



Penerapan Model Modifikasi UTAUT2: *Perceived Risk* dalam Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Niat Penggunaan Bank Digital Jago

Tarina Putri Amelia¹, Dedy Kurniawan²

^{1,2}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya, Palembang, Indonesia

Email: ¹tarinaamelia@gmail.com, ²dedykurniawan@unsri.ac.id

Abstract

Digital banking is one of the digital transformations in the banking sector that is still relatively new in Indonesia. However, digital bank users are still far away when compared to conventional banks that have physical offices. Bank Jago is one example of a digital bank in Indonesia. This study aims to determine the factors that influence the intention to use Jago digital bank technology. The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) conceptual model is used in this study by adding the *Perceived Risk* variable. Data collection was carried out by distributing questionnaires through social media (Twitter and Instagram) with the criteria that respondents were users or had used the Jago application. Data analysis was carried out using the Partial Least Squares Path Modeling (PLS-SEM) method. The results showed that the intention to use the Jago digital bank was significantly influenced by hedonic motivation, habit, performance expectancy, price value, and perceived risk; while effort expectancy, facilitating conditions, and social influence did not have a significant influence on the intention to use Bank Jago.

Keywords: Digital Bank; Bank Jago; Behavioral Intention; UTAUT2; UTAUT2 Extend

Abstrak

Bank digital merupakan salah satu transformasi digital dalam sektor perbankan yang masih tergolong baru di Indonesia. Namun, pengguna bank digital masih jauh jika dibandingkan dengan bank konvensional yang memiliki kantor fisik. Bank Jago merupakan salah satu contoh bank digital yang ada di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap niat penggunaan teknologi bank digital Jago. Model konseptual Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) digunakan di penelitian ini dengan menambahkan variabel *Perceived Risk*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui media sosial (Twitter dan Instagram) dengan kriteria responden pengguna atau pernah menggunakan aplikasi Jago. Analisis data dilakukan dengan metode Partial Least Squares Path Modelling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa niat penggunaan bank digital Jago dipengaruhi secara signifikan oleh hedonic motivation, habit, performance expectancy, price value, dan perceived risk; sedangkan effort expectancy, facilitating conditions, dan social influence tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan Bank Jago.

Kata kunci: Bank Digital; Bank Jago; Niat Penggunaan; UTAUT2; Modifikasi UTAUT2

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi memudahkan banyak kegiatan yang ditawarkan mulai dari informasi, komunikasi, transaksi, edukasi, hiburan, sampai kebutuhan yang dianggap pribadi dapat dilakukan dengan teknologi [1]. Berbagai kegiatan yang telah didigitalisasi memengaruhi banyak sektor, salah satunya adalah perbankan. Pola konsumsi masyarakat yang terus bertransformasi ke arah digital

mengharuskan sektor perbankan menuju perbankan digital. Selama kurun waktu 2017-2020, perkembangan transaksi digital di Indonesia telah bertumbuh sebesar 1,556 persen [2].

Salah satu bentuk transformasi digital di sektor perbankan yakni bank digital. Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 12/POJK.03/2021 yang mengatur tentang Bank Umum menyebutkan bahwa Bank Digital adalah Bank Berbadan Hukum Indonesia (Bank BHI) dimana kegiatan usaha dan pelayanan dilakukan melalui saluran elektronik dan tidak memiliki kantor fisik selain Kantor Pusat (KP) [3]. Nasabah bank digital mulai meningkat dari tahun ke tahun sejak adanya pandemi yang memaksa banyak kegiatan mau tidak mau dilakukan dari rumah. Salah satu bank digital yang mengalami peningkatan pengguna yakni Bank Jago. Bank Jago sendiri awalnya merupakan bank konvensional dengan nama Bank Artos yang kemudian bertransformasi menjadi Bank Digital Jago pada tahun 2020 [4].

