah prosedur *bootstrapping*.

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis

	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics (O/STDEV)</i>	<i>P values</i>
<i>Attitude Toward Using -> Behavioral Intention To Use</i>	0.315	0.310	0.079	3.999	0.000
<i>Perceived Ease To Use -> Attitude Toward Using</i>	0.469	0.468	0.080	5.860	0.000
<i>Perceived Ease To Use -> Behavioral Intention To Use</i>	0.287	0.289	0.062	4.665	0.000
<i>Perceived Usefulness -> Attitude Toward Using</i>	0.360	0.351	0.085	4.248	0.000
<i>Perceived Usefulness -> Behavioral Intention To Use</i>	0.218	0.225	0.072	3.019	0.003

Sumber: *Output SmartPLS 4 (2026)*

H1 Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Using*. Pengujian pada jalur hubungan *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Using* menghasilkan nilai koefisien arah (*original sample*) sebesar 0,360. Hubungan ini dinyatakan signifikan secara statistik karena nilai T statistic yang didapatkan berada pada angka 4,248 ($> 1,96$) dengan nilai P values mutlak sebesar 0,000 ($< 0,05$). Dengan demikian, disimpulkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap *Attitude Toward Using*. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi nasabah mengenai fungsionalitas, efisiensi waktu, dan efektivitas manfaat yang ditawarkan oleh m-BCA memegang peranan krusial dalam membentuk cara pandang serta penilaian sikap yang positif di tingkat pengguna.

H2 Pengaruh *Perceived Ease To Use* terhadap *Attitude Toward Using*. Berdasarkan data output, jalur hubungan antara *Perceived Ease To Use* terhadap *Attitude Toward Using* mencatatkan nilai *original sample* terkoreksi sebesar 0,469. Nilai T statistics untuk hubungan ini terbukti sangat kuat yaitu mencapai angka 5,860 ($> 1,96$) dengan perolehan nilai P values sebesar 0,000 ($< 0,05$). Skor statistik tersebut memberikan penegasan ilmiah bahwa *Perceived Ease To Use* memiliki pengaruh positif dan signifikan yang sangat masif terhadap pembentukan *Attitude Toward Using*. Realitas ini mencerminkan bahwa ketika nasabah merasa sistem antarmuka, navigasi, dan operasional transaksi m-BCA sangat mudah dipahami serta bebas dari kendala teknis yang rumit, maka secara psikologis akan langsung menumbuhkan preferensi sikap yang sangat mendukung terhadap keberadaan aplikasi tersebut.

H3 Pengaruh *Attitude Toward Using* terhadap *Behavioral Intention To Use*. Hasil pengujian menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,315 dengan arah hubungan yang bernilai positif. Nilai T statistics yang dihasilkan adalah sebesar 3,999 $> 1,96$ dengan nilai P values sebesar 0,000 $< 0,05$.

Temuan empiris ini membuktikan bahwa *Attitude Toward Using* berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap *Behavioral Intention To Use* aplikasi m-BCA. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin positif, terbuka, dan baik kecenderungan sikap yang dirasakan oleh nasabah di Jabodetabek, maka akan mendorong peningkatan niat atau komitmen perilaku untuk terus memanfaatkan platform perbankan digital tersebut secara berkelanjutan.

H4 Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention To Use*. Terakhir, untuk pengujian pengaruh langsung antara variabel *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention To Use*, diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,218. Jalur struktural ini dinyatakan memenuhi syarat signifikansi dengan nilai T statistics tercatat sebesar 3,019 ($> 1,96$) dan nilai P values sebesar 0,003, di mana angka tersebut berada di bawah ambang toleransi maksimal 0,05. Hasil uji ini memberikan validasi empiris bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan langsung terhadap *Behavioral Intention To Use*. Skor ini mengonfirmasi bahwa kegunaan nyata yang dirasakan oleh nasabah dalam membantu produktivitas transaksi perbankan menjadi salah satu motor penggerak utama yang menjamin niat untuk tidak beralih ke *platform* perbankan kompetitor lain.

H5 Pengaruh *Perceived Ease To Use* terhadap *Behavioral Intention To Use*. Estimasi statistik untuk pengaruh langsung *Perceived Ease To Use* terhadap *Behavioral Intention To Use* menghasilkan nilai koefisien jalur sebesar 0,287. Jalur hubungan ini terbukti signifikan yang ditandai oleh perolehan skor T statistic sebesar 4,665 ($> 1,96$) serta nilai P values sebesar 0,000 ($< 0,05$). Hasil ini membuktikan secara empiris bahwa *Perceived Ease To Use* berpengaruh positif dan signifikan langsung terhadap *Behavioral Intention To Use*. Artinya, faktor kemudahan penggunaan tidak hanya berhenti pada pembentukan emosi sikap nasabah saja, melainkan juga mampu memicu niat dan tindakan nyata nasabah untuk terus mengoperasikan aplikasi m-BCA dalam aktivitas keuangan harian.

