E-ISSN: 3030-9905
DOI: doi-No.
Received: 10/01/2024, Revised: 22/01/2024, Publish: 25/01/2024

ANALISIS ADOPSI TEKNOLOGI BANK DIGITAL DENGAN UTAUT2 DAN TRUST PENDUDUK JAKARTA

David Teguh Hamonangan Sirait[1], Deki Satria[2], Hasan Basri[3]
[1]Bisnis Digital, Universitas Siber Indonesia, Indonesia, hamonangandavid15@gmail.com
[2]Universitas Telkom, Indonesia, dekisatria@telkomuniversity.ac.id
[3]Universitas Siber Indonesia, Indonesia, basrihasan@cyber-univ.ac.id

Korespondensi: Deki Satria[1]

Abstract: Digital banking represents a new era unfolding today reaching 47.7 million users by 2021 with significant growth projected. This success is driven by the widespread adoption of technology. Trust is key in the long-term relationship between users and digital banks. DKI Jakarta is a province with good digital literacy and high awareness of the presence of digital banks. This study aims to analyze the digital bank adoption of Jakarta residents using UTAUT2 and Trust. With a quantitative approach and a sample of 152 respondents, data analysis was conducted using PLS-SEM. The research findings show that habits and trust have a significant effect on usage intention, and intention and habits significantly influence usage behavior.

Keywords: Digital Bank, UTAUT2, Trust, PLS-SEM

Abstrak: Bank digital mewakili era baru yang berlangsung saat ini mencapai 47,7 juta pengguna pada 2021 dengan proyeksi pertumbuhan yang signifikan. Keberhasilan ini didorong oleh adopsi teknologi yang meluas. Kepercayaan menjadi kunci dalam hubungan jangka panjang antara pengguna dan bank digital. DKI Jakarta merupakan provinsi dengan literasi digital yang baik dan kesadaran yang tinggi terhadap kehadiran bank digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis adopsi bank digital penduduk Jakarta menggunakan UTAUT2 dan Kepercayaan. Dengan pendekatan kuantitatif dan sampel 152 responden, analisis data dilakukan menggunakan PLS-SEM. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kebiasaan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan, serta niat dan kebiasaan memengaruhi perilaku penggunaan secara signifikan.

Kata Kunci: Bank Digital, UTAUT2, Kepercayaan, PLS-SEM

PENDAHULUAN

Dalam menjalani aktivitas sehari-hari, manusia kini sangat bergantung pada teknologi, yang memberikan kemudahan melalui berbagai inovasi. Lingkungan teknologi modern yang terus berkembang mendorong unit ekonomi untuk melakukan transformasi digital. Transformasi ini mendorong sektor perbankan untuk menyajikan layanan terkini melalui platform elektronik seperti e-banking dan perbankan virtual, dengan tujuan mengurangi biaya operasional. Setidaknya tiga kali lebih banyak biaya investasi teknologi informasi dihabiskan oleh industri perbankan di seluruh dunia dibandingkan industri lain secara keseluruhan (Kitsios et al., 2021).

Digitalisasi dan inovasi merubah model bisnis bank, memaksa adaptasi dalam interaksi dengan nasabah, operasional, dan kesiapan menghadapi dinamika masa depan. Teknologi informasi dan

telekomunikasi mengubah cara bank berinteraksi dengan nasabah dan regulator. Big data menjadi kunci dalam menganalisis profil nasabah dan menilai risiko. Bank memiliki sumber informasi besar tentang nasabah, memungkinkan mereka membantu dalam pengambilan keputusan pembelian, timing, dan lokasi dalam kehidupan komersial (Berges et al., 2014).