Akan tetapi, keberadaan digital bank yang masih tergolong baru dikenal di masyarakat menyebabkan jumlah pengguna bank digital masih tertinggal jauh dibandingkan dengan *mobile banking* dari bank konvensional. Sebagai contoh, tercatat hingga Desember 2022, BCA mobile sudah digunakan oleh 26,6 juta pengguna dimana jumlah ini bertambah dalam 4 tahun terakhir sebanyak 3,1 kali lipat [5]. Sedangkan pengguna Bank Jago sampai Juni 2023 hanya terhitung lebih dari 8,7 juta total nasabah termasuk 6,7 juta nasabah *funding* pengguna Aplikasi Jago [6]. Perbandingan jumlah pengguna dari kedua aplikasi tersebut menunjukkan bahwa bank digital memiliki jumlah peminat yang lebih sedikit.

Salah satu patokan yang dapat menentukan kesuksesan sebuah teknologi adalah faktor penerimaan pengguna [7]. Hubungan antara tingkat penerimaan sebuah sistem baru dan keinginan seseorang dalam menggunakan sebuah sistem merupakan hubungan yang selaras [8]. Oleh karena itu, diperlukan suatu pendekatan analisis untuk mengetahui faktor yang memengaruhi niat penggunaan masyarakat terhadap teknologi bank digital yang masih relatif baru bagi masyarakat.

Pada penelitian ini, digunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) yang merupakan teori penerimaan teknologi dari perspektif pengguna yang banyak digunakan. UTAUT2 merupakan perluasan dari model UTAUT yang telah ditambahkan konstruk *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* sehingga model ini lebih terfokus pada konsumen dan lebih cocok diterapkan untuk menganalisis teknologi yang digunakan oleh konsumen [9]. UTAUT2 digunakan karena model ini mencakup hampir semua konstruk yang dibutuhkan untuk menentukan niat pengguna dalam mengadopsi bank digital [10]. Model UTAUT2 telah digunakan oleh beberapa penelitian yang membahas mengenai transaksi digital, seperti penelitian yang dilakukan oleh Kilani dkk. (2023), di mana hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruk utama UTAUT2 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat penggunaan dalam menggunakan *e-wallet* [9], penelitian Gharaibeh (2018) yang menggunakan UTAUT2 untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap adopsi *mobile banking* [11].

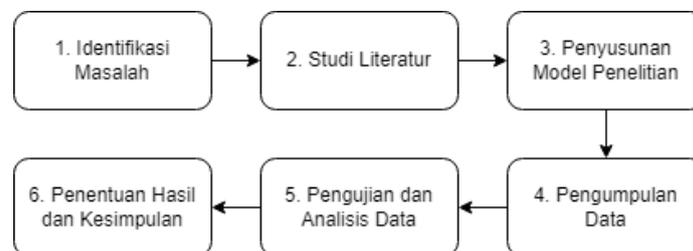
Selain itu, penelitian ini menggunakan UTAUT2 yang dimodifikasi dengan menambahkan konstruk *perceived risk*. *Perceived risk* merupakan salah satu faktor utama yang menghambat niat pengguna dalam menggunakan *internet banking* [12]. Penambahan konstruk *perceived risk* pada penelitian sebelumnya telah dilakukan oleh Alalwan dkk. (2018) dan Penney dkk. (2021) di mana hasil menunjukkan bahwa *perceived risk* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan dalam menggunakan teknologi *internet banking* [10][13]. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa model UTAUT2 merupakan model yang sesuai untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi dalam ranah transaksi digital.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap niat penggunaan bank digital Jago dengan menerapkan model UTAUT2. Penambahan konstruk *perceived risk* dilakukan untuk melihat apakah *perceived risk* termasuk dalam faktor yang dapat memengaruhi niat pengguna dalam mengadopsi teknologi bank digital. Oleh karena itu, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang membahas mengenai teknologi bank digital dan/atau menggunakan model UTAUT2 sebagai kerangka kerja.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1. Langkah-langkah Penelitian

Berdasarkan Gambar 1, penelitian diawali dengan tahap identifikasi masalah. Setelah itu, dilakukan studi literatur yang menjadi referensi penelitian terkait penerimaan teknologi bank digital berupa jurnal, artikel, dan bahan lainnya. Kemudian dilakukan penyusunan model konseptual berdasarkan studi literatur yakni adaptasi dari penelitian yang dilakukan oleh Alalwan dkk. [10]. Lalu, dilanjutkan dengan pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online*. Setelah data telah terkumpul, dilakukan pengujian dan analisis data untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen serta pengujian berdasarkan model penelitian dan hipotesis. Tahap pengujian dan analisis data dilakukan dengan menggunakan *software* SmartPLS versi 3. Pada tahap terakhir, dapat disimpulkan hasil dari analisis data yang telah dilakukan sebelumnya.

