

POTENSI MINAT GEN Z TERHADAP PRODUK INTERNET BANKING

(Studi Pada Bank Jago di Kota Semarang)



SKRIPSI

Karya Tulis Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Manajemen

Program S-1 Manajemen

Disusun :

Kim Meredith Dionesse

12211373

Program Studi Manajemen

UNIVERSITAS BPD

2025

POTENSI MINAT GEN Z TERHADAP PRODUK INTERNET BANKING

(Studi Pada Bank Jago di Kota Semarang)

Kim Meredith Dionesse

12211373

Program Studi Manajemen Universitas BPD

kim.meredith16@gmail.com

Abstrak

Bank Digital di Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan dalam beberapa tahun terakhir ini. Salah satunya adalah Bank Jago, yang mengalami peningkatan penggunaan layanan internet banking setiap tahunnya. Namun, peningkatan jumlah pengguna tersebut masih terdapat berbagai keluhan dari konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat dalam menggunakan layanan internet banking Bank Jago oleh generasi Z di Kota Semarang. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 97 orang yang diambil dengan model *purposive sampling*. Data analisis menggunakan metode regresi linear berganda dengan software SPSS *statistic* 30. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan, keamanan dan fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat.

Kata kunci : Kemudahan, Keamanan, Fitur Layanan, Minat

Abstract

Digital banks in Indonesia have continued to show growth in recent years. One example is Bank Jago, which has seen an increase in the use of its internet banking services every year. However, this increase in the number of users still faces various complaints from consumers. This study aims to analyze the influence of convenience, security, and service features on the interest in using Bank Jago's internet banking services among Generation Z in Semarang City. This research method uses a quantitative approach with a sample of 97 people taken with a *purposive sampling* model. Data analysis uses multiple linear regression methods with SPSS *statistical software* 30. The results of this study indicate that the variables of convenience, security, and service features have a positive and significant effect on interest.

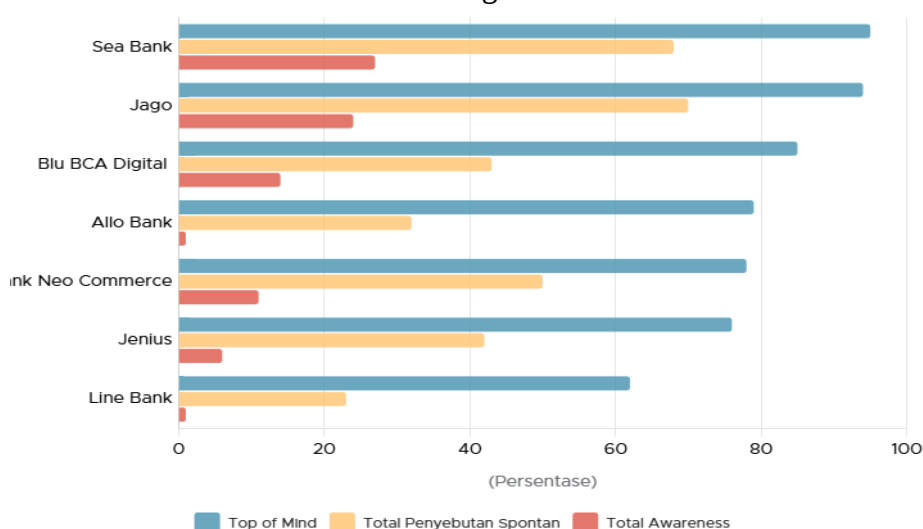
Keywords: Convenience, Security, Service Features, Interest

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Bank Digital di Indonesia, terus menunjukkan pertumbuhan dalam beberapa tahun terakhir ini. Dari Bank Indonesia (BI) mencatat nominal transaksi perbankan digital yang kini mencapai Rp5.570,49 triliun atau meningkat kisaran 10,82% secara tahunan (Populix, 2024). Dilihat dari pengguna Bank Digital di masa sekarang yang menginginkan layanan yang cepat, mudah, dan dapat diakses kapan dan dimana saja. Seperti *smartphone* atau *gadget* dalam internet mengubah cara orang berinteraksi dengan bank. Hal ini membuat pergeseran perilaku konsumen yang semakin mengarah ke preferensi transaksi ke penggunaan Bank Digital (Safitri et al., 2024).