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis *Special Indirect Effects*

	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics (O/STDEV)</i>	<i>P values</i>
<i>Perceived Ease To Use -> Attitude Toward Using -> Behavioral Intention To Use</i>	0.148	0.145	0.044	3.358	0.001
<i>Perceived Usefulness -> Attitude Toward Using -> Behavioral Intention To Use</i>	0.114	0.110	0.041	2.750	0.006

Sumber: *Ouput SmartPLS 4* (2026)

H6 *Attitude Toward Using* dalam Memediasi Pengaruh *Perceived Ease To Use* terhadap *Behavioral Intention To Use*. Hasil estimasi menunjukkan bahwa nilai koefisien pengaruh tidak langsung untuk jalur ini tercatat sebesar 0,148 dengan arah yang bernilai positif. Jalur mediasi ini terbukti signifikan secara statistik karena menghasilkan nilai T statistics sebesar 3,358, yang nilainya jauh melampaui ambang batas minimal 1,96. Hubungan ini diperkuat oleh nilai P values yang menunjukkan angka 0,001 ($< 0,05$). Temuan ilmiah ini mengonfirmasi bahwa variabel *Attitude Toward Using* secara valid mampu bertindak sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara kemudahan penggunaan terhadap niat perilaku nasabah. Mengingat pengaruh langsung dari *Perceived Ease To Use* ke *Behavioral Intention To Use* sebelumnya juga terbukti signifikan (sebesar 0,287), maka sifat mediasi yang terbentuk dalam kerangka kerja ini diklasifikasikan sebagai mediasi sebagian (*partial mediation*). Realitas empiris ini bermakna bahwa tingkat kemudahan operasional m-BCA dapat mendorong niat nasabah untuk terus menggunakannya secara langsung, namun daya dorong tersebut akan menjadi jauh lebih kokoh dan

optimal apabila mampu diakselerasi melalui pembentukan respon sikap yang positif terlebih dahulu di dalam benak nasabah.

H7 Attitude Toward Using dalam Memediasi Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Behavioral Intention To Use. Selanjutnya, untuk pengujian pada jalur tidak langsung antara variabel *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention To Use* melalui *Attitude Toward Using*, didapatkan nilai koefisien arah (*original sample*) sebesar 0,114. Hubungan tidak langsung ini dinyatakan signifikan karena perolehan skor T statistics berada pada angka 2,750 ($> 1,96$) dengan nilai P values sebesar 0,006, yang berada di bawah toleransi kesalahan maksimal 0,05. Hasil uji statistik ini memberikan konfirmasi nyata bahwa *Attitude Toward Using* secara signifikan memediasi pengaruh kegunaan fungsional terhadap niat perilaku nasabah m-BCA di Jabodetabek. Mengacu pada fakta bahwa pengaruh langsung dari *Perceived Usefulness* ke *Behavioral Intention To Use* juga bernilai signifikan (sebesar 0,218), maka mekanisme intervensi ini juga dikategorikan ke dalam bentuk mediasi sebagian (*partial mediation*). Secara substantif, hasil ini memberikan landasan teori yang kuat bahwa persepsi nasabah mengenai manfaat nyata m-BCA dalam mempermudah produktivitas keuangan harian tidak hanya memicu niat adopsi secara instan, melainkan juga bekerja secara sistematis dengan cara mengelevasi kenyamanan emosional dan sikap setuju nasabah sebelum bertransformasi menjadi komitmen perilaku jangka panjang.