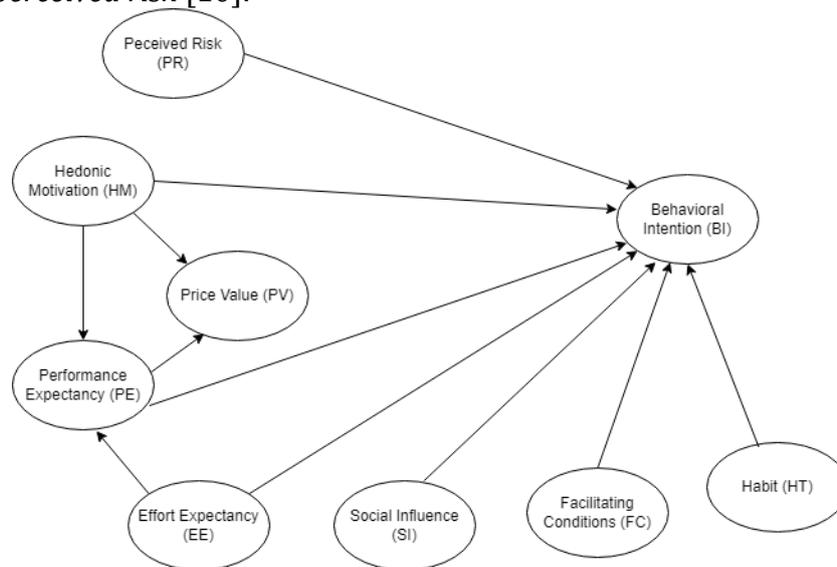


Gambar 1. Langkah-langkah Penelitian

2.2. Model dan Hipotesis Penelitian

Model pada penelitian ini digambarkan pada Gambar 2. Model penelitian yang digunakan merupakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of*

Technology 2 atau UTAUT2. Model ini dikemukakan oleh Venkatesh dkk. sebagai perluasan dari model UTAUT yang telah ditambahkan konstruk *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* [14]. Penambahan konstruk pada model ini membuatnya lebih terfokus pada konsumen dan lebih cocok diterapkan untuk menganalisis teknologi yang digunakan oleh konsumen [9]. UTAUT2 digunakan karena model ini mencakup hampir semua konstruk yang dibutuhkan untuk menentukan niat pengguna dalam mengadopsi bank digital [10]. Selain itu, model penelitian ini diadaptasi dari penelitian Alalwan dkk. dengan penambahan konstruk *perceived risk* [10].



Gambar 2. Model Konseptual

Berdasarkan model penelitian pada Gambar 2, berikut hipotesis dari penelitian ini:

H1: *Performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan bank digital JAGO.

H2: *Performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *price value* dalam penggunaan bank digital JAGO.

H3: *Effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan bank digital JAGO.

H4: *Effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *performance expectancy* dalam penggunaan bank digital JAGO.

H5: *Social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan bank digital JAGO.

H6: *Facilitating conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan bank digital JAGO.

H7: *Hedonic motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan bank digital JAGO.

H8: *Hedonic motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *performance expectancy* dalam penggunaan bank digital JAGO.

H9: *Hedonic motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *price value* dalam penggunaan bank digital JAGO.

H10: *Price value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan bank digital JAGO.

H11: *Habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan bank digital JAGO.

H12: *Perceived risk* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan bank digital JAGO.

2.3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah semua unsur dari subjek penelitian yang bisa berupa orang, benda, barang, tempat, atau keadaan waktu [15]. Populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna atau yang pernah menggunakan Bank Jago. Jumlah nasabah Bank Jago mencapai angka 9 juta pada akhir kuartal III-2023 [6]. Sampel adalah suatu bagian dari populasi yang diselidiki secara langsung oleh peneliti yang bisa mewakili populasi [16]. Pada penelitian ini digunakan *probability sampling* sebagai cara pengambilan sampel. *Probability sampling* memungkinkan setiap unsur populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi anggota sampel yang digunakan dalam penelitian [17]. Jumlah sampel yang dibutuhkan didapatkan dengan menggunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \tag{1}$$

$$n = \frac{9000000}{1 + 9000000(0,1)^2} \tag{2}$$

$$n = \frac{9000000}{90001} \tag{3}$$

$$n = 99,9 \tag{4}$$

Dengan n = sampel; N = populasi; e = konstanta (% tingkat kesalahan). Berdasarkan perhitungan di atas, maka didapatkan jumlah minimal sampel sebesar 100 responden.

