

**MINAT GENERASI Z PADA BANK JAGO:
PERAN KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN**



SKRIPSI

Karya Tulis Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen

Disusun Oleh :

CINTIA PUSPITA SARI

12211317

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BANK BPD JATENG**

2025

MINAT GENERASI Z PADA BANK JAGO: PERAN KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN

Cintia Puspita Sari
12211317

Program Studi Manajemen STIE Bank BPD Jateng
E-mail: cintiasaa97@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan pengguna, kepercayaan dan keamanan terhadap minat nasabah aplikasi Bank Jago di wilayah kota Semarang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan data primer dengan sampel sebanyak 100 responden. Metode sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Teknik analisis data penelitian ini menguji uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis dengan menggunakan SPSS (*Statistical Package for the Social Science*). Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah aplikasi Bank Jago. Kepercayaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat nasabah aplikasi Bank Jago. Dan keamanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat nasabah aplikasi Bank Jago.

Kata kunci: kemudahan pengguna, kepercayaan, keamanan, minat nasabah

Abstract

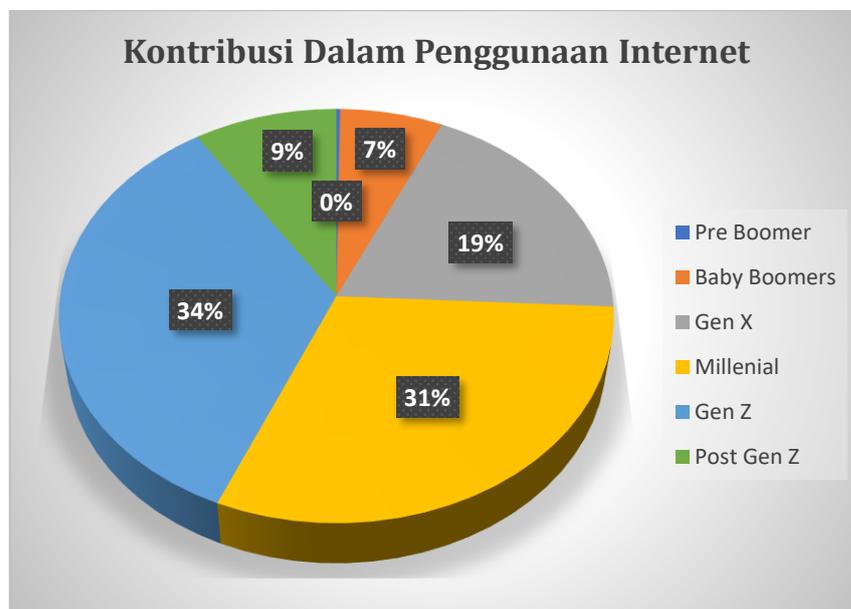
This study aims to analyze the effect of ease of use, trust and security on the interest of Bank Jago application customers in the city of Semarang. This study is a quantitative study using primary data with a sample of 100 respondents. The sample method in this study uses a non-probability sampling technique, namely purposive sampling. The data analysis technique of this study tests the validity and reliability test, the classical assumption test, the multiple linear regression analysis test and the hypothesis test using SPSS (Statistical Package for the Social Science). Based on the results of this study, it shows that ease of use has a positive and significant effect on the interest of Bank Jago application customers. Trust has a negative and insignificant effect on the interest of Bank Jago application customers. And security has a positive and insignificant effect on the interest of Bank Jago application customers.

Keyword: ease of use, trust, security, customer interest

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pandangan dunia beberapa waktu terakhir. Diawali dengan penemuan komputer yang revolusioner, dunia telah memasuki era digital dengan berbagai inovasi teknologi termasuk pesatnya perkembangan Internet. Revolusi digital ini telah membawa perubahan signifikan dalam cara orang berinteraksi, bekerja, dan belajar. Kebutuhan masyarakat modern akan konektivitas internet memiliki konsekuensi positif dan negatif (Nabillah, et al, 2021). Kehadiran konektivitas internet telah memungkinkan kita untuk terhubung secara instan dengan siapa pun di dunia. Jutaan data dan informasi tanpa batas tersedia hanya dengan beberapa ketukan di layar gadget. Berkat adanya otomatisasi dan digitalisasi proses kerja lebih menjadi efisien.

Pada awal tahun 2024, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221,5 juta jiwa. Dari jumlah tersebut, Gen Z (lahir antara tahun 1997 dan 2012, usia 12 hingga 27 tahun) merupakan kelompok usia yang paling banyak terkoneksi internet. Hal ini sesuai dengan laporan terbaru bertajuk “Survei Adopsi Internet Indonesia 2024” yang baru-baru ini dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Survey ini dilakukan berdasarkan kelompok generasi, mulai dari Pre Boomer (kelahiran <1945 atau usia lebih dari 79 tahun), Baby Boomers (1946-1964 atau usia 60-78 tahun), Gen X (1965-1980 atau usia 44-59 tahun), Millennial (1981-1996 atau usia 28-43 tahun), Gen Z (1997-2012 atau usia 12-27 tahun), dan terakhir Post Gen Z (>2013 atau usia kurang dari 12 tahun). Berikut ini adalah hasil survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).



Gambar 1. Kontribusi Dalam Penggunaan Internet

Sumber: Dok.APJII

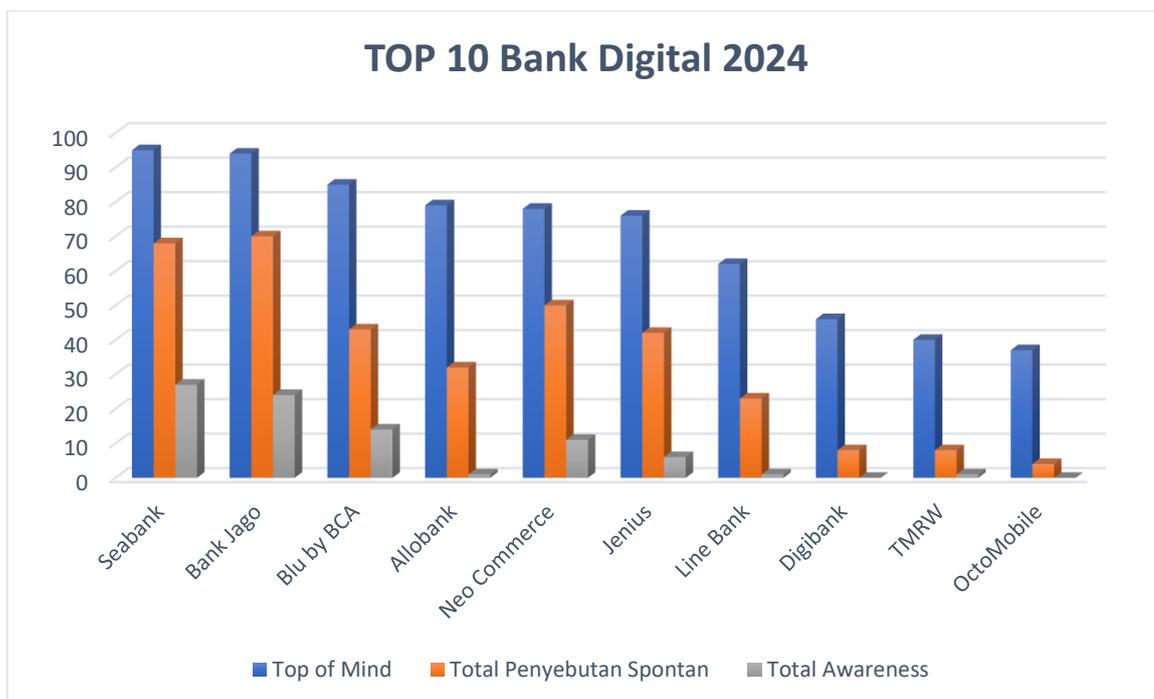
Berdasarkan hasil data diatas, menunjukkan Generasi Z mendominasi sebagai generasi yang banyak berkontribusi dalam penggunaan internet dengan perolehan 34,4%. Hal ini karena Generasi Z merupakan generasi pertama yang tumbuh dengan akses internet dan teknologi digital di usia muda. Ini menunjukkan bahwa Generasi Z sangat akrab dengan teknologi dan internet dalam kehidupan sehari-hari. Kemudian disusul oleh Generasi

Millennial dengan perolehan 30,62% dan Generasi X dengan perolehan 18,98%. Kemajuan teknologi mempunyai efek yang sifatnya *multiplier* (pengganda), yang artinya kemajuan teknologi menyebabkan kemajuan di bidang lainnya. (Wibowo et al., 2024).