Era perbankan saat ini ditandai oleh kenaikan Bank digital, yang terbagi menjadi bank konvensional yang bertransformasi dan bank fully digital (Direktorat PKN, 2022). Nilai transaksi bank digital terus meningkat dengan capaian sebesar Rp 27,4 ribu triliun pada 2020 dan naik hampir 50% menjadi Rp 40 ribu triliun pada tahun berikutnya (Karnadi, 2022b). Proyeksi Bank Indonesia untuk 2022 sebesar Rp 48 ribu triliun nyatanya terlampaui dengan jumlah transaksi mencapai Rp 52,5 triliun. Peningkatan ini didorong oleh preferensi daring masyarakat dalam berbelanja, didukung oleh akses luas dan kemudahan pembayaran digital (Rahayu & Djumena, 2023). Indonesia menempati peringkat kedua secara global dengan 47,7 juta pengguna bank digital pada tahun 2021. Survei Finder dan laporan McKinsey mengungkapkan bahwa 78% pengguna bank digital aktif menggunakan layanan tersebut setiap hari, dengan proyeksi pemilik rekening mencapai 75 juta pada 2026 (Iskandar, 2023; Karnadi, 2022a)

Kepercayaan sangat krusial dalam layanan keuangan termasuk bank digital. Kepercayaan mencakup kemampuan, integritas, dan kebajikan yang memengaruhi hubungan jangka panjang dengan pengguna. Eksistensi bank bergantung pada kepercayaan masyarakat sebagai pemilik kekayaan. Kurangnya kepercayaan dapat menghambat penyimpanan dana di bank. Kepercayaan pada bank digital tergantung pada kemampuan, integritas, dan kebajikan perusahaan. Kejadian seperti praktik social engineering pada Jenius menunjukkan pentingnya evaluasi untuk mempertahankan kepercayaan dalam perbankan digital (Intan & Zuraya, 2021; Kwateng et al., 2018; Putera, 2020).

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui faktor pendorong orang banyak mengadopsi dan menggunakan bank digital berdasarkan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* yang diciptakan oleh Venkatesh dan peneliti lainnya pada tahun 2012 dengan tambahan konstruk kepercayaan terhadap niat penggunaan dan perilaku penggunaan pengguna bank digital di Jakarta serta pengaruh variabel moderasi usia, jenis kelamin, dan pengalaman.

Penelitian ini difokuskan di Jakarta, provinsi dengan indeks literasi digital tertinggi menurut survei (Kominfo & Katadata, 2022). Jakarta unggul sebagai salah satu wilayah elit adalah kesadaran tinggi terhadap keberadaan bank digital (Angelia, 2022). Dengan dasar data ini, penelitian difokuskan pada pengguna bank digital di Jakarta.

TINJAUAN LITERATUR

Bank Digital

Bank Digital adalah bank berbadan hukum Indonesia yang melakukan dan menjalankan kegiatan usaha secara elektronik, tanpa menyediakan kantor fisik di luar kantor pusat atau tidak memiliki kantor fisik. Bank digital dapat didirikan sebagai bank baru, yaitu bank digital itu sendiri, atau dari bank konvensional menjadi bank digital (OJK, 2021).

Faktor peluang digital, perilaku digital, dan transaksi digital menjadi pendorong pengembangan bank digital di Indonesia untuk memenuhi tuntuan digitalisasi perbankan. Hal ini juga didukung bahwa Indonesia memiliki potensi besar dalam menyerap arus digitalisasi. (OCBC NISP, 2022).