2.4. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data berupa kumpulan pertanyaan atau pernyataan yang digunakan untuk mengukur suatu peristiwa atau kejadian guna mendapatkan informasi mengenai penelitian yang dilakukan [18]. Kuesioner disebar kepada pengguna Bank Jago di Indonesia dalam bentuk Google Form. Pernyataan pada kuesioner dibuat dengan skala likert.

Tabel 1. Kriteria Penilaian

Kriteria Penilaian	Nomor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Data Responden

Data responden didapatkan dengan menyebarkan kuesioner secara online berupa Google Form yang disebarakan melalui media sosial (Instagram dan Twitter). Jumlah responden yang diambil untuk dianalisis adalah 119 responden. Berikut karakteristik demografi responden.

Tabel 2. Demografi Responden Penelitian

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	52	43,7%
Perempuan	67	56,3%
Usia		
17-26 tahun	96	80,7%
27-37 tahun	23	19,3%
38-47 tahun	0	0%
>47 tahun	0	0%
Pengalaman Menggunakan Aplikasi Jago		
<1 tahun	41	34,5%
1-2 tahun	63	52,9%
2-3 tahun	13	10,9%
>3 tahun	2	1,7%
Pendidikan Terakhir		
SMA/Sederajat	53	44,5%
Diploma	11	9,3%
S1	53	44,5
S2	2	1,7%
S3	0	0%
Lainnya	0	0%
Pendapatan Perbulan		
< Rp1.000.000	39	32,8%
Rp1.000.000 – Rp5.500.000	55	46,2%
Rp6.000.000 – Rp10.500.000	18	15,1%
Rp11.000.000 – Rp20.000.000	6	5,1%
> Rp20.000.000	1	0,8%

3.2. Analisis Pengukuran Model

Pada evaluasi model SEM-PLS, analisis pengukuran model atau outer model dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas dari indikator-indikator penelitian untuk mengetahui apakah semua indikator dinyatakan valid dan reliabel [19].

3.2.1. Uji Reliabilitas

3.2.1.1. Cronbach's Alpha

Instrumen dapat dikatakan reliabel jika koefisien reliabilitas Cronbach's Alpha lebih dari 0,70 [20].

Tabel 3. Nilai Cronbach's Alpha

Konstruk	Cronbach's Alpha	Keterangan
Performance Expectancy (PE)	0,8255	Reliabel



Konstruk	Cronbach's Alpha	Keterangan
Effort Expectancy (EE)	0,8946	Reliabel
Social Influence (SI)	0,8521	Reliabel
Facilitating Conditions (FC)	0,8096	Reliabel
Hedonic Motivation (HM)	0,8626	Reliabel
Price Value (PV)	0,8612	Reliabel
Habit (HT)	0,8819	Reliabel
Perceived Risk (PR)	0,9035	Reliabel
Behavioral Intention (BI)	0,9280	Reliabel

Berdasarkan Tabel 3, semua instrumen memiliki *cronbach's alpha* lebih dari 0,7 sehingga semua instrumen pada penelitian dinyatakan reliabel.

3.2.1.2. Composite Reliability

Tingkat reliabilitas instrumen akan semakin tinggi apabila nilai *composite reliability* semakin mendekati angka 1 [21].

Tabel 4. Nilai *Composite Reliability*

Konstruk	Composite Reliability	Keterangan
Performance Expectancy (PE)	0,8842	Reliabel
Effort Expectancy (EE)	0,9265	Reliabel
Social Influence (SI)	0,9033	Reliabel
Facilitating Conditions (FC)	0,8738	Reliabel
Hedonic Motivation (HM)	0,9160	Reliabel
Price Value (PV)	0,9157	Reliabel
Habit (HT)	0,9187	Reliabel
Perceived Risk (PR)	0,9236	Reliabel
Behavioral Intention (BI)	0,9542	Reliabel

Berdasarkan perolehan hasil uji reliabilitas, didapatkan hasil bahwa nilai *composite reliability* dari semua konstruk bernilai lebih dari 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua konstruk pada penelitian dinyatakan reliabel.