Gambar 1. Performa Bank Digital Indonesia 2024



Sumber : (Populix, 2024)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa popularitas pengguna Bank Digital meningkat di kalangan masyarakat yang sering menggunakan aplikasi perbankan digital untuk kebutuhan sehari-harinya seperti pengisian saldo e-wallet dan transaksi e-commerce. Bank Jago menduduki posisi kedua dengan meningkatnya pengguna bank digital di Indonesia. Meskipun Bank Jago menduduki posisi kedua Bank Jago dikenal sebagai bank murni dengan *positioning* yang cukup unik, yaitu integritas ke ekosistem digital misalnya Gojek, GoPay, dan Tokopedia. Terutama Gen Z yang akrab dengan ekosistem digital. Dalam target market Bank Jago lebih spesifik dengan segmentasi, Bank Jago juga lebih fokus ke anak muda (Gen Z) dalam pengguna digital savvy. Hal ini dapat mengukur akan minat generasi muda terhadap layanan perbankan digital. Kemudian untuk potensi pertumbuhan Bank Jago sering dianggap sebagai salah satu pionir bank digital di Indonesia. Dilihat dari potensinya yang besar untuk jangka panjang karena ekosistem yang mendukung misalnya GoTo Group. Selanjutnya dilihat dari relevansi yang berfokus pada faktor kemudahan, keamanan dan fitur layanan, Bank Jago cocok dijadikan objek karena ketiga faktor tersebut adalah kekuatan untuk mempertahankan pangsa pasarnya. Data tersebut menunjukkan 94% pada *Top of mind* Bank Jago, yang menunjukkan bahwa nama merek Bank Jago yang pertama kali teringat oleh banyak konsumen atau pengguna ketika ditanya tentang bank digital. Kemudian Total penyebutan spontan, Bank Jago memiliki presentase 70% hal ini menunjukkan bahwa seberapa sering Bank Jago disebutkan secara spontan atau secara langsung oleh

pengguna tanpa adanya pilihan atau petunjuk sebelumnya dan pada Total *awareness*, Bank Jago meraih 24% yang menunjukkan tentang banyaknya tingkat kesadaran masyarakat dalam menggunakan Bank Jago terhadap suatu bank digital. Ini mengindikasikan bahwa upaya pemasaran dan branding Bank jago telah membuahkan hasil.

Riset terbaru oleh populix bertajuk “Studi Analisis Ekosistem dan Persepsi terhadap Bank Digital di Indonesia” menyampaikan bahwa keamanan, kemudahan bertransaksi, hingga kenyamanan dalam penggunaan aplikasi menjadi faktor utama yang mendorong minat masyarakat dalam penggunaan aplikasi pada Bank Digital di Indonesia. Dilihat dari sebuah fitur-fitur pada aplikasi Bank digital, keamanan data dalam bertransaksi menempati presentase paling tinggi di kisaran 31% (Kontan.co.id, 2024). Menurut Abdullah (2022) mengatakan bahwa kemampuan Bank Digital untuk menciptakan sebuah fitur yang inovatif, unik dan relevan dapat menjadikan kunci sukses dalam meyakinkan pengguna yang bertransaksi di aplikasi. Salah satu yang menjadi pemain utama dalam perbankan digital di Indonesia adalah Bank Jago. Bank Jago memiliki sejumlah fitur seperti Kantong Nabung, Kantong Terkunci, Kantong Bayar, Kantong Bersama, dan Kantong Berbagi dimana pada fitur ini dapat memungkinkan pengguna dalam mengatur tabungannya dengan beberapa kantong terpisah. Kemudian fitur lainnya seperti Kirim dan Bayar dimana pengguna Bank Jago dapat melakukan transaksi transfer uang kapanpun dan dimanapun dengan mudah. Top up e-wallet, Kartu Debit Jago Visa, yang menghubungkan Kantong Jago dengan Gojek dan fitur lainnya meliputi Kontak, Personalisasi, maupun Shortcut (Jago.com, 2024).

