

## ANALISIS FAKTOR – FAKTOR PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN APLIKASI SEABANK DAN BANK JAGO DENGAN MODEL UTAUT2

Helvina Agil<sup>1\*</sup>, Rahma Fitria<sup>2</sup>, Zalfie Ardian<sup>3</sup>

Sistem Informasi<sup>1,2,3</sup>

Universitas Malikussaleh, Aceh, Indonesia<sup>1,2,3</sup>

<https://unimal.ac.id><sup>1,2,3</sup>

helvina.210180026@mhs.unimal.ac.id<sup>1\*</sup>, rahmafritria@unimal.ac.id<sup>2</sup>, zalfie@unimal.ac.id<sup>3</sup>

(\*) Corresponding Author



Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-Non Komersial 4.0 Internasional.

**Abstract**— *In recent years, banking in Indonesia has undergone significant transformation through the use of technology, as reflected in the increase in digital transactions, which reached Rp15,881.53 trillion, a year-on-year growth of 16.15%. This study employs the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) model to analyze the factors influencing the acceptance and use of Seabank and Bank Jago digital banking applications. This study is a quantitative research using a survey method involving 632 student respondents in North Sumatra up to Lhokseumawe, analyzed using descriptive statistics and hypothesis testing based on Structural Equation Modeling (SEM). The results of the descriptive statistical analysis showed that the average user response to the Seabank app was 87.02% and Bank Jago was 84.82%, both falling into the "strongly agree" category, indicating a positive response. Hypothesis analysis revealed that social influence, facilitating conditions, price value, habits, behavioral intention, and usage behavior significantly influence the acceptance of the Seabank app. For Bank Jago, the significant influencing factors are social influence, price value, habits, behavioral intention, and usage behavior. The findings of this study confirm the applicability of UTAUT2 in the context of digital banking in Indonesia and provide practical insights for app developers and policymakers to encourage the adoption of digital banking services.*

**Keywords:** *bank jago, seabank, structural equation model, technology acceptance, UTAUT2*

**Abstrak**— Dalam beberapa tahun terakhir, perbankan di Indonesia telah mengalami transformasi signifikan melalui pemanfaatan teknologi, tercermin dari meningkatnya transaksi digital yang mencapai Rp15.881,53 triliun atau tumbuh 16,15% dari tahun ke tahun. Penelitian ini menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan aplikasi perbankan digital Seabank dan Bank Jago. Studi ini merupakan penelitian kuantitatif melibatkan 632 responden mahasiswa di Sumatera Utara hingga Lhokseumawe, dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan pengujian hipotesis berbasis *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan rata-rata tanggapan pengguna terhadap aplikasi Seabank sebesar 87,02% dan Bank Jago sebesar 84,82%, yang keduanya masuk kategori "sangat setuju", menandakan respon positif. Analisis hipotesis mengungkapkan bahwa faktor pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, nilai harga, kebiasaan, niat perilaku, dan perilaku penggunaan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan aplikasi Seabank. Sedangkan pada Bank Jago, faktor yang berpengaruh signifikan adalah pengaruh sosial, nilai harga, kebiasaan, niat perilaku, dan perilaku penggunaan. Temuan penelitian ini mengonfirmasi penerapan UTAUT2 dalam konteks perbankan digital Indonesia serta memberikan wawasan praktis bagi pengembang aplikasi dan pembuat kebijakan untuk mendorong adopsi layanan perbankan digital.

**Kata kunci:** *bank jago, penerimaan teknologi, seabank, structural equation model, UTAUT2*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi besar dalam sektor perbankan di Indonesia. Dalam beberapa tahun terakhir, munculnya bank digital merupakan respons terhadap kebutuhan nasabah akan layanan perbankan yang cepat, fleksibel, dan dapat diakses kapan saja. Data dari Bank Indonesia menunjukkan peningkatan signifikan pada transaksi digital, di mana transaksi perbankan digital mencapai Rp15.881,53 triliun, meningkat 16,15% (yoy), sementara transaksi Uang Elektronik (UE) tumbuh sebesar 41,70% (yoy). Sebaliknya, transaksi melalui ATM dan debit mengalami penurunan sebesar 3,80% (Bank Indonesia, 2024).

Persaingan bank digital di Indonesia terlihat dari survei Populix (2024) yang menempatkan Seabank dan Bank Jago sebagai dua bank digital dengan *top of mind* tertinggi, masing-masing memperoleh 95% dan 94% popularitas (Populix, 2024). Di Google Playstore, Seabank mendapatkan ulasan positif dengan rating rata-rata 4,9 dari 1,3 juta pengguna, sementara Bank Jago memperoleh rating 4,5 dari 171 ribu ulasan. Meskipun demikian, kedua aplikasi ini juga menerima kritik dari pengguna terkait performa aplikasi, transparansi transaksi, dan kendala teknis lainnya (Christiani et al., 2024) (Aldo, 2024).

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji penerimaan pengguna terhadap aplikasi ini menggunakan model UTAUT2. Tsalitsna et al. (2023) menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, nilai harga, dan kebiasaan mempengaruhi niat penggunaan Seabank, sedangkan kebiasaan dan niat penggunaan mempengaruhi perilaku penggunaan (Imamah et al., 2024). Sementara itu, Amelia dan Kurniawan (2023) menemukan bahwa pada aplikasi Bank Jago, faktor signifikan terhadap niat penggunaan adalah ekspektasi kinerja, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan tidak berpengaruh, sementara harapan usaha, pengaruh sosial, dan keadaan memfasilitasi (Putri Amelia & Kurniawan, 2024).

Gap penelitian muncul dari perbedaan hasil temuan antar studi, terutama dalam perbedaan pengaruh faktor-faktor UTAUT2 terhadap kedua aplikasi. Selain itu, belum banyak penelitian yang secara langsung membandingkan Seabank dan Bank Jago dalam satu kerangka analisis UTAUT2. Padahal penting untuk melihat bagaimana masing-masing aplikasi diterima dan digunakan oleh pengguna di tengah persaingan bank digital yang semakin ketat.