Dengan adanya kemajuan teknologi, hampir seluruh sektor bertransformasi menjadi digital. Salah satu sektor yang mengalami transformasi digital adalah pada sektor perbankan. Transformasi digital industri perbankan menjadi prioritas dan salah satu strategi untuk meningkatkan persaingan (Linggadjaya et al., 2022). Dulu, transaksi pada perbankan hanya bisa dilakukan di kantor saja. Namun dengan adanya perkembangan teknologi memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja. Digitalisasi perbankan mempermudah nasabah dalam membuka rekening, membayar tagihan, hingga berinvestasi secara online hanya dengan beberapa klik saja. Transformasi digital tidak hanya memudahkan bagi nasabah, juga memberikan kemudahan dan meningkatkan efisiensi bagi operasional bank. Selain itu, perkembangan teknologi pada sektor perbankan memungkinkan untuk melakukan inovasi-inovasi baru seperti, *internet banking*, *mobile banking*, dan *digital bank*. Manfaat pengurangan biaya dan peningkatan keunggulan kompetitif akan meningkatkan kemungkinan bank mengadopsi inovasi dalam perbankan digital (Yudhanto et al., 2022). Digital bank hadir sebagai pelopor dalam menghadirkan inovasi-inovasi perbankan yang lebih radikal. Dengan fokus sepenuhnya pada layanan digital, digital bank mampu bergerak lebih maju dan responsif terhadap kebutuhan konsumen. Inovasi-inovasi yang menjadi ciri khas digital bank adalah pembukaan rekening secara online, fitur-fitur layanan unik yang dapat membantu nasabah dapat mengelola keuangan, dan penggunaan teknologi baru seperti *blockchain*, AI, big data untuk meningkatkan keamanan dan efisiensi layanan.

Fenomena yang sedang marak terjadi baru-baru ini pada Bank Jago adalah adanya kasus pembobolan 112 akun nasabah yang dilakukan oleh mantan karyawannya. Mantan karyawan tersebut telah melakukan pembukaan blokir akun rekening nasabah secara ilegal dengan memerintahkan *Agent Command Center* untuk membuka blokir lalu disetujui oleh *Agent Command Center*, hal tersebut disetujui karena mantan karyawan Bank Jago mempunyai kewenangan sebagai *contact center specialist* Bank Jago. Dari perbuatan tersebut, mantan karyawan Bank Jago membobol 112 akun nasabah dengan sejumlah uang sebesar Rp1.397.280.711 yang kemudian dialihkan ke rekening penampungan yang sudah disiapkan oleh mantan karyawan tersebut. Peristiwa ini menggemparkan dan menjadi sorotan publik karena hal ini melibatkan pelanggaran kepercayaan nasabah pada institusi perbankan. Dampak dari kasus tersebut sangat luas, tidak hanya bagi nasabah akan tetapi bagi reputasi Bank Jago dan juga bagi industri perbankan. Kepercayaan dan keamanan terhadap data diri nasabah menjadi terguncang, sehingga hal tersebut dapat mengurangi minat masyarakat terhadap layanan perbankan digital (Mkh, 2024).

Berikut ini adalah top 10 bank digital yang ada di Indonesia pada tahun 2024:



Gambar 2. Top 10 Bank Digital Tahun 2024
Sumber: *Populix.co*

Berdasarkan data diatas Bank Jago menduduki urutan ke-2 dan total penyebutan spontan paling banyak pada bank digital. Hal ini dikarenakan Bank Jago menjadi bank berbasis teknologi (*tech-based-bank*) dengan peringkat tertinggi pada jajaran bank terbaik. Bank Jago menduduki urutan ke-2 karena inovasi yang dilakukan dan kemampuannya untuk beradaptasi di era digital ini. Untuk mempertahankan posisi tersebut dan agar menjadi posisi pertama, bank jago dapat fokus pada kolaborasi dengan platform digital lain, memberikan pengalaman pengguna yang lebih intuitif serta memperluas layanan dan fitur sesuai dengan kebutuhan nasabah. Bank Jago merupakan transformasi dari Bank Artos Indonesia yang terbentuk pada tahun 1992 yang dimiliki oleh keluarga Arto Hardy, kemudian pada tahun 2016 Bank Artos Indonesia melantai di Bursa Efek Indonesia (BEI). Bank Artos Indonesia pada tahun 2019 mengalami perubahan pada pemegang saham yang dilakukan oleh 2 perusahaan keuangan besar, yaitu PT Metamorfosis Ekosistem Indonesia (MEI) milik Jerry Ng dan Wealth Track Technology Limited (WTT) milik patrick Sugito dengan masing-masing memiliki total kepemilikan 51%, yang artinya keduanya menjadi pemegang saham pengendali perusahaan. Lalu pada tahun 2020, perusahaan Bank Artos Indonesia bertransformasi menjadi PT Bank Jago Tbk, dan di tahun ini juga GoTo Gojek Tokopedia Tbk (GOTO) lewat PT Dompot Karya Anak Bangsa (Gopay) masuk menjadi pemegang saham strategis non pengendali dengan kepemilikan sebesar 22,16%. Salah satu inovasi dari Bank Jago adalah rekening yang sering disebut 'kantong'. Kantong Tabungan merupakan fitur dari Bank Jago yang bisa digunakan ketika ingin menyisihkan uang untuk mencapai berbagai tujuan *financial*.

Dalam aplikasi Bank Jago kantong jago memiliki 5 jenis seperti, **kantong nabung** yang digunakan ketika ingin menabung dengan berbagai tujuan dan kantong ini bisa dibuat hingga 20 kantong nabung. Kedua **kantong terkunci**, kantong ini hampir mirip dengan kantong nabung akan tetapi memiliki periode waktu tertentu mulai dari 14 hari seperti deposito berjangka dan kantong terkunci memiliki bunga yang lebih besar daripada

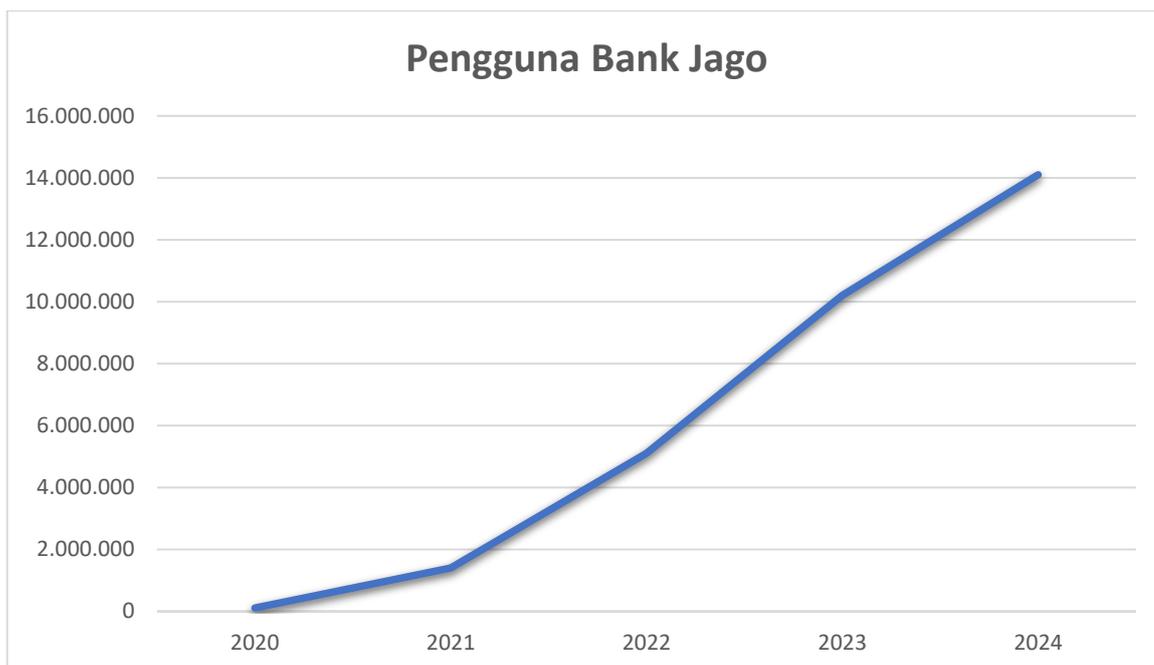
kantong nabung. Ketiga **kantong bayar**, kantong ini digunakan terkait dengan pengeluaran yang bisa dihubungkan dengan kartu debit jago visa dan bisa dibuat hingga 20 kantong bayar. Keempat **kantong bersama**, kantong ini digunakan ketika ingin melakukan kolaborasi keuangan dengan siapapun. Dan yang kelima **kantong berbagi**, kantong ini berguna ketika ingin berbagi amplop uang digital dan bisa disertai dengan kartu ucapan.