Dengan banyaknya pengguna Bank Jago yang menggunakan produk seperti Gojek, Gopay maupun Stockbit dan Bibit, hal tersebut yang mendorong jumlah aktif para pengguna Bank Jago masih bertahan hingga saat ini. Bagi Bank Jago sendiri, pengguna yang masih aktif bisa dinilai dari kegiatan di ekosistem yang terlibat dengan Bank Jago tanpa harus membuka aplikasi Bank jago. Misalnya ketika pengguna yang menggunakan produk Gopay Tabungan secara tidak langsung pengguna tersebut menggunakan Bank Jago (Liputan6, 2024).

Tabel 1. Pertumbuhan Pengguna Bank Jago

Tahun	Jumlah Nasabah	
	Nasabah	Kenaikan
2021	1, 4 Juta	-
2022	5, 1 Juta	26%
2023	10, 2 Juta	100%

Sumber : (Jago.com, 2022), (IDX Channel, 2023), (Jago.com, 2024)

Dari data diatas dapat di deskripsikan bahwa pada periode 2021 – 2023 terjadi lonjakan pada perolehan nasabah di Bank Jago, rata-rata peningkatan Bank Jago naik 26% dari tahun 2021 ke 2022 sementara pada tahun 2022 ke 2023 sebesar 100%.

Menurut Indeks Masyarakat Digital Indonesia (IMDI) kota semarang masuk dalam kategori tinggi dalam pilar infrastruktur ekosistem dan pilar keterampilan digital. Kota Semarang sebagai salah satu kota besar di Jawa Tengah yang dinilai unggul dan produktif dibanding kota-kota lain di Indonesia karena keberhasilannya dalam mengintegrasikan aplikasi-aplikasi digital (Semarangkota.go.id, 2024). Dilihat dari masyarakat Semarang terutama Gen Z yang sekarang sangat minim sekali dalam melakukan pembayaran secara tunai dan mulai menggunakan metode secara *cashless*, *hal* ini membuktikan bahwa transaksi sekarang basisnya digital. Hampir semua tempat

jual beli di toko-toko sekarang, transaksinya berbentuk *cashless*, scan, dan QRIS. Transaksi digital sekarang memiliki beragam dampak, dari sisi ekonomi makro misalnya peningkatan transaksi digital akan mendorong kecepatan pada peredaran uang. Hal ini berbanding lurus dengan transaksi ekonomi yang efisien, yang nantinya transaksi digital akan berdampak pada output secara ekonomi makro yang akan meningkat. Transaksi efisien melalui transaksi secara digital akan menciptakan kecepatan dalam bertransaksi, hal ini dapat mendorong output ekonomi yang mengakselerasikan pada pertumbuhan ekonomi (beritajateng.tv, 2024). Berdasarkan kelompok generasi, generasi yang paling muda lebih banyak yang memiliki indeks literasi digital tinggi. Menurut survei yang dilakukan Katadata Insight Center (KIC) dengan kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) berjudul “Status Literasi Digital di Indonesia 2021” 60 persen Gen Z termasuk pada penilaian kelompok responden dengan literasi digital yang tinggi. Temuan dari survei tersebut sejalan dengan riset yang dilakukan oleh Deloitte yang menunjukkan generasi yang lebih muda sangat terpapar dan terhubung dengan penggunaan teknologi digital. Kemudian berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2023, Gen Z merupakan generasi terbesar di Indonesia dengan jumlah mencapai 74,93 juta jiwa, diperkirakan tahun 2023 Gen Z akan mencapai 83,4 juta jiwa yang menjadi kekuatan utama dalam konsumsi dan ekonomi digital. Daya beli Gen Z juga terbilang tinggi. Hasil riset Katadata Insight Center menunjukkan bahwa 37% Gen Z memiliki pendapatan bulanan diatas Rp 5 juta dan 22% diantaranya memiliki pendapatan di atas Rp 10 juta. Gen Z juga lebih menyukai platform e-commerce yang menawarkan pengalaman pengguna yang mudah, personalisasi, dan interaktif. Mereka juga lebih tertarik dengan produk-produk yang unik, autentik dan ramah lingkungan. Hal ini menjadikan mereka sebagai target pasar yang potensial bagi pelaku e-commerce (Kompasiana, 2024).