Penelitian ini menggunakan model UTAUT2 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2) karena model ini dinilai lebih komprehensif dibandingkan model-model terdahulu seperti Technology Acceptance Model (TAM) atau Theory of Planned Behavior (TPB). UTAUT2 tidak hanya mempertimbangkan faktor-faktor kognitif seperti ekspektasi kinerja dan harapan usaha, tetapi juga memasukkan variabel tambahan seperti nilai harga, kebiasaan, dan motivasi hedonis yang relevan dalam konteks penggunaan aplikasi digital perbankan yang bersifat personal, rutin, dan seringkali melibatkan aspek emosional serta pengalaman pengguna (Hilale & Chakor, 2024).

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji dan membandingkan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan aplikasi Seabank dan Bank Jago dengan menggunakan model UTAUT2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*). Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan studi adopsi teknologi serta memberikan wawasan praktis bagi pengembang layanan digital banking di Indonesia.

## BAHAN DAN METODE

### Seabank

Seabank adalah aplikasi perbankan digital yang memungkinkan pengguna untuk melakukan aktivitas keuangan mulai dari mendaftar hingga melakukan transaksi. Setiap aktivitas dilakukan dengan menggunakan Seabank merilis aplikasi perbankan digitalnya pada tahun 2021 dan menawarkan fitur utama seperti akun tabungan dan virtual (Seabank, n.d.). Tabungan digital Bank bertujuan untuk memudahkan berbagai aktivitas keuangan harian nasabah dengan suku bunga tabungan yang dibayarkan setiap hari serta bebas biaya admin dan transfer. Di sisi lain, akun virtual perbankan digital Bank bertujuan untuk memudahkan pelanggan melakukan pembayaran online dan offline seperti membeli barang di toko online, mengisi saldo e-wallet, atau pembayaran tagihan lainnya tanpa biaya administrasi, proses, atau biaya transfer (Seabank, 2023).

### Bank Jago

Bank Jago menawarkan layanan pengelolaan keuangan digital, di bawah pengawasan Bank Indonesia dan OJK. Semua hal mulai dari mengirim uang, mengisi dompet elektronik, membayar tagihan, hingga mengalokasikan dan mendistribusikan uang ke berbagai bank lain dapat dilakukan di satu tempat (Bank Jago, n.d.). Mulai dari ritel (pembeli), pasar

massa, hingga usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), Bank Jago membuat berbagai jenis produk dan layanan perbankan, baik konvensional maupun syariah, yang tersedia untuk semua lapisan masyarakat.

**Konsep Penerimaan Penggunaan**

Konsep penerimaan penggunaan mengatakan bahwa semakin banyak orang yang menerima sistem baru, semakin besar keinginan mereka untuk menghabiskan lebih banyak waktu di dalamnya. (Hidayat et al., 2020). Keberhasilan sistem informasi dianggap bergantung pada penerimaan pengguna dan umpan balik mereka (Fitria & Ikhwan, 2023). Jika seseorang memiliki keinginan untuk menggunakan sistem yang bersangkutan, mereka akan termotivasi untuk melakukan adaptasi sistem. Minat penggunaan merupakan prediktor terbaik untuk menentukan bagaimana orang akan menggunakan teknologi informasi, karena perilaku penggunaan memiliki hubungan yang kuat dengan minat penggunaan

**Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2**

*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) merupakan pengembangan dari model UTAUT (Aminah et al., 2024). UTAUT sebelumnya hanya memiliki empat komponen penentu perilaku penggunaan dan minat. sebagai penentu langsung dari tujuan perilaku dan penggunaan perilaku, termasuk harapan prestasi, harapan usaha, pengaruh sosial, dan persyaratan yang memudahkan. Tiga variabel ditambahkan ke model analisis penerimaan teknologi UTAUT2. Variabel-variabel ini adalah hedonic motivation, price value, dan habit. Model UTAUT2 terkenal dengan kemampuan untuk memprediksi niat perilaku individu untuk menerima dan menggunakan teknologi (Aransyah & Desvira, 2023).

**Metode Analisis Statistik Deskriptif**

Dalam penerapan UTAUT2, metode yang diaplikasikan yaitu analisis statistik deskriptif. Pendekatan ini dimaksudkan guna mendeskripsikan secara jelas informasi yang dikumpulkan melalui pengumpulan data. Adapun penjelasan teknik analisis deskriptif adalah seperti berikut (Maringan Siahaan & Miharja, 2022) :

1. Menentukan skor kriterium (*SK*)  
Skor Kriterium (*SK*) adalah nilai yang dianggap sebagai standar keberhasilan dalam suatu penelitian. Dengan rumus :

$$\sum SK = \text{Skor Maks } I \times nl \times nR \quad (1)$$

$\sum SK$  jumlah skor kriterium, *Skor Maks I* diartikan skor tertinggi setiap indikator pertanyaan, *nl* adalah jumlah indikator pertanyaan, *nR* yaitu jumlah responden.