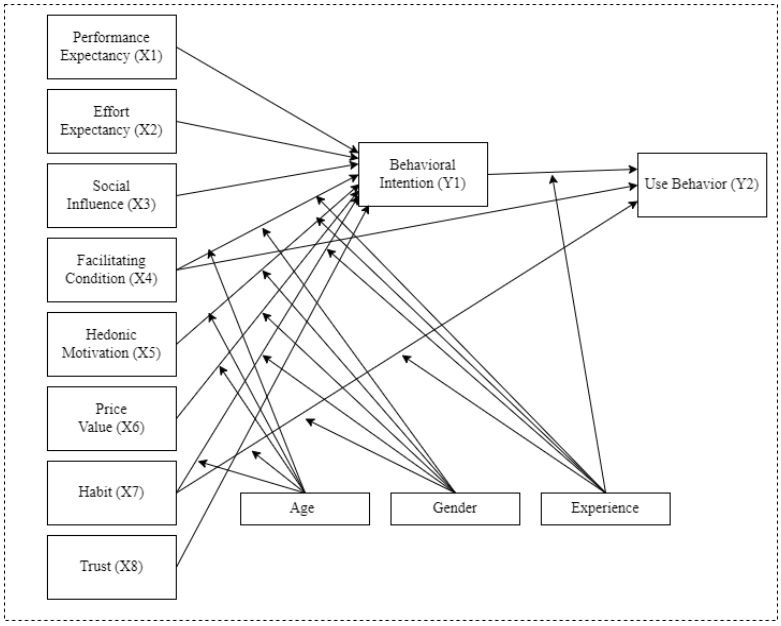
Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)

Venkantesh dan peneliti lainnya mengembangkan UTAUT2 pada tahun 2012. Konstruk yang mempengaruhi mempengaruhi niat menggunakan teknologi dalam UTAUT2 yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga,

dan kebiasaan. UTAUT2 digunakan untuk menganalisa dan mengukur penerimaan suatu teknologi di sisi konsumen sebagai pengguna teknologi Selain itu, terdapat variabel moderasi seperti age, gender, dan experience (Venkatesh et al., 2012).

Trust

Kepercayaan didefinisikan sebagai kredibilitas yang dirasakan (Sankaran & Chakraborty, 2021). Kepercayaan (*Trust*) merupakan kemauan seseorang untuk terus menggunakan aplikasi online berdasarkan harapan positif terhadap layanan di masa mendatang. Tiga dimensi kepercayaan melibatkan kemampuan penyedia layanan, integritas dalam memenuhi janji, dan kebajikan dengan memperhatikan kepentingan pengguna. Melalui pemahaman dan pembangunan kepercayaan ini, bisnis dapat menciptakan lingkungan positif untuk penggunaan berkelanjutan dalam ekosistem online (Zhou, 2012).



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

***Partial Least Square Structural Equation Modelling* (PLS-SEM)**

PLS-SEM adalah alternatif untuk analisis SEM yang terdiri dari model pengukuran dan model structural PLS-SEM tidak memerlukan distribusi normal, berbeda dengan CB-SEM (Sarwono & Narimawati, 2015). CB-SEM menggunakan variabel *observed* dan *unobserved*, sementara SEM-PLS hanya menggunakan variabel *unobserved*. Dalam model struktural, PLS-SEM mendukung pembuatan model kompleks dengan banyak konstruk dan indikator, dengan satu arah rekursif (Ghozali, 2021).

Abdillah dan Hartono menjelaskan bahwa penilaian model PLS dilakukan melalui analisis *Outer* dan *Inner Model*, yang dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Analisis *Outer Model*

a) Validitas Konvergen: Memastikan hubungan yang kuat pada item yang mengukur konstruk dengan nilai *outer loading* (>0,7), *communality* (>0,5), dan *average variance extracted* (>0,5).
b) Validitas Diskriminan: Memeriksa *cross-loading* (>0,7) antara konstruk yang berbeda, serta membandingkan akar AVE dengan korelasi antar konstruk.
c) Reliabilitas: Uji konsistensi internal menggunakan *Cronbach's alpha* dan *composite reliability*, dengan nilai minimum >0,7.

b. Analisis *Inner Model*

Menggunakan R-kuadrat untuk konstruk dependen dan nilai t pada koefisien jalur untuk menguji signifikansi antar konstruk. R-kuadrat mengukur sejauh mana variabel independen menjelaskan variabel dependen, dengan kualitas prediksi meningkat seiring peningkatan R-kuadrat. Meskipun demikian, R-kuadrat bukan parameter mutlak. Dasar teoritis dan nilai koefisien jalur (t-statistic >1,96 untuk hipotesis two-tailed, >1,64 untuk hipotesis one-tailed pada alpha 5% dan power 80%) menjadi faktor penting (Abdillah & Hartono, 2015).