Minat adalah suatu ketertarikan terhadap sesuatu. Minat ini didorong oleh tingkat kesadaran yang tinggi dan keinginan yang kuat untuk mencapai suatu tujuan (Iffat & Laksmi, 2023). Minat merupakan hal yang krusial karena jika nasabah tidak berminat pada aplikasi tersebut akan memberikan banyak dampak negatif bagi industri perbankan. Akibatnya terdapat banyak faktor yang berdampak negatif terhadap lemahnya hubungan seperti kemudahan penggunaan, persepsi kepercayaan dan keamanan.

Faktor kemudahan merupakan salah satu faktor yang penting dalam bank digital, karena hal tersebut dapat mempengaruhi minat pengguna. Semakin mudah aplikasi digunakan semakin tinggi pula aplikasi itu diminati. Menurut (Ashary et al., 2022) persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan pengguna bahwa sistem ini dianggap ramah pengguna dan memungkinkan pengguna untuk belajar tanpa kesulitan. Dengan kata lain, kemudahan penggunaan dimungkinkan untuk semua kalangan.

Faktor kepercayaan adalah pengetahuan kognitif tentang suatu objek, sementara sikap adalah perasaan atau respons emosional yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek (Muhamad & Siti, 2016). Yang artinya pengguna pertama-tama mengembangkan kepercayaan pada produk dan kemudian membentuk sikap. Ketika sikap menjadi positif, loyalitas merek tercipta.

Faktor keamanan adalah kunci dalam keberhasilan suatu layanan perbankan. Dengan memberikan keamanan akan memberikan rasa percaya dan nyaman kemudian akan muncul minat nasabah terhadap aplikasi itu. Menurut Kruger & Kearny (2006) dalam (Alif, 2021) Sementara keamanan informasi umumnya berfokus pada perlindungan kerahasiaan, integritas, dan ketersediaan informasi, kesadaran keamanan informasi harus ditangani secara proaktif melalui program kesadaran keamanan sebagai elemen penting dari lingkungan keamanan informasi yang efektif. Ini mengacu pada penciptaan dan pemeliharaan perilaku keamanan yang baik.



Gambar 3. Pengguna Bank Jago Tahun 2020-2024

Sumber: www.jago.com

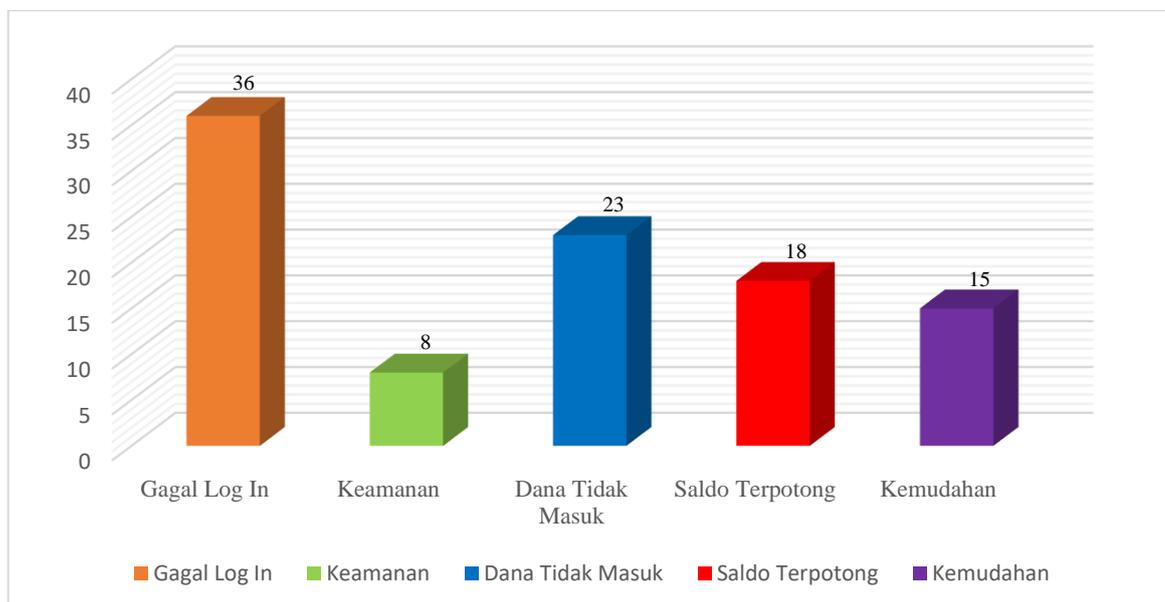
Berdasarkan data diatas pada tahun 2020 jumlah pengguna aplikasi Bank Jago masih berjumlah 110 ribu pengguna. Pada tahun 2021 mengalami kenaikan dengan jumlah 1,4 juta pengguna aplikasi Bank Jago. Pada tahun 2022 mengalami kenaikan hampir 5x lipat dari tahun sebelumnya dengan jumlah pengguna aplikasi Bank Jago 5,1 juta pengguna. Kemudian pada tahun 2023 mengalami kenaikan yang sangat signifikan 5x lipat dari tahun 2022 dengan total jumlah pengguna aplikasi Bank Jago 10,2 juta pengguna. Dan pada tahun 2024 pada kuartal III-2024 mengalami pertumbuhan yang positif dengan jumlah pengguna aplikasi Bank Jago adalah 14,1 juta pengguna.

Dari pernyataan grafik diatas Bank Jago mengalami pertumbuhan pengguna aplikasi dari tahun ke tahun. Perbankan ini memiliki visi ”Menjadi Bank terpercaya dalam menjalin kemitraan dengan dunia usaha untuk mendukung perekonomian Indonesia yang mandiri”. Sedangkan misi nya adalah ”Menyediakan layanan transaksi perbankan yang prima dan dipercaya oleh masyarakat Indonesia serta dunia usaha Nasional. Meyakinkan masyarakat Indonesia untuk melaksanakan transaksi perbankan dengan Bank Nasional. Menjangkau segenap lapisan masyarakat dengan memanfaatkan jaringan mitra usaha melalui sebuah kerjasama yang saling menguntungkan. Melakukan setiap kegiatan perbankan dengan integritas yang luhur”.

Sesuai visi misi diatas, Bank Jago tidak hanya sekedar penyedia jasa keuangan, namun juga ingin berperan aktif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia Seperti misi nya yang memberikan pelayanan prima, menjangkau seluruh lapisan masyarakat, dan menjaga integritas, mendukung visi tersebut dengan memberikan arahan yang jelas tentang bagaimana perusahaan akan mencapai tujuan dukungannya. Secara keseluruhan, visi dan misi perusahaan menunjukkan komitmen yang kuat untuk menciptakan nilai bagi pelanggan, pemegang saham, dan masyarakat secara keseluruhan. Perusahaan ingin menjadi bank yang tidak hanya menguntungkan tetapi juga bertanggung jawab secara

sosial. Dengan fokus pada kualitas layanan, inovasi dan kemitraan, perusahaan berpotensi menjadi salah satu bank terbesar dan paling dihormati di Indonesia.