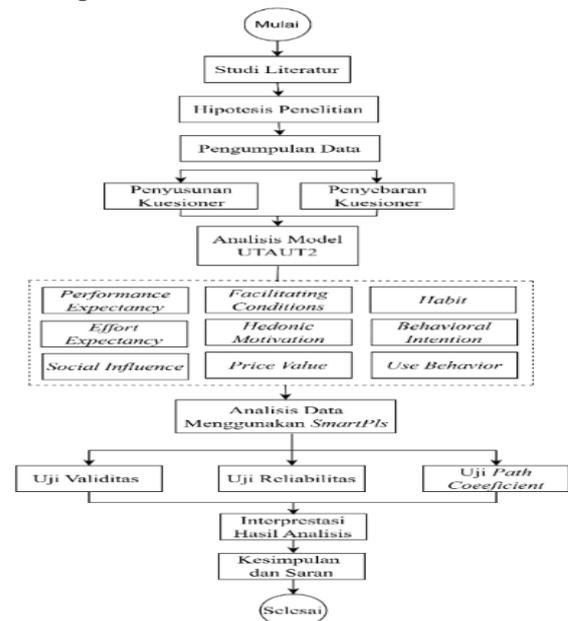
2. Menentukan Skor Total (*SH*)  
Total skor adalah hasil akhir dari penjumlahan semua nilai indikator dalam setiap variabel, yang biasanya disimbolkan dengan  $\sum SH$ .
3. Menentukan Besar Persentase (*P*)  
Tingkat perolehan nilai setiap variabel diperoleh dengan membagi nilai  $\sum SK$  dan nilai  $\sum SH$  yang diperoleh dari tahap sebelumnya dan mengkalikannya dengan 100%. Berikut merupakan rumus untuk menentukan perolehan nilainya.

$$P = \frac{\sum SH \times 100\%}{\sum SK} \quad (2)$$

4. Menentukan rentang hasil  
Rentang hasil ditetapkan melalui perbandingan skor yang dihasilkan dari langkah sebelumnya. Berikut adalah rentang hasil kategori penilaian analisis statistik deskriptif :

- 0 – 20% = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 21 – 40% = Tidak Setuju (TS)
- 41 – 60% = Netral (N)
- 61 – 80% = Setuju (S)
- 81 – 100% = Sangat Setuju (SS)

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan fokus pada pengukuran dan pemeriksaan data numerik dan statistik untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena tersebut.



Sumber : (Hasil Penelitian, 2025)

Gambar 1. Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian yang dilakukan berdasarkan gambar 1 dimulai dari studi literatur, merumuskan hipotesis, penyusunan kuesioner, penyebaran kuesioner, kemudian data yang terkumpul dilakukan analisis statistik deskriptif, kemudian data diuji validitas, reliabilitas dan uji *path coefficient* hingga mendapatkan hasil yang dapat disimpulkan dan membuat saran berdasarkan hasil.

Model penelitian pada UTAUT2 digunakan untuk mengukur minat penggunaan dan perilaku penggunaan. Berdasarkan model penelitian yang telah ditentukan, dirumuskan 9 hipotesis yang akan diuji kebenarannya terkait faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan aplikasi yaitu :

**Tabel 1. Hipotesis Penelitian**

No	Hipotesis
H1	Pengaruh <i>performance expectancy</i> terhadap <i>behavioral intention</i>
H2	Pengaruh <i>effort expectancy</i> terhadap <i>behavioral intention</i>
H3	Pengaruh <i>social influence</i> terhadap <i>behavioral intention</i>
H4	Pengaruh <i>facilitating conditions</i> terhadap <i>use behavior</i>
H5	Pengaruh <i>hedonic motivation</i> terhadap <i>behavioral intention</i>
H6	Pengaruh <i>price value</i> terhadap <i>behavioral intention</i>
H7	Pengaruh <i>habit</i> terhadap <i>behavioral intention</i>
H8	Pengaruh <i>habit</i> terhadap <i>use behavior</i>
H9	Pengaruh <i>behavior intention</i> terhadap <i>use behavior</i>

Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

Selama proses pengumpulan data, digunakan kuesioner online yang disebarluaskan melalui Google Form yang didistribusikan kepada mahasiswa/i yang berkuliah di wilayah Sumatera Utara hingga Kota Lhokseumawe. Sebanyak 632 responden berhasil dikumpulkan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria responden adalah pengguna aktif aplikasi Seabank dan Bank Jago, serta berusia minimal 18 tahun. Instrumen penelitian berupa kuesioner disusun berdasarkan adaptasi indikator dari penelitian terdahulu, yaitu (Masudin et al., 2023) dan (Yudhita Valen Prasarry et al., 2023).

Sebelum penyebaran, dilakukan validasi awal berupa uji kelayakan isi (*content validity*) dengan meminta masukan dari ahli dan dosen pembimbing untuk memastikan kesesuaian indikator dengan konteks penelitian. Kuesioner terdiri atas sembilan variabel dengan 27 indikator dan menggunakan skala Likert 1-5 (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju). Berikut adalah indikator penelitian yang digunakan yang dapat dilihat pada tabel 2.

**Tabel 2. Indikator Penelitian**

Variabel	Kode	Indikator
<i>Performance Expectancy</i>	PE1	Manfaat yang dirasakan
	PE2	Keuntungan yang diterima pengguna
	PE3	Hasil sesuai harapan
<i>Effort Expectancy</i>	EE1	Dapat diakses dimana saja
	EE2	Antarmuka mudah dipelajari
	EE3	Memudahkan transaksi
<i>Social Influence</i>	SI1	Terdorong menggunakan karena orang sekitar
	SI2	Pengguna aplikasi lebih untung daripada yang bukan pengguna
	SI3	Aturan dari organisasi atau lingkungan sekitar
<i>Facilitating Conditions</i>	FC1	Dapat menggunakan teknologi
	FC2	Penunjang penggunaan sistem
	FC3	Fitur sesuai dengan kebutuhan
<i>Hedonic Motivation</i>	HM1	Kepuasan pengguna
	HM2	Pengguna merasa nyaman
	HM3	Merasa tertarik menggunakan
<i>Price Value</i>	PV1	Kualitas sebanding dengan biaya
	PV2	Biaya terjangkau
	PV3	Keseluruhan aplikasi baik
<i>Habit</i>	HA1	Terbiasa menggunakan teknologi
	HA2	Pengguna merasa kecanduan
	HA3	Secara otomatis menggunakan
<i>Behavioral Intention</i>	BI1	Berkelanjutan menggunakan
	BI2	Kualitas pelayanan yang baik
	BI3	Berencana lebih cenderung dan sering
<i>Use Behavior</i>	UB1	Diakses dengan cepat dan singkat
	UB2	Menggunakan berulang
	UB3	Tidak hanya pembayaran digital