METODE

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Angka menjadi alat dalam teknik penelitian kuantitatif untuk mendefinisikan dan mendeskripsikan pengetahuan. Teknik kuantitatif ini memanfaatkan pengukuran dan pengujian teori (Saibil et al., 2022). Penelitian ini menganalisis pengaruh variabel-variabel yang sudah digambarkan pada kerangka penelitian dalam bentuk hipotesis berdasarkan teori UTAUT2 dengan tambahan konstruk kepercayaan.

H1: *Performance expectancy* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan bank digital
H2: *Effort expectancy* berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan bank digital
H3: *Social influence* berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan bank digital
H4: *Facilitating condition* berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan bank digital
H4a: *Facilitating condition* berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan bank digital
H4b: Apakah variabel *facilitating condition* terhadap niat penggunaan dipengaruhi oleh usia sebagai moderator?
H4c: Apakah variabel *facilitating condition* terhadap niat penggunaan dipengaruhi oleh jenis kelamin sebagai moderator?
H4d: Apakah variabel *facilitating condition* terhadap niat penggunaan dipengaruhi oleh pengalaman sebagai moderator?
H5: *Hedonic motivation* memiliki signifikan terhadap niat penggunaan bank digital
H5a: Apakah variabel *hedonic motivation* terhadap niat penggunaan dipengaruhi oleh usia sebagai moderator?
H5b: Apakah variabel *hedonic motivation* terhadap niat penggunaan dipengaruhi oleh jenis kelamin sebagai moderator?
H5c: Apakah variabel *hedonic motivation* terhadap niat penggunaan dipengaruhi oleh pengalaman sebagai moderator?
H6: *Price value* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan bank digital
H6a: Apakah variabel *price value* terhadap niat penggunaan dipengaruhi oleh usia sebagai moderator?
H6b: Apakah variabel *price value* terhadap niat penggunaan dipengaruhi oleh jenis kelamin sebagai moderator?
H7: *Habit* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan bank digital
H7a: *Habit* memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunaan bank digital
H7b: Apakah variabel *habit* terhadap niat penggunaan dipengaruhi oleh usia sebagai moderator?
H7c: Apakah variabel *habit* terhadap niat penggunaan dipengaruhi oleh jenis kelamin sebagai moderator?
H7d: Apakah variabel *habit* terhadap niat penggunaan dipengaruhi oleh pengalaman sebagai moderator?
H7e: Apakah variabel *habit* terhadap perilaku penggunaan dipengaruhi oleh usia sebagai moderator?
H7f: Apakah variabel *habit* terhadap perilaku penggunaan dipengaruhi oleh jenis kelamin sebagai moderator?

H7g: Apakah variabel *habit* terhadap perilaku penggunaan dipengaruhi oleh pengalaman sebagai moderator?
H8: Kepercayaan (*Trust*) memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan bank digital
H9: Niat penggunaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan bank digital
H9a: Apakah variabel niat penggunaan terhadap perilaku penggunaan dipengaruhi oleh pengalaman sebagai moderator?

Berikut merupakan item-item penelitian yang diturunkan dari indikator masing-masing variabel. Terdapat 41 item pernyataan pada penelitian ini yang dapat dilihat pada tabel 1.
Subjek penelitian adalah pengguna bank digital penduduk Jakarta dengan cakupan geografis meliputi wilayah Jakarta bagian utara, selatan, tengah, timur, dan barat serta Kepulauan seribu. Sedangkan jenis sampling yang dipilih yakni metode purposive sampling dimana pemilihan sampel mempertimbangkan berbagai faktor (Sugiyono, 2013), dimana kriteria responden yang akan dijadikan sampel adalah nasabah bank digital karena penelitian ini meneliti tingkat penerimaan masyarakat Jakarta terhadap teknologi perbankan digital.