3.2.2. Uji Validitas

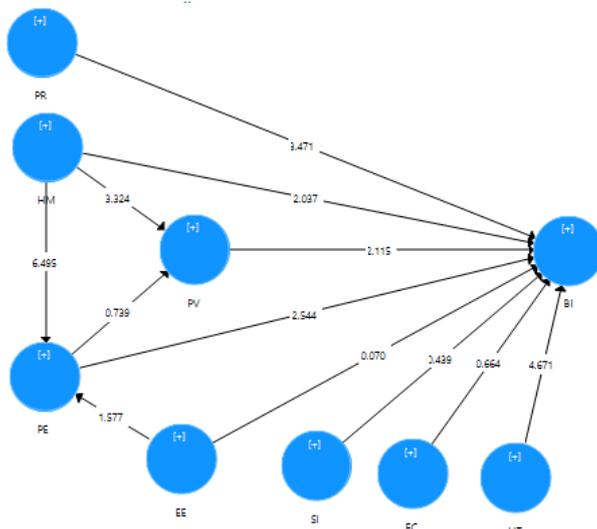
Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *average variance extracted* (AVE) dimana jika nilai AVE bernilai lebih dari 0,5 maka instrumen dinyatakan valid [21].

Tabel 5. Nilai *Average Variance Extraxted* (AVE)

Konstruk	AVE	Keterangan
Performance Expectancy (PE)	0,6573	Valid
Effort Expectancy (EE)	0,7590	Valid
Social Influence (SI)	0,7569	Valid
Facilitating Conditions (FC)	0,6340	Valid
Hedonic Motivation (HM)	0,7845	Valid
Price Value (PV)	0,7839	Valid
Habit (HT)	0,7391	Valid
Perceived Risk (PR)	0,6335	Valid
Behavioral Intention (BI)	0,8742	Valid

Pada Tabel 5, didapatkan nilai AVE untuk semua konstruk penelitian bernilai lebih dari 0,5 sehingga dinyatakan valid.

3.3. Analisis Model Struktural



Gambar 3. Hasil Bootstrapping Menggunakan SmartPLS

3.3.1. R-Square

Koefisien determinasi (*R-Square*) bertujuan untuk melihat tingkat kekuatan prediksi suatu model dengan cara mengukur proporsi variabel endogen oleh variabel eksogen dengan tiga tingkat kekuatan yakni kuat, moderat, dan lemah [21].

Tabel 6. Nilai R-Square

Konstruk	R-Square	Keterangan
Behavioral Intention (BI)	0,770	Kuat
Performance Expectancy (PE)	0,448	Lemah
Price Value (PV)	0,267	Lemah

Berdasarkan Tabel 9, variabel *behavioral intention* memiliki nilai *R-square* di atas 0,75 yang termasuk dalam kategori kuat. Sedangkan dua variabel lainnya memiliki nilai *R-square* di bawah 0,50 sehingga dikategorikan lemah.

3.3.2. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan pengukuran *p-value*, pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dinyatakan signifikan jika nilai *p-value* kurang dari 0,05 sehingga hipotesis diterima [21].

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis Penelitian

Hipotesis	Hubungan	Original Sample	T-Statistics	P-Values	Keterangan
H1	PE → BI	0,187	2,410	0,016	Diterima
H2	PE → PV	0,104	0,729	0,466	Ditolak

Hipotesis	Hubungan	Original Sample	T-Statistics	P-Values	Keterangan
H3	EE → BI	-0,005	0,070	0,944	Ditolak
H4	EE → PE	0,139	1,527	0,127	Ditolak
H5	SI → BI	-0,022	0,413	0,680	Ditolak
H6	FC → BI	-0,053	0,717	0,474	Ditolak
H7	HM → BI	0,216	2,109	0,035	Diterima
H8	HM → PE	0,581	6,342	0,000	Diterima
H9	HM → PV	0,442	3,295	0,001	Diterima
H10	PV → BI	0,174	2,073	0,039	Diterima
H11	HT → BI	0,343	4,602	0,000	Diterima
H12	PR → BI	-0,259	3,419	0,001	Diterima