4. KESIMPULAN

Perceived Usefulness berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap *Attitude Toward Using* aplikasi m-BCA. Jalur ini merupakan hubungan paling dominan di dalam model struktural, membuktikan bahwa simplisitas sistem dan kemudahan navigasi antarmuka adalah faktor kunci penentu lahirnya kenyamanan sikap nasabah. *Perceived Ease To Use* berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap *Behavioral Intention To Use* aplikasi m-BCA. Kepraktisan operasional terbukti mampu menstimulasi intensi penggunaan nasabah secara pragmatis tanpa keraguan teknis. *Attitude Toward Using* berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap *Behavioral Intention To Use* aplikasi m-BCA. Evaluasi afektif dan respon sikap yang positif dari nasabah menjadi determinan psikologis utama yang memperkuat niat untuk terus menggunakan aplikasi dalam jangka panjang. *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap *Attitude Toward Using* aplikasi m-BCA. Nilai manfaat, efisiensi waktu, dan fungsionalitas fitur *m-banking* terbukti efektif memvalidasi ekspektasi nasabah sehingga menumbuhkan apresiasi sikap mendukung. *Perceived Ease To Use* berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap *Behavioral Intention To Use* aplikasi m-BCA. Kepraktisan operasional terbukti mampu menstimulasi intensi penggunaan nasabah secara pragmatis tanpa keraguan teknis. *Attitude Toward Using* terbukti secara signifikan memediasi sebagian (*partial mediation*) pengaruh *Perceived Ease To Use* terhadap *Behavioral Intention To Use*. Kemudahan operasional aplikasi akan melahirkan niat penggunaan yang jauh lebih kokoh dan optimal ketika berhasil diakselerasi melalui pembentukan preferensi sikap mendukung di dalam benak nasabah. *Attitude Toward Using* terbukti secara signifikan memediasi sebagian (*partial mediation*) pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention To Use*. Manfaat fungsional m-BCA tidak hanya memicu intensi adopsi secara spontan, melainkan bekerja secara sistematis dengan cara mengelevasi kenyamanan emosional nasabah sebelum bertransformasi menjadi komitmen perilaku.

REFERENSI

- [1] Siregar, A. A. H., Apriliani, R. R., & Nurhasanah, N. (2025). Analisis korelasi statistik antara populasi jumlah penduduk dan pengguna internet di Indonesia. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 4776–4781. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2684>

- [2] Safdar, G. A., Bahja, M., & Muhammad, M. (2025). *Internet of things to internet of humans: A perception. Human-Centric Intelligent Systems*, 5(2), 259–268. <https://doi.org/10.1007/s44230-025-00100-x>
- [3] Tri Wahyuni, Eliza Noviriani, & Roshani, R. (2025). Determinan minat mahasiswa akuntansi dalam menggunakan *mobile banking* (studi kasus di politeknik negeri sambas). *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Teknologi Informasi Akuntansi*, 6(1), 14–25. <https://doi.org/10.36085/jakta.v6i1.8266>
- [4] Jati, L. J., Talidobel, S., & Wardi, P. A. (2025). Pengaruh transaksi perbankan elektronik (*electronic banking*) terhadap pengguna aplikasi *mobile banking* (*m-banking*) Bank Central Asia. *Economist: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(4), 10–16. <https://doi.org/10.63545/economist.v2i4.39>
- [5] Indrati, A., & Saputra, B. (2023). Analisis usability layanan bca *mobile banking* berdasarkan persepsi pengguna menggunakan *heuristic evaluation*.
- [6] Firdaus, M. A., & Dananjaya, I. (2024). Pengaruh kualitas layanan, kemudahan dan keamanan terhadap kepuasan nasabah BCA *mobile*.
- [7] Suteja, B., & Ariasih, M. P. (2025). Pengaruh kualitas layanan dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan nasabah pada pengguna *mobile banking* BCA. *prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 344–350. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v7i1.83299>
- [8] Ramadhan, G., Rosyada, & Indari, Y. (2025). Determinasi kepuasan mahasiswa pengguna *mobile banking* Syariah melalui *perceived usefulness* dan *ease of use*, 2.
- [9] Rahmawati S, Marsasi E. (2025). *Ease of use and attitude to optimize purchase intention: study of ride-hailing consumers. Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*.
- [10] Salim, M. I. (2026). Penyusunan kerangka konseptual dan definisi operasional konstruk atau variabel penelitian kualitatif dan kuantitatif, 1.
- [11] Simamora, B. (2022). Skala likert, bias penggunaan dan jalan keluarnya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 84–93. <https://doi.org/10.46806/jman.v12i1.978>
- [12] Sugiyono. (2023). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan *R&D* (Sutopo, Ed.).
- [13] Campbell, S., Greenwood, M., Prior, S., Shearer, T., Walkem, K., Young, S., Bywaters, D., & Walker, K. (2020). *Purposive sampling: complex or simple? research case examples. Journal of Research in Nursing*, 25(8), 652–661. <https://doi.org/10.1177/1744987120927206>
- [14] Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (pls-sem) using r. springer international publishing*. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- [15] Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). Partial least squares I konsep teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 4 0.
- [16] Aprilia, A. R., & Santoso, T. (2020). Pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *attitude towards using* terhadap *behavioural intention to use* pada aplikasi ovo , 8.