Peneliti mengumpulkan data melalui survei kepada para partisipan. Untuk mengumpulkan data tersebut, dilakukan penyebaran kuesioner dengan skala likert sangat tidak setuju ditandai 1 hingga sangat setuju ditandai 5. Penelitian ini menggunakan SEM, yang biasanya digunakan untuk meneliti banyak hubungan serta hubungan moderasi, diturunkan dari pendekatan analisis jalur dan metode regresi. Dengan menggunakan alat bantu SmartPLS, data diolah dan disajikan dalam dua tahap, yaitu Analisis *Outer Model* dan *Inner Model*.

Tabel 1 Item Pernyataan

Kode	Pernyataan
Ekspektasi Kinerja (Performance Expectancy)	
PE1	Saya merasa Bank Digital berguna dalam kehidupan sehari-hari
PE2	Menggunakan Bank Digital membantu meningkatkan produktivitas saya
PE3	Menggunakan Bank Digital dapat meningkatkan peluang untuk mencapai hal-hal penting bagi saya
PE4	Menggunakan Bank Digital membantu saya dalam menyelesaikan pekerjaan lebih cepat
PE5	Menggunakan Bank Digital meningkatkan kesempatan saya untuk mendapatkan berbagai penawaran
Ekspektasi Usaha (Performance Expectancy)	
EE1	Belajar menggunakan Bank Digital adalah hal yang mudah bagi saya
EE2	Antarmuka Bank Digital jelas dan mudah dipahami
EE3	Saya merasa Bank Digital mudah digunakan
EE4	Saya mahir menggunakan Bank Digital dengan mudah dan cepat
EE5	Saya menemukan beberapa fitur yang membingungkan
Pengaruh Sosial (Social Influence)	
SI1	Orang-orang yang penting bagi saya menyarankan saya untuk menggunakan Bank Digital
SI2	Orang-orang yang mempengaruhi perilaku saya menyarankan saya untuk menggunakan Bank Digital
SI3	Saya menggunakan Bank Digital atas dasar rekomendasi dari orang yang saya percayai
SI4	Saya menggunakan Bank Digital dengan mempertimbangkan image Perusahaan, Produk dan Penggunanya
Kondisi Pendukung (Facilitating Conditions)	
FC1	Saya memiliki fasilitas yang diperlukan dalam menggunakan Bank Digital
FC2	Saya mempunyai pengetahuan yang dibutuhkan untuk menggunakan Bank Digital
FC3	Bank Digital kompatibel dengan teknologi lain yang saya gunakan

FC4	Saya mendapatkan bantuan dari helpdesk/petugas bank Ketika mendapatkan kesulitan dalam menggunakan Bank Digital
Motivasi Hedonis (Hedonic Motivation)	
HM1	Menggunakan Bank Digital sangat menyenangkan bagi saya
HM2	Fitur yang ada pada Bank Digital sangat membantu
HM3	Saya terhibur dengan adanya fitur potongan harga pada Bank Digital
HM4	Saya merasa nyaman saat menggunakan Bank Digital
Nilai Harga (Price Value)	
PV1	Bank Digital menerapkan biaya administrasi yang terjangkau
PV2	Menggunakan Bank Digital memiliki biaya layanan yang relatif terjangkau dibandingkan lainnya
PV3	Penggunaan Bank Digital menghemat uang dan waktu saya
PV4	Dengan value yang diberikan, Bank Digital memiliki nilai yang baik
Kebiasaan (Habit)	
HT1	Menggunakan Bank Digital sudah menjadi kebiasaan saya
HT2	Saya kecanduan menggunakan Bank Digital
HT3	Saya harus menggunakan Bank Digital
HT4	Menggunakan Bank Digital sudah menjadi hal wajar bagi saya
Kepercayaan (*Trust*)	
TR1	Saya Percaya terhadap Bank Digital dalam melakukan kegiatan finansial
TR2	Saya percaya Bank Digital mampu melindungi privasi saya ketika melakukan kegiatan finansial
TR3	Saya percaya Bank Digital dapat diandalkan, terutama berkaitan dengan kepentingan saya sebagai pengguna
TR4	Saya percaya Bank Digital tidak akan menipu saya
TR5	Saya percaya Bank Digital menjaga dengan baik data pribadi saya
Niat Penggunaan (*Behavioral Intention)*	
BI1	Saya bermaksud untuk terus menggunakan Bank Digital di masa yang akan datang
BI2	Saya akan selalu mencoba menggunakan Bank Digital dalam kehidupan sehari-hari
BI3	Saya berencana untuk melanjutkan penggunaan Bank Digital sesering mungkin
Perilaku Penggunaan (*Use Behavior)*	
UB1	Saya menggunakan lebih dari satu fitur
UB2	Saya sering menggunakan fitur bank digital tersebut
UB3	Saat ini saya lebih sering menggunakan Bank Digital dibandingkan Layanan keuangan lain