3.4. Pembahasan

Berdasarkan hasil uji H1, diperoleh nilai *t-statistics* 2,410 di mana nilai tersebut lebih dari 1,96, dan *p-values* 0,016 yang bernilai kurang dari 0,05 sehingga hipotesis diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa *performance expectancy* (PE) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) dalam menggunakan aplikasi JAGO. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara *performance expectancy* (PE) terhadap *behavioral intention* (BI) [10]. Pada pengujian H2, yakni pengaruh *performance expectancy* (PE) terhadap *price value* (PV), didapatkan nilai *t-statistics* 0,729 di mana nilai tersebut kurang dari 1,96, dan *p-values* 0,466 yang bernilai lebih dari 0,05 sehingga hipotesis ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa *performance expectancy* (PE) tidak berpengaruh terhadap *price value* (PV) dalam menggunakan aplikasi JAGO.

Pada hasil uji H3, diperoleh nilai *t-statistics* 0,070 di mana nilai tersebut kurang dari 1,96, dan *p-values* 0,944 yang bernilai lebih dari 0,05 sehingga hipotesis ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa *effort expectancy* (EE) tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* (BI) dalam menggunakan aplikasi JAGO. Hasil ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan antara *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* [22]. Pada hasil uji H4, diperoleh nilai *t-statistics* 1,527 di mana nilai tersebut kurang dari 1,96, dan *p-values* 0,127 yang bernilai lebih dari 0,05 sehingga hipotesis ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa *effort expectancy* (EE) tidak berpengaruh terhadap *performance expectancy* (PE) dalam menggunakan aplikasi JAGO.

Pada hasil uji H5, diperoleh nilai *t-statistics* 0,413 di mana nilai tersebut kurang dari 1,96, dan *p-values* 0,680 yang bernilai lebih dari 0,05 sehingga hipotesis ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa *social influence* (SI) tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* (BI) dalam menggunakan aplikasi JAGO. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan antara *social influence* (SI) terhadap *behavioral intention* (BI) [22][10].

Pada hasil uji H6, diperoleh nilai *t-statistics* 0,717, di mana nilai tersebut kurang dari 1,96, dan *p-values* 0,474 yang bernilai lebih dari 0,05 sehingga hipotesis ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa *facilitating conditions* (FC) tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* (BI) dalam menggunakan aplikasi JAGO.

Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan antara *facilitating conditions* (FC) terhadap *behavioral intention* (BI) [22].

Pada hasil uji H7, diperoleh nilai *t-statistics* 2,109 di mana nilai tersebut lebih dari 1,96, dan *p-values* 0,035 yang bernilai kurang dari 0,05 sehingga hipotesis diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa *hedonic motivation* (HM) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) dalam menggunakan aplikasi JAGO. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara *hedonic motivation* (HM) terhadap *behavioral intention* (BI) [10]. Pada pengujian H8, yakni pengaruh *hedonic motivation* (HM) terhadap *performance expectancy* (PE), didapatkan nilai *t-statistics* 6,342 di mana nilai tersebut lebih dari 1,96, dan *p-values* 0,000 yang bernilai kurang dari 0,05 sehingga hipotesis diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa *hedonic motivation* (HM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *performance expectancy* (PE) dalam menggunakan aplikasi JAGO. Pada hasil uji H9, yakni pengaruh *hedonic motivation* (HM) terhadap *price value* (PV), didapatkan nilai *t-statistics* 3,295 di mana nilai tersebut lebih dari 1,96, dan *p-values* 0,001 yang bernilai kurang dari 0,05 sehingga hipotesis diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa *hedonic motivation* (HM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *price value* (PV) dalam menggunakan aplikasi JAGO.

Pada pengujian H10, diperoleh nilai *t-statistics* 2,073 di mana nilai tersebut lebih dari 1,96, dan *p-values* 0,039 yang bernilai kurang dari 0,05 sehingga hipotesis diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa *price value* (PV) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) dalam menggunakan aplikasi JAGO. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara *price value* (PV) terhadap *behavioral intention* (BI) [10].