Walaupun pengguna Bank Jago dari tahun ke tahun secara signifikan terus meningkat, akan tetapi banyak ulasan negatif pada aplikasi Bank Jago. Hal ini dikarenakan sistem pada aplikasi Bank Jago sering terjadi *error*. Terdapat beberapa keluhan nasabah seperti, gagal *log in* yang menyebabkan pengguna merasa kesal terhadap aplikasi Bank Jago serta adanya verifikasi yang terlalu rumit dan banyak, dapat menyebabkan pengguna merasa kesulitan dan kebingungan saat menjalankan aplikasi tersebut. Selain itu juga, banyak keluhan yang dirasakan yaitu saldo yang pengguna miliki seringkali terpotong sendiri tanpa pengguna melakukan transaksi dan ketika melakukan transfer kepada *bank digital* atau bank lain dana yang dikirimkan tidak masuk ke dalam rekening tersebut. Hal tersebut menjadi permasalahan karena Bank Jago merupakan urutan ke-2 pada Top 10 Bank Digital Tahun 2024.



Gambar 4. Data Keluhan Pengguna Bank Jago di Aplikasi *Playstore* Pada Tahun 2024

Sumber: Aplikasi *Playstore* 2024

Berdasarkan gambar diatas, terdapat beberapa keluhan dari pengguna Bank Jago dari rating 1 dan 2, yang diambil sebanyak 100 responden 180 ribu ulasan di *Playstore*. Dari beberapa keluhan terdapat 36 responden menyatakan gagal log in, lalu pada sistem keamanan terdapat 8 responden yang menyatakan ulasan negatif karena data diri pengguna secara tiba-tiba terdaftar pada pinjaman online. Kemudian terdapat 23 responden yang melakukan transfer ke pihak lain dengan status berhasil akan tetapi dana yang dikirimkan tidak masuk ke rekening tersebut. Kemudian ada 18 responden yang menyatakan seringkali kegiatan bertransaksi gagal tetapi pada mutasi saldo pengguna terpotong dan juga saldo pengguna tertahan. Dan keluhan pengguna yang terakhir itu kemudahan yang terdapat 15 responden yang menyatakan Bank Jago memudahkan tetapi setelah update tidak dapat melakukan transaksi. Adanya keluhan penggunaan aplikasi Bank Jago menunjukkan pihak bank belum maksimal dalam memebrikan layanan kepada nasabahnya.

Penelitian yang dilakukan oleh (Joan & Sitinjak, 2019) mengatakan bahwa Persepsi kemudahan penggunaan memiliki positif, dan signifikan terhadap minat penggunaan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital GO-PAY. Dan menurut (Abrilia & Sudarwanto, 2020) Variabel Kemudahan secara positif dan signifikan memiliki pengaruh terhadap Minat menggunakan e-wallet pada aplikasi DANA di Surabaya. Yang artinya pada penelitian keduanya kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Sedangkan menurut (Laloan et al., 2023) Kemudahan Penggunaan tidak berpengaruh terhadap Minat Pengguna.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Rodiah & Melati, 2020) yang menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh (Permana, 2020) Kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh positif terhadap Minat, artinya minat pelanggan tidak dipengaruhi oleh kepercayaan pelanggan. Hal tersebut berarti bahwa pelanggan tidak mempercayai suatu produk, layanan, atau merek yang diberikan sehingga pelanggan tidak tertarik untuk menggunakan atau membeli produk tersebut.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Sutedjo, 2021) mengatakan bahwa Keamanan berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen Mahasiswa/I Gunadarma Kalimantan. Artinya semakin besar Keamanan maka akan meningkatkan Minat Beli konsumen. Namun, menurut penelitian yang dilakukan oleh (Cahyaningtyas & Witono, 2022) menjelaskan bahwa Keamanan tidak berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan e-banking. Seharusnya semakin tinggi tingkat keamananan semakin tinggi pula minat seseorang dalam menggunakan e-banking, akan tetapi disini keamanan tidak mempengaruhi kemungkinan dikarenakan para nasabah sudah percaya terhadap sistem dari bank dan mungkin karena kebutuhan yang lebih penting sehingga system keamanan tidak terlalu dipertimbangkan.

Kemudahan pengguna, kepercayaan, keamanan adalah faktor penting yang untuk diperhatikan, sehingga penelitian ini saya lakukan agar dapat mengetahui pengaruh Kemudahan pengguna, kepercayaan, keamanan terhadap minat menggunakan aplikasi bank jago. Penelitian ini berfokus pada Kota Semarang, ibu kota Provinsi Jawa Tengah yang merupakan pusat kegiatan perekonomian daerah. Sebagai kota dengan dinamika masyarakat yang beragam, Semarang mempunyai peran strategis dalam sektor perekonomian, khususnya sektor perbankan. Sektor perbankan kota ini merupakan salah satu indikator utama perekonomian karena berperan sebagai penggerak transaksi keuangan dan menunjang pertumbuhan ekonomi berbagai sektor.

Sehubungan dengan pernyataan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (I) Apakah kemudahan pengguna terhadap minat nasabah aplikasi Bank Jago? (II) Apakah pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah aplikasi Bank Jago? (III) Apakah pengaruh keamanan terhadap minat nasabah aplikasi Bank Jago? Manfaat penelitian ini sendiri yaitu (I) Secara teoritis, manfaat dari penelitian ini diharapkan bisa sebagai suatu media penerapan pemahaman teoritis dan memberikan kontribusi dalam pengembangan wawasan perbankan dalam kehidupan nyata serta bisa dimanfaatkan untuk bahan refrensi penelitian berikutnya dikemudian hari (II) Manfaat secara praktis dalam penelitian ini bisa memberikan informasi dan bahan kajian yang informatif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah.

2. Kajian Pustaka

2.1 Kajian Teori

Theory Technology Acceptance Model (TAM)

Davis pada tahun 1989 memperkenalkan Theory Acceptance Model (TAM) yang merupakan sebuah model yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana seseorang menerima dan menggunakan suatu teknologi baru. TAM merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Model ini mengasumsikan bahwa niat berperilaku seseorang (dalam hal ini penggunaan teknologi) ditentukan oleh sikap dan norma subjektif seseorang terhadap perilaku tersebut.

TAM kemudian menambahkan dimensi spesifik pada konteks teknis: persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan. Oleh karena itu TAM memberikan kerangka komprehensif untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan seseorang terhadap teknologi. Model TAM berasal dari teori psikologis untuk menjelaskan perilaku pengguna teknologi informasi yang berlandaskan pada kepercayaan (*belief*), Intensi (*Intention*), niat (*intention*) dan hubungan perilaku pengguna (*user behavior relationship*). Teori ini membuat model perilaku seseorang sebagai suatu fungsi dari tujuan perilaku (Sukma et al., 2019).

Model ini sangat populer di bidang ilmu komputer dan ilmu informasi karena memberikan pemahaman menyeluruh tentang faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi. TAM memiliki dua faktor utama yang menjadi dasar penjelasan adopsi teknologi. Yaitu:

1.) Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Sejauh mana pengguna yakin suatu sistem mudah digunakan. Ini menunjukkan seberapa mudah atau sulit bagi pengguna untuk berinteraksi dengan sistem. Semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin besar kemungkinan sistem tersebut diterima oleh pengguna.

2.) Kegunaan yang Dirasakan (*Perceived Usefulness*)

Sejauh mana pengguna percaya bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan kinerja pekerjaan mereka. Hal ini mengacu pada sejauh mana pengguna yakin bahwa sistem akan membantu mereka mencapai tujuan atau menyelesaikan tugas. Semakin nyaman sistemnya, semakin besar kemungkinannya diterima oleh pengguna.