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Data terkumpul sebanyak 215 responden dari seluruh wilayah Jakarta. Namun hanya 152 responden yang memenuhi kriteria, sedangkan sisanya tidak. Dari 152 responden, perempuan mendominasi dengan jumlah 109 responden, laki-laki sebanyak 43. Berdasarkan usia, responden dengan usia 19-22 paling banyak dengan jumlah 77 responden hingga 0 responden di kisaran usia 37-42 dan >55 tahun. Wilayah dengan jumlah responden terbanyak dalam penelitian ini adalah Jakarta Selatan dengan 56 responden hingga paling sedikit Kepulauan seribu dengan 1 responden. Adapun tiga teratas bank digital paling banyak yang digunakan adalah Seabank dengan 45 responden, Bank Jago 30 responden, dan Jenius 23 Responden. Responden penelitian ini paling banyak menggunakan fitur menabung dengan 75 responden.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Average Variance Extracted (AVE) digunakan dalam mengukur validitas ini. Dengan nilai minimum >0,5 maka tabel di bawah menunjukkan bahwa variabel laten dikategorikan valid.

Tabel 2 Nilai AVE

Variabel	*Average Variance Extracted* (AVE)	Keterangan
Performance Expectancy (PE)	0.758	Valid
Effort Expectancy (EE)	0.739	Valid
Social Influence (SI)	0.774	Valid
Facilitating Condition (FC)	0.686	Valid
Hedonic Motivation (HM)	0.717	Valid
Price Value (PV)	0.698	Valid
Habit (H)	0.627	Valid
Trust (TR)	0.804	Valid
Behavioral Intention (BI)	0.756	Valid
Use Behavior (UB)	0.731	Valid

Sumber: data primer diolah, 2023

Uji reliabilitas pada tabel di bawah menunjukkan bahwa nilai lebih dari 0,7 sehingga dapat dikategorikan reliabel. Berdasarkan hasil uji validitas serta uji reliabilitas melebihi standar minimum yang ditetapkan.

Tabel 3 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Variabel	*Cronbach's alpha*	Composite reliability
Behavioral Intention (BI)	0.864	0.917
Effort Expectancy (EE)	0.878	0.911
Facilitating Condition (FC)	0.791	0.878
Habit (H)	0.854	0.901
Hedonic Motivation (HM)	0.845	0.894
Performance Expectancy (PE)	0.764	0.864
Price Value (PV)	0.833	0.886
Social Influence (SI)	0.887	0.930
Trust (TR)	0.840	0.892
Use Behavior (UB)	0.794	0.879

Sumber: data primer diolah, 2023

Uji Model Struktural

Bagian ini menganalisis hipotesis penelitian dengan memberikan gambaran hubungan antara variabel laten dalam suatu model. Hipotesis satu ekor (one tailed) digunakan dalam penelitian ini dengan tingkat signifikansi 5% dalam menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya. Diketahui bahwa t-tabel 5% adalah 1,655. Pada tabel di atas, H7, H7a, H8, dan H9 diterima dikarenakan memiliki hubungan signifikan yaitu nilai t-statistik >1,655.