Pada hasil uji H11, diperoleh nilai *t-statistics* 4,602 di mana nilai tersebut lebih dari 1,96, dan *p-values* 0,000 yang bernilai kurang dari 0,05 sehingga hipotesis diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa *habit* (HT) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) dalam menggunakan aplikasi JAGO. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara *habit* (HT) terhadap *behavioral intention* (BI) [10].

Pada hasil uji H12, diperoleh nilai *t-statistics* 3,419 di mana nilai tersebut lebih dari 1,96, dan *p-values* 0,001 yang bernilai kurang dari 0,05 sehingga hipotesis diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa *perceived risk* (PR) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) dalam menggunakan aplikasi JAGO. Hasil ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara *perceived risk* (PR) terhadap *behavioral intention* (BI) [10].

4. SIMPULAN

Bank JAGO merupakan salah satu bank digital yang merupakan bentuk transformasi digital perbankan dimana pengguna bank digital masih jauh

dibandingkan dengan bank konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan bank digital Jago dengan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) dengan penambahan variabel *perceived risk*. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *performance expectancy*, *hedonic motivation*, *price value*, *habit*, dan *perceived risk* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi Jago. Sedangkan *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions* tidak memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi Jago. Selain itu, didapatkan hasil bahwa *performance expectancy* tidak memiliki pengaruh terhadap *price value*, dan *effort expectancy* tidak memiliki pengaruh terhadap *performance expectancy*. Sedangkan *hedonic motivation* memiliki pengaruh terhadap *performance expectancy* dan *price value*, yang artinya semakin tinggi tingkat *hedonic motivation*, maka *price value* dan *effort expectancy* akan semakin tinggi juga. Hasil ini menunjukkan bahwa *perceived risk* termasuk salah satu variabel yang menjadi faktor dalam memengaruhi niat penggunaan aplikasi Jago sehingga bisa menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Danuri, M. Informatika, J. Teknologi, And C. Semarang, "Perkembangan Dan Transformasi Teknologi Digital." Accessed: Feb. 09, 2024. [Online]. Available: <https://Amikjtc.Com/Jurnal/Index.Php/Jurnal/Article/View/178/155>
- [2] R. A. Syafri, "Transformasi Digital Perbankan Dan Dampaknya Terhadap Perekonomian," Buletin Apbn. Accessed: Feb. 09, 2024. [Online]. Available: <https://Berkas.Dpr.Go.Id/Puskajianggaran/Kajian/File/Kajian-64.Pdf>
- [3] R. I. T. Linggadjaya, B. Sitio, And P. Situmorang, "Transformasi Digital Pt Bank Jago Tbk Dari Bank Konvensional Menjadi Bank Digital," *International Journal Of Digital Entrepreneurship And Business*, Vol. 3, No. 1, Pp. 9-22, Feb. 2022, Doi: 10.52238/Ideb.V3i1.76.
- [4] Jago, "Jago.Com." Accessed: Feb. 09, 2024. [Online]. Available: <https://Www.Jago.Com/Id/Company-Info>
- [5] A. Ferdianto, "Jumlah Pengguna Bca Mobile Capai 26,6 Juta Di 2022," Kontan.Co.Id. Accessed: Feb. 09, 2024. [Online]. Available: https://Keuangan.Kontan.Co.Id/News/Jumlah-Pengguna-Bca-Mobile-Capai-266-Juta-Di-2022/#Google_Vignette
- [6] Jago, "Bank Jago Lanjutkan Tren Pertumbuhan Berkualitas," Jago. Accessed: Feb. 09, 2024. [Online]. Available: <https://Www.Jago.Com/Id/Media-Center/Press-Release/Bank-Jago-Lanjutkan-Tren-Pertumbuhan-Berkualitas>
- [7] M. T. Hidayat, Q. Aini, And E. Fetrina, "Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan Utaut 2 (Studi Kasus) (User Acceptance Of E-Wallet Using Utaut 2-A Case Study)," 2020. Doi: 10.22146/V9i3.227.
- [8] N. Z. Hosein, "Internet Banking: An Empirical Study Of Adoption Rates Among Midwest Community Banks," 2009. Doi: 10.19030/Jber.V7i11.2355.
- [9] A. A. H. Zaid Kilani, D. F. Kakeesh, G. A. Al-Weshah, And M. M. Al-Debei, "Consumer Post-Adoption Of E-Wallet: An Extended Utaut2 Perspective With Trust," *Journal Of Open Innovation: Technology, Market, And Complexity*, Vol. 9, No. 3, Sep. 2023, Doi: 10.1016/J.Joitmc.2023.100113.