Hubungan dari Kedua unsur ini saling berkaitan dan saling mempengaruhi. Pengguna yang menganggap suatu sistem mudah untuk digunakan cenderung berpikir bahwa sistem tersebut lebih berguna, sehingga semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan maka semakin besar pula manfaat yang dirasakan. Sebaliknya, persepsi kegunaan yang tinggi juga dapat meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan, karena pengguna yang menganggap sistem bermanfaat akan lebih termotivasi untuk mempelajari cara menggunakannya.

Minat Nasabah

Minat adalah kecenderungan atau ketertarikan seseorang terkait dengan suatu objek, aktivitas yang diminati. Minat ini dapat muncul dari berbagai faktor, antara lain

pengalaman pribadi, kebutuhan, nilai-nilai yang diyakini, dan pengaruh lingkungan. Menurut Jogiyanto (2007) yang sebagaimana dikutip (Laloan et al., 2023) Minat penggunaan merupakan keinginan atau alasan seseorang untuk terlibat dalam perilaku tertentu bila ada keinginan kuat untuk melakukannya.

Minat nasabah dalam menggunakan layanan perbankan dan produk keuangan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Berikut adalah beberapa aspek utama yang mempengaruhi minat nasabah antara lain, kenyamanan dan kemudahan akses: nasabah biasanya menikmati kemudahan akses terhadap layanan perbankan digital, seperti layanan perbankan digital yang memungkinkan mereka bertransaksi kapan saja dan dimana saja melalui ponsel. Fitur dan Inovasi Produk: Minat nasabah dapat meningkat jika bank menawarkan fitur-fitur baru dan inovatif seperti Pembayaran digital, transfer uang instan, pinjaman online, investasi digital, dan personalisasi layanan. Semakin canggih dan nyaman fitur yang ditawarkan, maka semakin besar kemungkinan pelanggan menggunakannya. Keamanan dan Privasi: Faktor keamanan adalah salah satu pertimbangan terpenting bagi nasabah. Mereka cenderung memilih layanan perbankan yang menawarkan jaminan keamanan data dan transaksi seperti Autentikasi multi-faktor, enkripsi, dan kebijakan perlindungan data yang ketat. Reputasi dan kepercayaan terhadap bank: Nasabah lebih cenderung tertarik pada bank dengan reputasi baik dan integritas tinggi. Reputasi ini dibangun berdasarkan pengalaman nasabah yang positif, ulasan, dan cara bank menangani masalah dan keluhan.

Menurut (Alma, Buchari, 2011) dalam (Zulkifli, 2019) Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dapat dilihat dari faktor-faktor berikut:

- a.) *Social Factors*, yaitu bentuk-bentuk kelompok berpengaruh dimana individu menjadi anggotanya, seperti kelompok keluarga, lingkaran pertemanan, tetangga, rekan kerja, klub olah raga, klub seni, dan lain-lain.
- b.) *Cultural Factors*, yaitu terdapat pada banyak kelompok, mulai dari kelompok nasional hingga kelompok etnik/suku, yang masing-masing mempunyai kebudayaan dan adat istiadatnya sendiri. Indonesia memiliki budaya seperti Sunda, Jawa, Minang, dan Batak, dan setiap orang memiliki kebiasaan dan preferensi konsumsinya masing-masing.
- c.) *Personal Factors*, yang berkaitan dengan usia, pekerjaan, status, keadaan ekonomi pribadi, gaya hidup, dan kepribadian.
- d.) *Psychological Factors*, yaitu menyangkut motivasi seseorang untuk membeli apakah mengikuti teori motivasi. Juga menyangkut masalah persepsi seseorang terhadap sesuatu.

Kemudahan Pengguna

Kemudahan adalah sejauh mana orang memahami dan menggunakan suatu produk, sistem, atau layanan. Faktor-faktor yang mempengaruhi kemudahan meliputi desain antarmuka yang intuitif, panduan yang jelas, dan proses yang sederhana. Kemudahan penggunaan sangat penting karena dapat mempercepat adopsi teknologi, mengurangi tingkat kesalahan, dan meningkatkan produktivitas. Produk yang mudah digunakan kemungkinan besar akan disukai oleh pengguna dan akan lebih kompetitif di pasar. Jika orang berpikir bahwa suatu sistem informasi sulit digunakan, mereka tidak akan

menggunakannya. Hal yang sama berlaku untuk perbankan digital. Jika suatu sistem sederhana, orang akan mempercayainya dan menggunakannya (Mukhtisar et al., 2021).

Kemudahan pengguna terdapat pada teori penerimaan teknologi dan sudah banyak teruji, seperti pada *Theory Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikenalkan oleh Davis yaitu pada *Perceived Ease of Use* atau Kemudahan Pengguna. Menurut (Hasan & Permana, 2022) menjelaskan bahwa Davis dkk. (1989), Davis (1993) dan Shun Wang dkk. (2003) mendefinisikan kemudahan penggunaan sebagai standar bagi pengguna masa depan untuk mempertimbangkan sebagai sistem bebas hambatan.

Ada beberapa faktor yang memengaruhi kemudahan. Pertama, antarmuka pengguna dengan desain tampilan yang intuitif, sederhana, dan menarik membantu pengguna memahami cara menggunakan produk. Kedua, dokumentasi yaitu petunjuk pengoperasian yang jelas dan mudah dipahami, sangat membantu, terutama untuk fitur yang kompleks. Ketiga, memiliki desain yang konsisten di semua produk membantu pengguna terbiasa dengannya lebih cepat. Nomor empat, kesederhanaan yaitu menghindari terlalu banyak fitur yang rumit. Jika suatu fitur terlalu rumit, akan sulit bagi nasabah untuk menggunakannya. Oleh karena itu, desain yang sederhana akan membantu pengguna terbiasa dengan aplikasi. Kelima, fokus pada fitur yang paling umum digunakan. Berfokus pada fitur yang paling umum digunakan akan membantu nasabah memberi kemudahan dalam menjalankan aplikasi. Fitur umum layanan digital meliputi transfer uang, investasi, pembelian token, dan pinjaman. Memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhi kemudahan pengguna dapat membantu perbankan menciptakan produk yang tidak hanya fungsional tetapi juga menyenangkan.

Kepercayaan

Menurut (Nurdin et al., 2021) Kepercayaan nasabah mendorong mereka untuk memanfaatkan lembaga perbankan. Kepercayaan adalah rasa percaya yang kita miliki terhadap layanan atau produk tertentu. Kepercayaan berasal dari berbagai faktor, termasuk pengalaman pribadi, reputasi, keahlian, integritas, dan lingkungan. Kepercayaan juga merupakan elemen kunci dalam membangun hubungan yang kuat, kolaboratif, dan saling menguntungkan.

Kepercayaan konsumen terhadap layanan perbankan dan bidang layanan lainnya sebenarnya bergantung pada aspek-aspek penting dari karakteristik penyedia layanan. Ada tiga aspek yang penting dari kepercayaan:

1. *Ability* (Kemampuan): Konsumen menilai apakah suatu penyedia jasa mempunyai kemampuan dan kompetensi yang memadai untuk memenuhi kewajibannya dan memberikan pelayanan yang diharapkan mampu memenuhi kewajibannya dan memberikan tingkat kinerja yang diinginkan. Diantaranya adalah kualitas pelayanan, kehandalan, teknologi yang digunakan, profesionalisme dalam memenuhi kebutuhan konsumen, dan lain-lain. Ciri-ciri perbankan digital antara lain keandalan sistem perbankan, kecepatan transaksi, dan kemudahan penggunaan aplikasi.
2. *Integrity* (Integritas): Integritas mengukur sejauh mana suatu perusahaan dapat dipercaya untuk menegakkan etika dan komitmennya kepada konsumen. Ini termasuk transparansi, kejujuran dan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku. Konsumen cenderung memercayai suatu perusahaan apabila mereka melihat perusahaan tersebut jujur dan menyediakan layanan yang dapat diandalkan. Misalnya, bank yang memiliki

kebijakan perlindungan data yang jelas dan tidak menyalahgunakan data nasabah dianggap memiliki reputasi baik

3. *Motivation* (Motivasi): Motivasi di sini berarti niat baik penyedia layanan untuk bertindak sesuai dengan harapan konsumen dan menghindari praktik yang merugikan. Konsumen perlu dapat memercayai bahwa penyedia layanan tidak mempunyai agenda tersembunyi untuk menyakiti mereka. Artinya, pelaku ekonomi harus berkomitmen memberikan pelayanan prima dan mengutamakan kepentingan konsumen. Bank yang secara proaktif mengatasi masalah atau menawarkan solusi yang adil kepada nasabah menunjukkan insentif yang positif.