Tabel 4 Nilai *Path Coefficient*

Hipotesis	Hubungan	Original sample (O)	T statistics (|O/STDEV|)	P-Values	Keterangan
H1	PE > BI	0.130	1.432	0.076	Ditolak
H2	EE > BI	0.032	0.367	0.357	Ditolak
H3	SI > BI	-0.018	0.309	0.379	Ditolak
H4	FC > BI	0.062	0.575	0.283	Ditolak
H4a	FC > UB	0.135	1.274	0.101	Ditolak
H5	HM > BI	0.089	0.966	0.167	Ditolak
H6	PV > BI	0.098	1.157	0.124	Ditolak
H7	H > BI	0.277	3.062	0.001	Diterima
H7a	H > UB	0.171	1.748	0.040	Diterima
H8	TR > BI	0.393	6.468	0.000	Diterima
H9	BI > UB	0.504	6.008	0.000	Diterima

Sumber: data primer diolah, 2023

Menggunakan hipotesis dua ekor (two-tailed) dengan tingkat signifikansi 5%, berdasarkan tabel tersebut, variabel moderasi usia, jenis kelamin, dan pengalaman tidak dapat memperkuat atau melemahkan variabel yang diperantarai dikarenakan nilai t-statistik tidak lebih dari 1,977. Ketiga variabel moderasi tidak dapat mempengaruhi hubungan variabel variabel laten dalam penelitian ini dikarenakan data terkumpul dalam penelitian ini tidak merata.

Tabel 5 Nilai Efek Moderasi

Hipotesis	Hubungan	Original sample (O)	T statistics (|O/STDEV|)	P-Values	Keterangan
Moderasi Usia					
4b	AG*FC-> BI	0.024	0.222	0.824	Ditolak
5a	AG*HM-> BI	-0.026	0.254	0.800	Ditolak

6a	AG*PV -> BI	0.024	0.225	0.822	Ditolak
7b	AG*H -> BI	-0.088	0.608	0.543	Ditolak
7e	AG*H-> UB	0.002	0.019	0.985	Ditolak
Moderasi Jenis Kelamin					
4c	GE*FC -> BI	-0.079	0.871	0.384	Ditolak
5b	GE*HM -> BI	0.105	0.873	0.383	Ditolak
6b	GE*PV -> BI	0.069	0.769	0.442	Ditolak
7c	GE*HB -> BI	-0.091	0.761	0.447	Ditolak
7f	GE*H -> UB	0.046	0.476	0.634	Ditolak
Moderasi Pengalaman					
4d	EXP*FC -> BI	0.096	1.041	0.298	Ditolak
5c	EXP*HM -> BI	0.002	0.024	0.981	Ditolak
7d	EXP*H -> BI	-0.056	0.602	0.547	Ditolak
7g	EXP*HB -> UB	-0.115	0.682	0.495	Ditolak
9a	EXP*BI -> UB	-0.018	0.158	0.875	Ditolak

Sumber: data primer diolah, 2023

KESIMPULAN

1. H1, H2, H3, H4, H5, dan H6 ditolak karena tidak ada hubungan yang signifikan, sedangkan H7 diterima
2. H4a tidak ditolak, sedangkan H7a diterima karena adanya pengaruh yang signifikan
3. H8 diterima, terdapat hubungan signifikan
4. H9 diterima, adanya hubungan yang signifikan
5. H4b, H4c, H4d, H5a, H5b, H5c, H6a, H6b, H7b, H7c, H7d, H7e, H7f, H7g, dan H9a ditolak karena tidak dapat memoderasi hubungan variabel independen terhadap variabel dependen manapun.

DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, W., & Hartono J. (2015). *Partial least square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis.* Penerbit ANDI:Yogyakarta

Angelia, D. (2022). *Menelisik Perkembangan Bank Digital di Indonesia*. https://www.goodnewsfromindonesia.id/2022/01/24/menelisik-perkembangan-bank-digital-yang-kian-prospektif-di-indonesia

Berges, A., Guillen, F. M., Moreno, P. J., & Ontiveros, E. (2014). *A New Era in BankingLandscape after the Battle*.

Direktorat PKN, K. R. D. P. (2022). *Digital Banking*. https://djpb.kemenkeu.go.id/direktorat/pkn/id/odading/2919-digital-banking.html

Ghozali, Imam. (2021). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris Edisi 3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro:Semarang

Intan, N., & Zuraya, N. (2021). *Marak Kasus Hilang Dana Nasabah, Jenius Tutup Sejumlah Akses*. https://ekonomi.republika.co.id/berita/r1os4v383/marak-kasus-hilang-dana-nasabah-jenius-tutup-sejumlah-akses

Iskandar. (2023). *Penetrasi Bank Digital di Indonesia Terbesar Kedua Dunia, Bank Jago Genjot Inovasi Baru*. https://www.liputan6.com/tekno/read/5240874/penetrasi-bank-digital-di-indonesia-terbesar-kedua-dunia-bank-jago-genjot-inovasi-baru

Karnadi, A. (2022a). *Pengguna Bank Digital RI Diproyeksi Capai 75 Juta pada 2026*. https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-bank-digital-ri-diproyeksi-capai-75-juta-pada-2026

Karnadi, A. (2022b). *Menilik Peluang Bank Digital Ubah Struktur Perbankan Nasional*. https://dataindonesia.id/digital/detail/menilik-peluang-bank-digital-ubah-struktur-perbankan-nasional

Kitsios, F., Giatsidis, I., & Kamariotou, M. (2021). Digital transformation and strategy in the banking sector: Evaluating the acceptance rate of e-services. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, *7*(3).

Kominfo, & Katadata. (2022). *Status Literasi Digital di Indonesia 2022*.

Kwateng, K. O., Atiemo, K. A. O., & Appiah, C. (2018). Acceptance and use of mobile banking: an application of UTAUT2. *Journal of Enterprise Information Management*, *32*(1), 118–151.

OCBC NISP. (2022). *Digital Bank_ Pengertian, Layanan, Kelebihan & Kekurangannya*. https://www.ocbcnisp.com/id/article/2022/01/10/digital-bank-adalah

OJK. (2021). *Summary - POJK 12 - 03 - 2021*.

Putera, A. P. (2020). Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune. *PRINSIP KEPERCAYAAN SEBAGAI FONDASI UTAMA KEGIATAN PERBANKAN*, *3*, 128–139.

Rahayu, I. R. S., & Djumena, E. (2023). *Transaksi Digital Banking 2022 Capai Rp 52.545 Triliun, BI Perkirakan Tahun Ini Tumbuh 22 Persen*. https://money.kompas.com/read/2023/01/20/135700426/transaksi-digital-banking-2022-capai-rp-52.545-triliun-bi-perkirakan-tahun-ini

Saibil, D. I., Sodik, F., & Mardiah, A. A. (2022). *FAKTOR MEMPENGARUHI NIAT MENGGUNAKAN QRIS PADA SHARIA MOBILE BANKING SAAT PANDEMI COVID-19 (MODIFIKASI MODEL UTAUT 2)*.

Sankaran, R., & Chakraborty, S. (2021). Factors Impacting Mobile Banking in India: Empirical Approach Extending UTAUT2 with Perceived Value and Trust. *IIM Kozhikode Society & Management Review*.

Sarwono, J., & Narimawati, U. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi dengan Partial Least Square*.

Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. Venkatesh, V., Walton, S. M., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). *CONSUMER ACCEPTANCE AND USE OF INFORMATION TECHNOLOGY: EXTENDING THE UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 1*.

Zhou, T. (2012). Understanding users' initial trust in mobile banking: An elaboration likelihood perspective. *Computers in Human Behavior*, *28*(4), 1518–1525.