- [10] A. A. Alalwan, Y. K. Dwivedi, N. P. Rana, And R. Algharabat, "Examining Factors Influencing Jordanian Customers' Intentions And Adoption Of Internet Banking: Extending Utaut2 With Risk," *Journal Of Retailing And Consumer Services*, Vol. 40, Pp. 125–138, Jan. 2018, Doi: 10.1016/J.Jretconser.2017.08.026.
- [11] M. K. Gharaibeh, M. R. M. Arshad, And N. K. Gharaibh, "Using The Utaut2 Model To Determine Factors Affecting Adoption Of Mobile Banking Services: A Qualitative Approach," *International Journal Of Interactive Mobile Technologies*, Vol. 12, No. 4, Pp. 123–134, 2018, Doi: 10.3991/Ijim.V12i4.8525.
- [12] C. Martins, T. Oliveira, And A. Popovič, "Understanding The Internet Banking Adoption: A Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology And Perceived Risk Application," *Int J Inf Manage*, Vol. 34, No. 1, Pp. 1–13, 2014, Doi: 10.1016/J.Ijinfomgt.2013.06.002.
- [13] E. K. Penney, J. Agyei, E. K. Boadi, E. Abrokwah, And R. Ofori-Boafo, "Understanding Factors That Influence Consumer Intention To Use Mobile Money Services: An Application Of Utaut2 With Perceived Risk And Trust," *Sage Open*, Vol. 11, No. 3, 2021, Doi: 10.1177/21582440211023188.
- [14] V. Venkatesh, S. M. Walton, And J. Y. L. Thong, "Quarterly Consumer Acceptance And Use Of Information Technology: Extending The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology1." [Online]. Available: <Http://About.Jstor.Org/Terms>
- [15] H. Alkadri, K. Kunci, I. Sekolah, K. Kepala Sekolah, And K. Guru, "Kontribusi Iklim Sekolah Dan Kepemimpinan Kepala Sekolah Terhadap Kinerja Guru Sekolah Dasar," 2020. Doi: 10.31004/Basicedu.V4i2.381.
- [16] D. Firmansyah, S. Pasim Sukabumi, And S. Al Fath Sukabumi, "Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian: Literature Review," *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (Jiph)*, Vol. 1, No. 2, Pp. 85–114, Doi: 10.55927.
- [17] N. Suryani, Ms. Jailani, N. Suriani, R. Raden Mattaher Jambi, And U. Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, "Konsep Populasi Dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan." Doi: 10.61104/Ihsan.V1i2.55.
- [18] R. Nur Amalia, R. Setia Dianingati, And E. Annisaa, "Pengaruh Jumlah Responden Terhadap Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan Dan Perilaku Swamedikasi," *Generics : Journal Of Research In Pharmacy Accepted : 4 Mei*, Vol. 2, No. 1, 2022.
- [19] T. Evi And W. Rachbini, "Partial Least Squares (Teori Dan Praktek)." Accessed: Feb. 09, 2024. [Online]. Available: <Http://Tahtamedia.Co.Id/Index.Php/Issj/Article/View/152>
- [20] Y. Febrianawati, "Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif," *Januari-Juni*, Vol. 7, No. 1, Pp. 17–23, 2018.
- [21] M. Sholihin And D. Ratmono, *Analisis Sem-Pls Dengan Warppls 7.0 Untuk Hubungan Nonlinier Dalam Penelitian Sosial Dan Bisnis*, 1st Ed. 2020.
- [22] H. Donan, E. S. N. S. Negara, T. Sutabri, And F. Firdaus, "Analysis Of Behavioral Use Of Academic Information Systems With The Implementation Of Utaut 2 Integration At The Muhammadiyah-Palembang Institute Of Health Science And Technology," *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, Vol. 12, No. 3, Pp. 462–470, Nov. 2023, Doi: 10.32736/Sisfokom.V12i3.1978.