Sumber: ((Masudin et al., 2023), (Yudhita Valen Prasarry et al., 2023)

Dalam penelitian ini, mencakup analisis statistik deskriptif dengan bantuan Microsoft Excel dan pengolahan data dilakukan menggunakan teknik PLS-SEM dengan *software* SmartPLS. Pemilihan SmartPLS sebagai alat analisis didasari oleh kemampuannya dalam menangani model penelitian yang kompleks dengan banyak konstruk dan indikator. SmartPLS sesuai untuk kebutuhan penelitian ini yang menerapkan model UTAUT2 untuk membandingkan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan aplikasi perbankan digital, melalui proses pengujian validitas konstruk menggunakan  $AVE \geq 0,5$  dan nilai reliabilitas komposit dan *cronbach's alpha*, dengan ketentuan bahwa nilai di atas 0,70 dianggap reliabel.

- 0,00 – 0,20 : sangat kurang reliabel
- 0,21 – 0,40 : kurang reliabel
- 0,41- 0,60 : hampir reliabel
- 0,61 – 0,80 : reliabel
- 0,80 – 1,00 : sangat reliabel

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil analisis demografi responden adalah hasil tahap dimana dilakukan analisis terhadap data yang terkumpul melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Data yang terkumpul dari penyebaran kuesioner sebanyak 632 data. Data tersebut dibedakan lagi menjadi dua pengguna aplikasi yang berbeda. Diantara 632 responden tersebut, 319 responden adalah pengguna aplikasi Seabank sesuai kriteria, terdapat 6 responden yang tidak sesuai kriteria sehingga tersisa 311 responden Seabank dan responden Bank Jago 313 responden tetapi terdapat 3 responden yang tidak sesuai kriteria sehingga tersisa 310 responden Bank Jago.

Responden yang mengisi kuesioner Seabank didominasi oleh jenis kelamin perempuan dengan persentase 60% dan laki-laki 40%. Pada Bank Jago mayoritas responden juga perempuan sebanyak 58% dan laki-laki 42%. Berikut adalah hasil analisis statistik deskriptif pada data pengguna aplikasi Seabank dan Bank Jago yang terkumpul.

1) Seabank

Hasil dari statistika deskriptif UTAUT2 untuk data Seabank tercantum dengan jelas melalui tabel 3.

Tabel 3. Hasil Statistik Deskriptif Seabank

Var	Max	n l	ΣSK	ΣSH	P(%)	Ket
PE	5	3	4655	4142	88,79	SS
EE	5	3	4655	4127	88,49	SS
SI	5	3	4655	3906	83,73	SS
FC	5	3	4655	4043	86,67	SS
HM	5	3	4655	4038	86,56	SS
PV	5	3	4655	4024	86,26	SS
HA	5	3	4655	4013	86,02	SS
BI	5	3	4655	4097	87,82	SS
UB	5	3	4655	4148	88,92	SS
Rata-rata keseluruhan					87,03	SS

Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

Berdasarkan hasil perhitungan pada setiap variabel tersebut, rata-rata penerimaan dan penggunaan terhadap aplikasi seabank adalah 87,03% yang berarti masuk kedalam kategori sangat setuju. Hal tersebut menandakan bahwa mayoritas pengguna merasa bahwa aplikasi mudah, bermanfaat dan minat pengguna untuk menggunakan berkelanjutan.

2) Bank Jago

Data hasil statistik deskriptif model UTAUT2 untuk Bank Jago ditampilkan secara rinci dalam Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Statistik Deskriptif Bank Jago

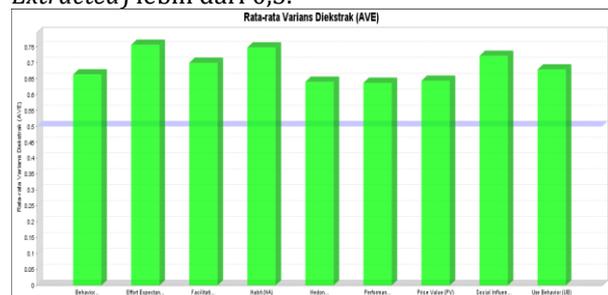
Var	Max	n l	ΣSK	ΣSH	P(%)	Ket
PE	5	3	4650	4024	86,54	SS
EE	5	3	4650	3957	85,10	SS
SI	5	3	4650	3767	81,10	SS
FC	5	3	4650	3990	85,81	SS
HM	5	3	4650	3955	85,05	SS
PV	5	3	4650	3953	85,01	SS
HA	5	3	4650	3897	83,81	SS
BI	5	3	4650	3986	85,72	SS
UB	5	3	4650	4022	86,49	SS
Rata-rata keseluruhan					84,95	SS

Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

Hasil dari analisis pada setiap variabel, memperoleh nilai rata-rata 84,95% termasuk kategori sangat setuju. Dengan begitu bank jago juga memberikan dampak baik terhadap pengguna aplikasi. Selanjutnya adalah analisis data seabank dilakukan menggunakan SEM-PLS melalui perangkat lunak SmartPls. Terdapat beberapa hal yang akan dianalisis, meliputi validitas, reliabilitas dan uji hipotesis.

1) Uji Validitas Seabank

Pengujian validitas digunakan untuk memastikan hasil yang diperoleh dari penelitian ini representatif. Dengan pengukuran *loading factor* lebih dari 0,7 dan AVE (*Average Variance Extracted*) lebih dari 0,5.



Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

Gambar 2. Hasil Grafik AVE Seabank

Dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan terbukti valid dan memenuhi kriteria AVE dimana nilai setiap variabelnya lebih dari 0,5. Dan berdasarkan pengukuran *loading factor* menunjukkan korelasi yang kuat karena memenuhi ketentuan.

2) Uji Reliabilitas Seabank

Pada penggunaan instrumen SmartPls untuk melakukan pengukuran reliabilitas suatu konstruk menggunakan indikator dengan nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* pada

ketentuan kedua nilai diatas > 0,70 agar dinyatakan reliabel.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Seabank

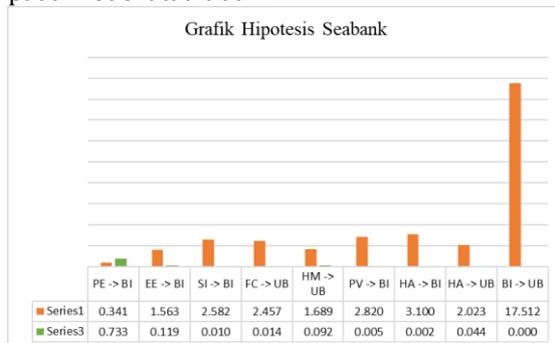
	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Hasil
PE	0.716	0.841	Reliabel
EE	0.841	0.904	Sangat Reliabel
SI	0.808	0.885	Reliabel
FC	0.788	0.876	Reliabel
HM	0.721	0.843	Reliabel
PV	0.726	0.843	Reliabel
HA	0.834	0.900	Sangat Reliabel
BI	0.744	0.854	Reliabel
UB	0.762	0.863	Reliabel

Sumber: (Hasil Penelitian,2025)

Berdasarkan tabel 5, hasil uji reliabilitas dengan menggunakan nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability*, seluruh variabel yang dianalisis dinyatakan reliabel karena telah memenuhi syarat dengan nilai lebih dari 0,7 .

### 3) Uji Path Coefficient Seabank

Setiap variabel dievaluasi untuk mengetahui hubungan antar variabel. Pengujian *path coefficient* diuji dengan cara melihat ambang batas atau minimum P values lebih kecil 0.05 dan T-Statistik lebih besar 1,96 untuk menyatakan apakah jalur (*Path*) yang dimaksud memiliki efek pada model atau tidak.



Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

Gambar 2. Hasil Uji Path Coefficient Seabank

Berdasarkan gambar 2, pengujian hipotesis yang diperoleh dengan menjalankan program *bootstrapping*, pembahasan hipotesis sebagai berikut:

#### H1 : pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention*

H1 mempunyai nilai *p-value* bernilai negatif 0,733 dan *t-statistiknya* 0,341, sehingga hipotesis ini **H<sub>0</sub> diterima** dan **H<sub>1</sub> ditolak**. Artinya, tidak ada hubungan positif signifikan antara variabel PE dan BI. Ini menunjukkan bahwa fitur-fitur seabank dinilai belum mampu memberikan manfaat yang dapat meningkatkan kinerja individu khususnya dalam proses digital.

#### H2 : pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention*

Pada hipotesis ini memiliki nilai *p-value* bernilai negatif 0,119 dan *t-statistiknya* 1,563, menyatakan **H<sub>0</sub> diterima** dan **H<sub>1</sub> ditolak** sehingga H2 menyatakan bahwa variabel *effort expectancy* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention*. *Effort expectancy* tidak memberikan pengaruh dalam meningkatkan minat mereka untuk menggunakan aplikasi seabank.

#### H3 : pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention*

Nilai *p-value* hipotesis ini bernilai positif 0,010 dan *t-statistiknya* 2,582, sehingga **H<sub>0</sub> ditolak** dan **H<sub>1</sub> diterima** yang menyatakan *social influence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention*. Artinya, kuatnya pengaruh yang diberikan lingkungan sekitar terhadap calon pengguna, maka akan menimbulkan minat yang kuat terhadap pengadopsian teknologi.

#### H4 : pengaruh *facilitating conditions* terhadap *use behavior*

Hasil hipotesis ini mendapatkan nilai *p-value* positif 0,014 dan *t-statistiknya* 2,457 sehingga **H<sub>0</sub> ditolak** dan **H<sub>1</sub> diterima**. Dapat diartikan, *facilitating conditions* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*. Sehingga, fasilitas seperti ponsel, internet dan kemampuan menggunakan teknologi yang memadai mampu mendorong pengguna untuk terus menggunakan seabank.

#### H5 : pengaruh *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention*

H5 memperoleh nilai *p-value* bernilai negatif 0,092 dan *t-statistiknya* 1,689, sehingga **H<sub>0</sub> diterima** dan **H<sub>1</sub> ditolak**. Artinya, tidak ada hubungan positif signifikan antara variabel HM dan BI. Ini menunjukkan bahwa faktor kenyamanan dan kesenangan yang didapatkan dari penggunaan seabank tidak meningkatkan minat pengguna.

#### H6 : pengaruh *price value* terhadap *behavioral intention*

Pada hipotesis ini memiliki nilai *p-value* bernilai negatif 0,005 dan *t-statistiknya* 2,820, menyatakan **H<sub>0</sub> ditolak** dan **H<sub>1</sub> diterima** sehingga H2 diartikan variabel *price value* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention*. Dapat ditarik kesimpulan *price value* akan bernilai positif apabila sistem memberikan manfaat yang lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan.

#### H7 : pengaruh *habit* terhadap *behavioral intention*

Nilai *p-value* hipotesis ini bernilai positif 0,002 dan *t-statistiknya* 3,100, sehingga **H<sub>0</sub> ditolak** dan

H<sub>1</sub> **diterima** yang menyatakan *habit* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention*. Artinya, semakin tinggi tingkat kebiasaan pengguna akan mempengaruhi minat penggunaan secara signifikan.