Keamanan

Keamanan adalah aspek yang sangat penting dalam perbankan digital. Di era yang semakin digital, transaksi perbankan semakin banyak dilakukan secara online. Oleh karena itu, keamanan data nasabah menjadi prioritas utama. Bank digital menerapkan keamanan berlapis untuk melindungi informasi pribadi dan keuangan nasabah dari ancaman dunia maya. Langkah-langkah keamanan umum mencakup enkripsi data, otentikasi dua faktor (2FA), firewall, dan pemantauan aktivitas mencurigakan.

Menurut (Kamarudin & Novianti, 2022) Keamanan berarti nasabah merasa privasi mereka terlindungi dari kejahatan dunia maya dan potensi pencurian data pribadi yang merugikan, dan mereka merasa nyaman menggunakan mobile banking sebagai metode pembayaran. Hal tersebut sesuai dengan PERATURAN OTORITAS JASA KEUANGAN NOMOR 12 /POJK.03/2018 TENTANG PENYELENGGARAAN LAYANAN PERBANKAN DIGITAL OLEH BANK UMUM BAB V PERLINDUNGAN NASABAH Pasal 21 yang menjelaskan ayat (1) Bank penyelenggara Layanan Perbankan Elektronik atau Layanan Perbankan Digital wajib menerapkan prinsip perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud dalam ketentuan peraturan perundangundangan mengenai perlindungan konsumen sektor jasa keuangan (Komisioner & Jasa, 2018).

Prinsip tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa nasabah terlindungi dari potensi risiko seperti kebocoran data, penipuan, atau kerugian finansial yang disebabkan oleh kesalahan dalam layanan perbankan digital. Peraturan ini biasanya diatur oleh lembaga pemerintah seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK). OJK memantau dan memastikan seluruh bank dan lembaga keuangan mematuhi standar perlindungan konsumen, antara lain:

1. **Transparansi:** bank berkewajiban memberikan informasi yang jelas dan dapat dipahami tentang layanan perbankan digital yang mereka tawarkan, termasuk potensi risikonya.
2. **Keamanan Data:** Bank harus menerapkan langkah-langkah perlindungan data yang kuat seperti enkripsi, otentikasi ganda, dan kebijakan privasi yang ketat untuk memastikan keamanan data nasabah.
3. **Penyelesaian Pengaduan:** Bank harus menyediakan mekanisme yang efektif untuk menangani dan menyelesaikan keluhan nasabah mengenai layanan e-banking.
4. **Pencegahan Penipuan:** Bank wajib menerapkan sistem keamanan untuk mencegah penipuan. Ini termasuk memantau transaksi yang mencurigakan dan memberi tahu nasabah ketika aktivitas yang tidak biasa terdeteksi.
5. **Kepatuhan Terhadap Peraturan:** bank harus mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Peraturan OJK tentang Keamanan dan Kepatuhan di Sektor Perbankan.

Semakin tinggi tingkat keamanan yang diberikan suatu perusahaan kepada konsumen/nasabah pengguna mobile banking, maka akan semakin banyak pula nasabah yang berminat untuk melakukan transaksi menggunakan layanan yang ditawarkan tersebut. (Mukhtisar et al., 2021). Namun, nasabah juga harus berperan aktif dalam menjaga keamanan akunnya dengan membuat kata sandi yang kuat, tidak membagikan informasi pribadi kepada orang asing, dan tetap waspada terhadap upaya *phishing*.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Variabel	Metode	Hasil
1.	(Mahmudah & Sukaris, 2024)	Dependen: Minat Nasabah Independen: Fitur layanan, kemudahan, keamanan	Kuantitatif	Hasil pengujian hipotesis yang pertama penelitian menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Hasil pengujian hipotesis yang kedua ini penelitian menunjukkan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Hasil pengujian hipotesis yang ketiga penelitian menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan.
2.	(Pangesti et al., 2024)	Dependen: Minat Nasabah Independen: Persepsi Kemudahan, Manfaat, Keamanan	Kuantitatif	Data penelitian menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat. Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat. Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat. Persepsi nasabah mengenai kemudahan, Manfaat, dan keamanan mempengaruhi minat nasabah demi memanfaatkan layanan

No.	Peneliti	Variabel	Metode	Hasil
				mobile banking PT Bank Sinarmas KCP Batam, yang ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 63,1%. Berbagai faktor lain menyumbang 36,9% sisanya.
3.	(Handinisari & Muhlisin, 2023)	Dependen: Minat Nasabah Independen: Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan	Pendekatan Penelitian Asosiasi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Keamanan dan Kepentingan Transaksi, ada pengaruh yang signifikan antara Kemudahan dan Kepentingan Transaksi, dan ada pengaruh antara Kepercayaan dan Kepentingan Transaksi. Berdasarkan hasil analisis simultan menunjukkan bahwa <i>Security, Ease, Trust</i> secara parsial berpengaruh terhadap Minat Bertransaksi menggunakan layanan mobile banking.
4.	(Fernos & Alfadino, 2021)	Dependen: Minat Nasabah Independen: Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan Pengguna	Kuantitatif	Hasilnya menunjukan bahwa variabel manfaat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dan untuk variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah, selanjutnya untuk kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.
5.	(Utami, 2020)	Dependen: Minat Independen: Persepsi Kemudahan,	Kuantitatif	Hasil analisis menyebutkan bahwa terdapat hubungan antara persepsi kemudahan, kepercayaan, keamanan dan persepsi resiko terhadap minat beli. Hal

No.	Peneliti	Variabel	Metode	Hasil
		Kepercayaan, Keamanan, Risiko		tersebut karena dilihat dari penelitian- penelitian sebelumnya menyatakan bahwa faktor-faktor tersebut besar kemungkinan berpengaruh terhadap minat beli seseorang dalam belanja online dengan menggunakan e-commerce.

Sumber: Penelitian Terdahulu

2.3 Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Kemudahan Pengguna Terhadap Minat Nasabah Aplikasi Bank Jago

Menurut (Fadillah & Mulawarman, 2023) kemudahan yang dirasakan berarti bahwa orang tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan sistem. Ini merujuk pada keyakinan seseorang bahwa sistem dapat memfasilitasi aktivitas tanpa upaya signifikan selama pengoperasian. Jadi faktor kemudahan ini mempengaruhi perilaku. Dengan kata lain, semakin mudah digunakan seseorang memandang suatu sistem, semakin besar kemungkinan mereka memutuskan untuk menggunakannya (Fakhrudin, 2022).

Variabel kemudahan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah, sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Romadon & Nurhapsari, 2020). Berdasarkan teori yang menjadi dasar penelitian ini, hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1 : Kemudahan Pengguna Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Nasabah Aplikasi Bank Jago

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Aplikasi Bank Jago

Kepercayaan atau *trust* memainkan peran yang sangat penting dalam komitmen dan janji. Janji dan komitmen hanya dapat dipenuhi jika bisa direalisasikan pada suatu saat nanti (Haryono, 2022). Jika seseorang sudah percaya akan suatu produk atau layanan, hal tersebut menjadi nilai yang positif bagi perbankan.

Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah, sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Kasman, 2023). Berdasarkan teori yang menjadi dasar penelitian ini, hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H2 : Kepercayaan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Nasabah Aplikasi Bank Jago

Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Nasabah Aplikasi Bank Jago

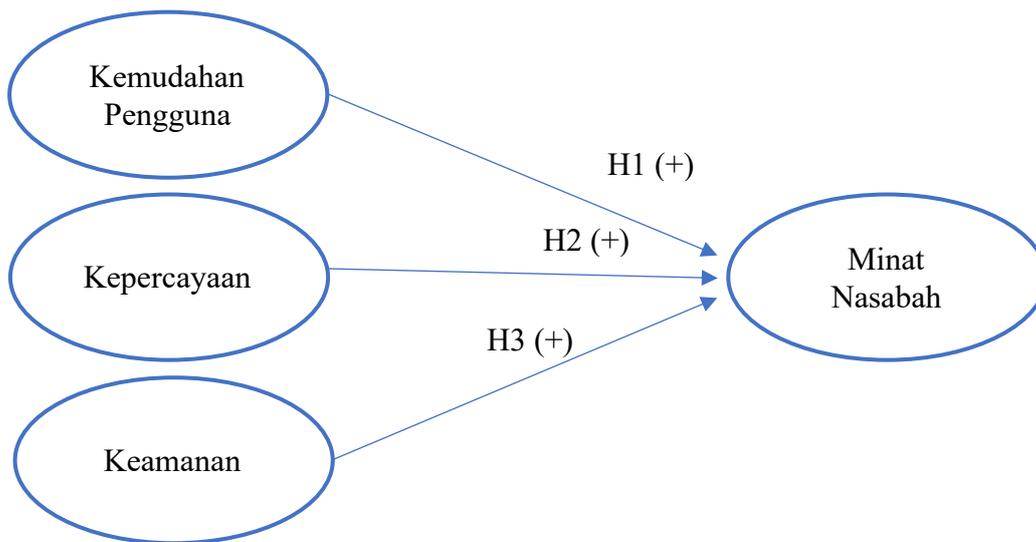
Menurut Susanto, et al, 2013 Keamanan berarti mampu mencegah atau bisa mendeteksi aktivitas penipuan. Hal ini dilakukan dengan menggunakan sistem berbasis informasi, tetapi informasi itu sendiri tidak memiliki arti fisik. (Hasanah & M. Zainal Abidin, 2022). Keamanan merupakan hal yang sangat kompleks dan penting. Karena dengan keamanan yang tinggi dan terjaga akan menciptakan minat penggunaan dan bahkan loyalitas bagi pengguna Bank Jago.

Variabel keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah, sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Pangesti et al., 2024). Berdasarkan teori yang menjadi dasar penelitian ini, hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H3 : Keamanan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Nasabah Aplikasi Bank Jago

2.4 Kerangka Model Penelitian

Berikut adalah kerangka model penelitian, seperti pada gambar dibawah ini.



Gambar 5. Model Penelitian

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian, 2024

3. Metode Penelitian

3.1 Gambaran Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, objek penelitian yang akan diteliti adalah Kota Semarang. Responden yang akan menjadi subjek pada penelitian adalah generasi Z yang menunjukkan minat untuk menggunakan aplikasi Bank Jago.

3.2 Definisi Operasional

Menurut (Dianta & Zusrony, 2019) menjelaskan Definisi Operasional, menurut Saifudin Azwar (2007:72) adalah definisi yang memiliki makna tunggal dan diterima secara objektif ketika indikatornya tidak tampak. Menurut (Putra et al., 2022) Definisi operasional suatu variabel adalah definisi yang diberikan pada suatu variabel untuk tujuan memberi makna atau menentukan tingkat pengetahuan atau keterampilan. Dari kedua penelitian tersebut, bisa disimpulkan bahwa Definisi operasional adalah alat yang sangat penting dalam penelitian. Dengan definisi operasional yang baik, kita bisa memastikan bahwa penelitian kita valid, reliabel, dan bisa direplikasi oleh peneliti lain. Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen melibatkan kemudahan pengguna (X1), kepercayaan (X2) dan keamanan (X3). Sementara itu, variabel dependen adalah minat nasabah (Y).

Tabel 2. Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Indikator	Skala
Kemudahan Pengguna (X1) (Novitasari & Hidayati, 2023); Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa suatu sistem atau teknologi mudah digunakan karena menggunakannya tidak memerlukan kerumitan atau usaha.	Menurut (Anggraeni, 2015): 1. Mudah dipelajari 2. Mudah digunakan 3. Mudah melakukan hal yang diinginkan	Skala Likert: 1-5
Kepercayaan (X2) (Ardhanari & Viphindrartin, 2022); Kepercayaan adalah kesediaan seseorang untuk mengandalkan layanan atau produk dengan risiko tertentu.	Menurut (Qomariah, 2014): 1. Integritas 2. Konsistensi 3. Keterbukaan	Skala Likert: 1-5
Keamanan (X3) (Handoko & Ronny, 2020); Keamanan adalah kemampuan suatu sistem untuk mencegah penggunaan data yang ilegal atau tidak pantas untuk mencegah	Menurut (Raman, 2015): 1. Kerahasiaan data 2. Pengelolaan Data 3. Jaminan keamanan	Skala Likert: 1-5

Variabel Penelitian	Indikator	Skala
penjahat <i>cyber</i> dan peretas.		
Minat Nasabah (Y) (Fahlevi et al., 2022); Minat nasabah adalah keinginan terhadap sesuatu dan keinginan untuk memilikinya. Keinginan didasarkan pada perasaan suka dan senang terhadap suatu objek.	Menurut (Romdhoni & Ratnasari, 2018): 1. Dorongan dari dalam diri individu 2. Motif sosial 3. Faktor emosional atau perasaan.	Skala Likert: 1-5

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian, 2024

3.3 Populasi

Menurut Sugiyono populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi dalam suatu penelitian. Wilayah ini meliputi tentang objek atau subjek yang bisa ditarik kesimpulannya. (Sulistiyowati, 2023). Populasi pada penelitian ini adalah generasi Z yang belum menggunakan aplikasi Bank Jago di Kota Semarang.

Sampel dan Teknik Sampling

Menurut (Sulistiyowati, 2023) Sampel diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian. Jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui pastinya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Lemeshow untuk menentukan ukuran sampel yang optimal. Rumus Lemeshow adalah rumus yang digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti (Rosyida & Priantilianingtiasari, 2023). Dengan Penggunaan rumus ini memungkinkan peneliti memperoleh data yang representatif dari populasi yang heterogen. Dengan demikian, hasil penelitian yang diperoleh dapat digeneralisasikan secara lebih luas.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kemudahan pengguna, kepercayaan dan keamanan terhadap minat nasabah aplikasi bank jago. Untuk mencapai tujuan tersebut, peneliti telah menghitung ukuran sampel menggunakan rumus Lemeshow. Metode ini dipilih karena populasi penelitian memiliki karakteristik yang beragam, sehingga diperlukan sampel yang cukup besar untuk mewakili seluruh variasi dalam populasi. Perhitungan ini mempertimbangkan beberapa faktor, seperti tingkat kepercayaan yang diinginkan, *margin of error* yang dapat ditoleransi, serta estimasi proporsi karakteristik tertentu dalam populasi. Setelah menentukan variabel-variabel yang akan diteliti, langkah selanjutnya adalah menghitung ukuran sampel. Rumus Lemeshow menjadi alat yang sangat penting dalam penelitian ini. Dengan menggunakan rumus ini, peneliti dapat meminimalisir risiko terjadinya kesalahan pengambilan sampel (*sampling error*). Hal ini sangat krusial karena kesalahan pengambilan sampel dapat memengaruhi validitas dan reliabilitas hasil penelitian.