**H<sub>8</sub> : pengaruh *habit* terhadap *use behavior***

Hasil hipotesis ini mendapatkan nilai *p-value* positif 0,044 dan *t-statistiknya* 2,023 sehingga H<sub>0</sub> **ditolak** dan H<sub>1</sub> **diterima**. Dapat diartikan, *habit* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*. Apabila pengguna memiliki kebiasaan dan pengalaman akan suatu teknologi akan mendorong untuk terus menggunakannya.

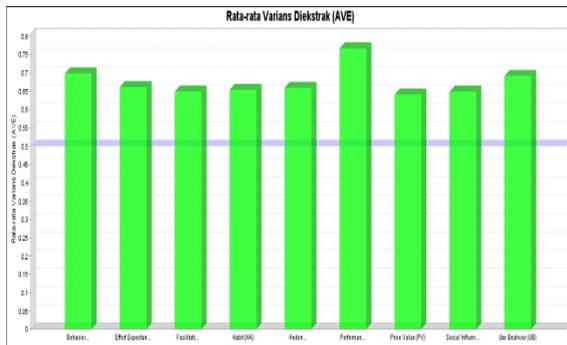
**H<sub>9</sub> : pengaruh *behavioral intention* terhadap *use behavior***

Jalur ini H<sub>0</sub> **ditolak** dan H<sub>1</sub> **diterima** karena mempunyai nilai *p-value* 0,000 dan *t-statistiknya* 17,512, sehingga dinyatakan *behavioral intention* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*. Dengan kata lain, semakin tinggi niat atau keinginan seseorang untuk menggunakan seabank, maka semakin besar kemungkinan individu tersebut akan terus menggunakannya dalam aktivitas finansial mereka

Selanjutnya adalah analisis data bank jago dilakukan menggunakan SEM-PLS melalui perangkat lunak SmartPLS. Terdapat beberapa hal yang akan dianalisis, meliputi validitas, reliabilitas dan uji hipotesis.

1) Uji Validitas Bank Jago

Uji validitas dilakukan untuk menjamin bahwa hasil dari penelitian ini benar-benar mewakili apa yang ingin diukur. Hal ini dibuktikan melalui nilai *loading factor* yang melebihi 0,7 serta nilai *Average Variance Extracted (AVE)* yang berada di atas 0,5.



Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

Gambar 3. Hasil Grafik AVE Bank Jago

Pada gambar 3 dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini telah terbukti valid, karena masing-masing memiliki nilai AVE yang melebihi 0,5. Selain itu, hasil pengukuran *loading factor* menunjukkan adanya korelasi yang kuat, sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

2) Uji Reliabilitas Bank Jago

Dalam penggunaan instrumen SmartPLS, pengujian reliabilitas konstruk dilakukan dengan melihat nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Suatu konstruk dapat dikatakan reliabel apabila kedua nilai tersebut melebihi angka 0,70 sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Bank Jago

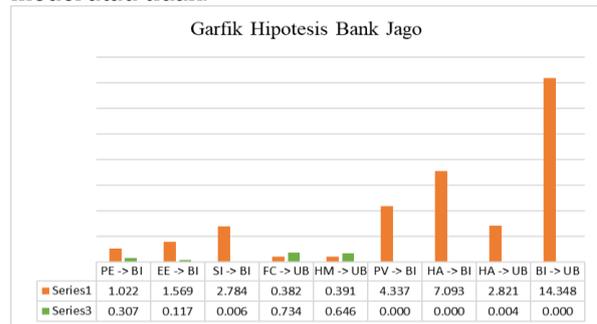
	Cronbach Alpha	Composite Reliability	Hasil
PE	0.848	0.908	Sangat Reliabel
EE	0.744	0.854	Reliabel
SI	0.725	0.928	Sangat Reliabel
FC	0.728	0.844	Reliabel
HM	0.741	0.853	Reliabel
PV	0.717	0.842	Reliabel
HA	0.735	0.850	Reliabel
BI	0.782	0.874	Reliabel
UB	0.777	0.870	Reliabel

Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

Berdasarkan tabel 7, hasil uji reliabilitas yang didasarkan pada nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability menunjukkan bahwa semua variabel yang dianalisis tergolong reliabel, karena masing-masing memiliki nilai di atas 0,7 sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

3) Uji Path Coefficient Bank Jago

Setiap variabel dianalisis untuk mengevaluasi hubungan antar variabel dalam model. Pengujian *path coefficient* dilakukan dengan memperhatikan nilai *p-value* yang harus kurang dari 0,05 dan nilai T-Statistik yang harus melebihi 1,96, guna menentukan apakah jalur yang diuji memiliki pengaruh signifikan terhadap model atau tidak.



Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

Gambar 4. Hasil Uji Path Coefficient Bank Jago

Berdasarkan gambar 3, pengujian hipotesis yang diperoleh dengan menjalankan program *bootstrapping*, pembahasan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>1</sub> : pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention***

Hipotesis H<sub>1</sub> memiliki nilai *p-value* sebesar 0,307 dan *t-statistik* sebesar 1,022, sehingga H<sub>0</sub>

**diterima** dan  $H_1$  **ditolak**. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat hubungan positif yang signifikan antara variabel PE dan BI. Dengan kata lain, fitur-fitur yang dimiliki oleh aplikasi Seabank belum dianggap mampu memberikan manfaat yang signifikan dalam meningkatkan kinerja individu, khususnya dalam aktivitas digital.

#### **H2 : pengaruh effort expectancy terhadap behavioral intention**

Hipotesis ini menunjukkan nilai p-value sebesar 0,117 dan t-statistik sebesar 1,569, sehingga  $H_0$  **diterima** dan  $H_1$  **ditolak**. Dengan demikian, H2 menyatakan bahwa variabel effort expectancy tidak berpengaruh secara signifikan terhadap behavioral intention. Artinya, kemudahan penggunaan aplikasi Seabank tidak memberikan kontribusi yang berarti dalam mendorong minat pengguna untuk menggunakannya.

#### **H3 : pengaruh social influence terhadap behavioral intention**

Hipotesis ini memiliki nilai p-value sebesar 0,006 dan t-statistik sebesar 2,784, sehingga  $H_0$  **ditolak** dan  $H_1$  **diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap behavioral intention. Dengan kata lain, semakin kuat dorongan dari lingkungan sekitar, maka semakin besar kecenderungan seseorang untuk tertarik dalam mengadopsi teknologi.

#### **H4 : pengaruh facilitating conditions terhadap use behavior**

Hasil hipotesis ini menunjukkan nilai p-value sebesar 0,734 dan t-statistik sebesar 0,382, sehingga  $H_0$  **diterima** dan  $H_1$  **ditolak**. Artinya, facilitating conditions tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap use behavior. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pengguna telah memiliki akses terhadap fasilitas seperti ponsel, jaringan internet, dan kemampuan menggunakan teknologi, faktor-faktor tersebut tidak cukup untuk mendorong penggunaan aplikasi Seabank secara langsung. Kemungkinan, pengguna merasa bahwa keberadaan fasilitas tersebut sudah menjadi hal yang umum atau standar, sehingga tidak lagi menjadi faktor penentu utama dalam perilaku penggunaan.

#### **H5 : pengaruh hedonic motivation terhadap behavioral intention**

H5 menunjukkan nilai p-value sebesar 0,646 dan t-statistik sebesar 0,391, sehingga  $H_0$  **diterima** dan  $H_1$  **ditolak**. Hal ini menandakan tidak adanya hubungan positif yang signifikan antara variabel HM dan BI. Dengan kata lain, kenyamanan dan kesenangan yang diperoleh dari penggunaan aplikasi Seabank belum cukup untuk mempengaruhi minat pengguna secara signifikan, mungkin karena faktor lain yang lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi.

#### **H6 : pengaruh price value terhadap behavioral intention**

Hipotesis ini menunjukkan nilai p-value sebesar 0,000 dan t-statistik sebesar 4,337, sehingga  $H_0$  **ditolak** dan  $H_1$  **diterima**. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel price value memiliki pengaruh yang signifikan terhadap behavioral intention. Hipotesis ini diterima karena pengguna merasakan bahwa nilai yang didapatkan sebanding atau melebihi pengeluaran mereka, sehingga memotivasi mereka untuk menggunakan aplikasi tersebut.

#### **H7 : pengaruh habit terhadap behavioral intention**

Hipotesis ini memperoleh nilai p-value sebesar 0,000 dan t-statistik sebesar 7,093, sehingga  $H_0$  **ditolak** dan  $H_1$  **diterima**. Ini menunjukkan bahwa variabel habit berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention. Dengan kata lain, hipotesis ini diterima karena kebiasaan yang sudah terbentuk menjadi faktor penting yang mendorong konsistensi dan ketertarikan pengguna dalam pemakaian aplikasi.

#### **H8 : pengaruh habit terhadap use behavior**

Hasil pengujian hipotesis ini menunjukkan nilai p-value sebesar 0,004 dan t-statistik sebesar 2,821, sehingga  $H_0$  **ditolak** dan  $H_1$  **diterima**. Hal ini mengindikasikan bahwa habit memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap use behavior. Dengan kata lain, diterima karena kebiasaan dan pengalaman pengguna menjadi faktor kunci yang memperkuat perilaku penggunaan secara berkelanjutan.

#### **H9 : pengaruh behavioral intention terhadap use behavior**

Pada jalur ini,  $H_0$  **ditolak** dan  $H_1$  **diterima** karena nilai p-value sebesar 0,000 dan t-statistik mencapai 14,348, menunjukkan bahwa behavioral intention berpengaruh positif dan signifikan terhadap use behavior. Artinya, hipotesis ini diterima karena niat yang kuat menjadi pendorong utama dalam membentuk dan mempertahankan perilaku penggunaan aplikasi secara berkelanjutan.

Hasil penelitian oleh (Imamah et al., 2024), yang juga menemukan bahwa effort expectancy, facilitating conditions, dan hedonic motivation tidak mempengaruhi minat penggunaan. Perbedaannya, penelitian ini menemukan bahwa facilitating conditions berpengaruh signifikan terhadap use behavior pada Seabank, sementara penelitian Nur Tsalitsna Imamah dkk. justru menyatakan tidak berpengaruh.

Pada penelitian Amelia & Kurniawan (2023) menemukan bahwa facilitating conditions, performance expectancy dan hedonic motivation

tidak signifikan pada Bank Jago. Sedangkan pada hasil penelitian ini variabel yang tidak berpengaruh signifikan *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating conditions* dan *hedonic motivation*. Penelitian ini juga tidak memasukkan *perceived risk* sebagai variabel, sehingga tidak membandingkan pengaruhnya.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dijelaskan diatas, berikut adalah ringkasan perbandingan Seabank dan Bank Jago dalam bentuk tabel.

Tabel 7. Perbandingan Uji Hipotesis

Hipo tesis	Hub Variabel	Seabank	Bank Jago
H1	PE -> BI	Ditolak	Ditolak
H2	EE -> BI	Ditolak	Ditolak
H3	SI -> BI	Diterima	Diterima
H4	FC -> UB	Diterima	Ditolak
H5	HM -> BI	Ditolak	Ditolak
H6	PV -> BI	Diterima	Diterima
H7	HA -> BI	Diterima	Diterima
H8	HA -> UB	Diterima	Diterima
H9	BI -> UB	Diterima	Diterima

Sumber : (Hasil Penelitian, 2025)

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian pada aplikasi perbankan digital Seabank dan Bank Jago, diketahui bahwa variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *hedonic motivation* tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Temuan ini menunjukkan bahwa fitur-fitur yang disediakan belum sepenuhnya dianggap meningkatkan kinerja pengguna, *effort expectancy* belum menjadi alasan utama untuk menggunakan aplikasi, serta aspek kenyamanan dan kesenangan juga belum cukup mendorong minat pengguna.