Rumus Lemeshow:

$$n = \frac{Z^2 x P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang dibutuhkan

Z = Skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi = 0,5

d = Alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Berikut ini adalah perhitungan menggunakan Rumus Lemeshow untuk populasi yang tidak diketahui jumlahnya:

$$n = \frac{Z^2 x P(1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 x 0,5(1 - 0,1)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 x 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04 \Rightarrow 100$$

(Dibulatkan menjadi 100)

Dengan menggunakan rumus yang telah diuraikan sebelumnya, diperoleh bahwa penelitian ini membutuhkan 100 sampel. Analisis Dalam penelitian ini, data akan bersifat kuantitatif dengan penekanan pada pengumpulan data primer. Data primer memungkinkan penyajian pertanyaan yang akan dijawab oleh responden, membuka peluang bagi mereka untuk memberikan tanggapan terhadap pertanyaan-pertanyaan tersebut. Oleh karena itu, teknik yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling*. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu dengan cara memberikan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Kriteria yang digunakan yaitu:

- 1.) Responden berusia diatas 17 tahun dan mempunyai KTP
- 2.) Responden berdomisili di Kota Semarang
- 3.) Responden pengguna internet aktif
- 4.) Pernah mendengar Bank Jago

3.4 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini akan menggunakan teknik pengumpulan data untuk mengidentifikasi penyebab dan akibat yang terkait dengan penggunaan kuesioner. Menurut (Ardiansyah et al., 2023) mengutip pada penelitian yang dilakukan oleh (Creswell, 2014) angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang mengajukan pertanyaan terstruktur. Responden diminta untuk memberikan tanggapan yang dapat diukur melalui opsi jawaban yang telah ditentukan atau dengan mengisi ruang kosong. Data mentah dari responden

kemudian diolah dengan menggunakan perangkat lunak statistik yaitu SPSS (*Statistical Package for the Social Science*).

3.5 Skala Pengukuran

Dalam metode penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah menggunakan skala likert. Skala Likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Skala ini umumnya digunakan untuk mengukur minat dan pengetahuan terkait fenomena sosial. Hasil dari pengukuran ini nantinya akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Ada dua bentuk pertanyaan yang menggunakan Likert yaitu pertanyaan positif untuk mengukur minat positif, dan bentuk pertanyaan negatif untuk mengukur minat negatif. Menurut Sugiyono (2019:147) sebagaimana dikutip oleh (Satria & Imam, 2024) cara mengukur skala likert adalah:

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

3.6 Alat Analisis Data

Penelitian ini menggunakan alat analisis data berupa perangkat lunak SPSS (*Statistical Package for the Social Science*). Menurut (Soecahyadi, 2019) SPSS merupakan salah satu alat atau alat bantu penyelesaian analisis data statistik yang banyak dikenal oleh para penggunanya. Pada penelitian ini menggunakan beberapa uji analisis data seperti, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis (uji f dan uji t).

Uji Kelayakan Data

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji sah atau tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2021). Perhitungan ini menggunakan aplikasi SPSS 26. Suatu data dikatakan valid jika R hitung > R tabel dengan taraf signifikansi 5%. Untuk degree of freedom (df) = n-2 (n adalah jumlah sampel). Jika r hitung > r tabel maka pertanyaan indikator tersebut dikatakan valid, demikian sebaliknya bila r hitung < r tabel maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

Berikut ini adalah rumus pada uji validitas.

$$r = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

y = Nilai skor total

x = Nilai skor butir

N = Jumlah responden

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran. Suatu kuesioner dianggap reliabel apabila jawaban atas pertanyaan-pertanyaannya konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jika setiap pertanyaan mencoba mengukur hal yang sama, maka jawaban responden terhadap pernyataan ini dapat dianggap dapat diandalkan. Jika jawaban $a > 0.70$ dianggap reliabel dan jika $a < 0,70$ tidak dianggap reliabel (Ghozali, 2021). Berikut ini adalah rumus dari uji reliabilitas.

$$r = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\sum \sigma_{\frac{z}{t}}^2}{\sigma_{\frac{z}{t}}^2} \right\}$$

Keterangan:

r = Koefisien reliabilitas (*Cronbach's Alpha*)

k = Jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma_{\frac{z}{t}}^2$ = Jumlah varian butir

$\sigma_{\frac{z}{t}}^2$ = Total varian

Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik terdiri dari serangkaian uji statistik yang dilakukan sebelum menjalankan analisis regresi linier berganda. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa model regresi yang dibuat memenuhi persyaratan tertentu dan bahwa hasil analisis penelitian dapat diandalkan.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengukur apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Cara mengukur uji normalitas adalah dengan melihat nilai Asymp. Sig. (2-tailed) jika nilai signifikan $> 0,05$ data berdistribusi normal (normal). Dan jika nilai signifikan $< 0,05$ data tidak berdistribusi normal (tidak normal) (Ghozali, 2021).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk memeriksa model regresi memiliki hubungan antar variabel independen atau variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal (Ghozali, 2021). Cara mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas dengan melihat nilai Tolerance dan *Variance Inflation Factors* (VIF). Apabila nilai tolerance $\geq 0,10$ dan nilai VIF ≤ 10 , data tidak terjadi multikolinieritas. Dan apabila nilai tolerance $\leq 0,10$ dan nilai VIF ≥ 10 , data terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2021) Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan *variance* antara satu pengamatan ke pengamatan yang lain dari residual pada model regresi. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Apabila nilai signifikan $> 0,05$ data bebas

heterokedastisitas (terjadi homoskedastisitas). Dan apabila nilai signifikan $< 0,05$ data terjadi heterokedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi yaitu mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih. Selain itu juga, menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel dependen diasumsikan random/skoastik yang berarti mempunyai distribusi probabilistik, variabel independen/bebas diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang) (Ghozali, 2021).

Menurut (Soecahyadi, 2019) Analisis regresi linear berganda merupakan pengembangan dari analisis regresi linear sederhana dimana terdapat lebih dari satu variabel independen x . Analisis ini digunakan untuk melihat sejumlah variabel independen X_1 (Kemudahan Pengguna), X_2 (Kepercayaan), dan X_3 (Keamanan) terhadap variabel dependen Y (Minat Nasabah) berdasarkan nilai variabel-variabel independen Kemudahan Pengguna (X_1), Kepercayaan (X_2), dan Keamanan (X_3).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Nasabah

α = Konstanta

$\beta_{1,2,3}$ = Koefisien regresi

e = *Standard error*

X_1 = Kemudahan Pengguna

X_2 = Kepercayaan

X_3 = Keamanan

Uji Hipotesis

Menurut (Ghozali, 2021) Hipotesis dapat diartikan sebagai asumsi tentang sesuatu atau hipotesis adalah jawaban terhadap suatu masalah. Hipotesis yang baik selalu memenuhi dua pernyataan. Dengan kata lain, dapat mendeskripsikan hubungan antar variabel dan memberikan petunjuk tentang bagaimana hubungan tersebut dapat diuji. Pada penelitian ini menggunakan uji F (Simultan), menggunakan uji T (Parsial) dan analisis koefisien determinasi R square.

a. Uji F (Simultan)

Menurut (Ghozali, 2021) uji F (Simultan) digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Untuk menguji hipotesis F bisa dilakukan dengan cara melihat nilai signifikansi jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka hasil data diterima. Dan jika nilai signifikansi $> 0,05$ hasil data ditolak yang artinya data tersebut tidak memiliki pengaruh secara simultan.

b. Uji T (Parsial)

Analisis uji T (parsial) digunakan untuk menguji apakah pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen yang dilakukan secara parsial. Menurut (Ghozali, 2021) cara melakukan uji t adalah dengan melihat pada nilai signifikansi jika $< 0,05$

variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen, maka hipotesis diterima. Akan tetapi jika nilai signifikansi $> 0,05$ variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen, maka hipotesis ditolak.

c. Analisis Koefisien Determinasi R Square

Menurut (Ghozali, 2021) Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengukur sejauh mana suatu model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti variabel independen mempunyai kemampuan yang sangat terbatas untuk menjelaskan variasi variabel dependen. Apabila nilai R-square mendekati 0 (semakin kecil nilai R-square), maka pengaruh variabel independen terbatas. Jika nilai R-square mendekati 1 (semakin besar nilai R-square), maka kemampuan mempengaruhi variabel independen dapat dianggap benar, atau model regresi akan memberikan hasil yang mendekati kebenaran.