Di sisi lain, penelitian ini menemukan bahwa *social influence*, *price value*, dan *habit* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat maupun perilaku penggunaan. Selain itu, *facilitating conditions* hanya berpengaruh signifikan pada perilaku penggunaan aplikasi Seabank, tetapi tidak pada Bank Jago. Variabel *behavioral intention* juga terbukti menjadi prediktor paling kuat yang mendorong perilaku penggunaan, yang berarti semakin tinggi niat seseorang untuk menggunakan aplikasi, semakin besar kemungkinan aplikasi tersebut akan terus digunakan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa faktor *social influence*, *price value*, *habit*, dan *behavioral intention* merupakan elemen utama yang menentukan keberhasilan adopsi aplikasi perbankan digital. Sebaliknya,

*performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *hedonic motivation* belum terbukti signifikan. Temuan ini memberikan masukan penting bagi pengembang aplikasi dan pembuat kebijakan untuk lebih fokus menguatkan pengaruh sosial, membangun kebiasaan positif pengguna, serta menghadirkan manfaat nyata yang dirasakan lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan.

**REFERENSI**

Aldo. (2024, November 2). *Akun Bank Jago Terkunci/Terblokir Tiba-tiba*. Media Konsumen. <https://mediakonsumen.com/2024/11/02/surat-pembaca/akun-bank-jago-terkunci-terblokir-tiba-tiba>

Aminah, S., Aditya, A., & Kanthi, Y. A. (2024). The Role of UTAUT2 in Understanding Technology Adoption: A Study of the Merdeka Mengajar Platform Among Indonesian Teachers. *Teknika*, 13(3), 460–470. <https://doi.org/10.34148/teknika.v13i3.1082>

Aransyah, M. F., & Desvira, N. S. (2023). Analysis of Factors Influencing Interest and Behavior in Using ShopeePay Features Using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) Model. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 12(2), 178–191. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v12i2.1594>

Bank Indonesia. (2024, April 27). *Laporan Kebijakan Moneter Triwulan I 2024*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Pages/Laporan-Kebijakan-Moneter-Triwulan-I-2024.aspx>

Bank Jago. (n.d.). *Apakah Sebenarnya Jago?* Retrieved November 3, 2024, from <https://www.jago.com/id/support/faq/apakah-sebenarnya-jago>

Christiani, N., Anggela, P., & Uslianti, S. (2024). Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Penggunaan Aplikasi SEABANK. In *INTEGRATE: Industrial Engineering and Management System* (Vol. 8, Issue 2). <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jtinUNTAN/editor/issueToc/2466-218->

Fitria, R., & Ikhwan, M. (2023). Sistem Informasi Pengukuran Matriks Iso Usability Testing Berbasis Web: Studi Kasus Shopee. *JIK*, 7(2).

- Hidayat, M. T., Aini, Q., & Fetrina, E. (2020). Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus) (User Acceptance of E-Wallet Using UTAUT 2-A Case Study). In *Jurnal Nasional Teknik Elektro dan Teknologi Informasi* | (Vol. 9, Issue 3).
- Hilale, H., & Chakor, A. (2024). *elsevier 1. Acceptance of Electronic Payment Systems: A Critical Review Forward a Parsimonious Model Including Vertical and Horizontal Cultural Orientations.*
- Imamah, N. T., Pratama, A., & Faroqi, A. (2024). Evaluasi Faktor-Faktor Penerimaan Aplikasi Seabank Menggunakan Model UTAUT2. *Jurnal Fasilkom*, 14(2). <https://ejurnal.umri.ac.id/index.php/JIK/article/view/7391>
- Maringan Siahaan, A., & Miharja, S. (2022). *Perancangan Aplikasi Buku Cerita Bergerak Menggunakan Metode Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT): Vol. XI (Issue 1).* <http://ejournal.stmik-time.ac.id>
- Masudin, I., Restuputri, D. P., & Syahputra, D. B. (2023). Analysis of Financial Technology User Acceptance Using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Method. *Procedia Computer Science*, 227, 563-572. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.10.559>
- Populix. (2024, July 31). *Seperti Apa Penggunaan Bank Digital di Indonesia?* Populix. <https://info.populix.co/articles/bank-digital-di-indonesia/>
- Putri Amelia, T., & Kurniawan, D. (2024). Penerapan Model Modifikasi UTAUT2: Perceived Risk dalam Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Niat Penggunaan Bank Digital Jago. *Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknik Informatika (JURASIK)*, 9(1), 70-81. <https://tunasbangsa.ac.id/ejurnal/index.php/jurasik>
- Seabank. (n.d.). *Apa itu aplikasi SeaBank?* Seabank. Retrieved November 3, 2024, from <https://www.seabank.co.id/pusat-bantuan/artikel/10068-apa-itu-aplikasi-seabank>
- Seabank. (2023). *Strengthening Collaboration, Expanding Reach* (Manager Seabank, Ed.). Manager Seabank. [https://appmanager.seabank.co.id/seamoney/bke/app-manager/live/front\\_low\\_code/20240514/444724647615454047.pdf](https://appmanager.seabank.co.id/seamoney/bke/app-manager/live/front_low_code/20240514/444724647615454047.pdf)
- Yudhita Valen Prasarry, Reagen Yohanes Sayoga, Frihardina Marsintauli, & Dessy Handayani. (2023). Investasi Digital Reksa Dana dengan Model Unified Theory Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Pada Generasi Y dan Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 24(1). <https://doi.org/10.30596/jimb.v24i1.14451>