Dengan meningkatnya pengguna aplikasi bank digital, seiring dengan meningkatnya pengguna aplikasi bank jago apabila saat digunakan aplikasi tersebut dapat digunakan dengan mudah maka konsumen akan tertarik dan terus menggunakannya bilamana penggunaan aplikasi dapat dipercaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah untuk digunakan tanpa adanya usaha yang keras (Davis, 1989). Kemudian berkaitan dengan perlindungan konsumen tentang keamanan, ini menjadi salah satu faktor yang dapat menarik minat pengguna konsumen yang memiliki rasa percaya tanpa adanya kecemasan yang tinggi. Dengan adanya berita ulasan konsumen tentang akun yang secara tiba-tiba terkunci dan terblokir ini membuat konsumen lebih mempertimbangkan lagi untuk menggunakannya (Media Konsumen, 2024). Dan adanya fitur yang lengkap dan unik dengan menghindari fitur yang dianggap kurang memenuhi kebutuhan konsumen ini menjadi salah satu hal yang dapat menarik konsumen untuk menggunakan aplikasi bank digital. Namun, menurut data yang ada bahwa bank jago terus mengalami peningkatan jumlah pengguna aplikasi bank jago secara konsisten (Liputan6, 2024). Hal ini mengindikasikan bahwa ketertarikan masyarakat dalam menggunakan aplikasi bank jago tetap tinggi walaupun adanya keluhan dari konsumen.

Dengan demikian penelitian yang dilakukan oleh Ripaluddin et al., (2023) mengatakan bahwa ada beberapa bukti kemudahan dari penggunaan teknologi informasi seperti sistem yang mudah, sistem dapat melakukan apa yang diinginkan oleh pengguna, dan sistem dapat dengan mudah untuk dipelajari dan digunakan. Beberapa penelitian terkait kemudahan terhadap minat bertransaksi memiliki perbedaan hasil penelitian, seperti penelitian oleh Ahmad Nur Budi Utama et al., (2024) yang menyatakan bahwa Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Namun penelitian yang

dilakukan oleh Reihandho & Fajarwati (2023) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan.

Adanya keamanan dengan kecilnya risiko hilangnya sebuah data dan rendahnya risiko pencurian dapat membuat pengguna merasa aman (Bakhtiar et al., 2022). Jaminan keamanan berperan penting dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian pengguna tentang penyalahgunaan data transaksi yang mudah rusak (Kurnianingsih & Hidayat, 2021). Dengan ini penelitian yang dilakukan oleh Andayani et al (2024) mengatakan bahwa Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Sedangkan menurut Mukhtisar et al. (2021) mengatakan bahwa Keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

Dalam fitur layanan dengan terjamin adanya fitur yang beraneka ragam maka pengguna akan tertarik untuk menggunakan produk tersebut (Girani & Susanti, 2021). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dirwan & Latief (2020) mengatakan bahwa Fitur Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Uang Digital. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Prastiwi Umaningsih & Dewi Kusuma Wardani (2020) bahwa Fitur layanan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan E-money.

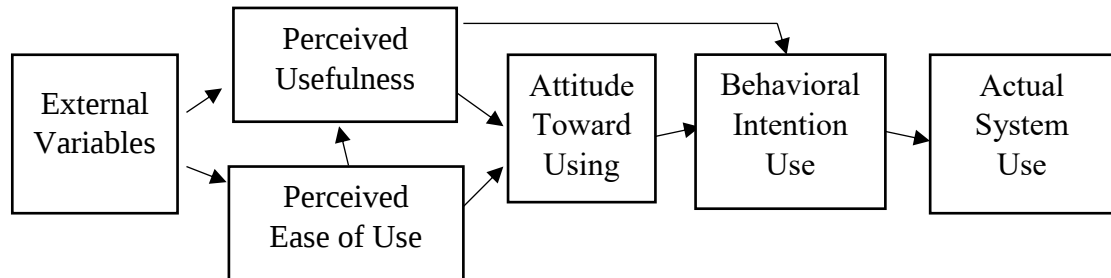
Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara kemudahan, keamanan, dan fitur layanan terhadap minat pengguna dalam menggunakan aplikasi Bank Jago. Maka dari itu masalah dapat dirumuskan sebagai berikut perkembangan bank digital di Indonesia menunjukkan tren positif, dengan pertumbuhan transaksi perbankan digital yang signifikan. Namun, meskipun bank Jago berhasil menjadi salah satu pemain utama dengan meningkatkan jumlah nasabah yang konsisten, masih terdapat berbagai tantangan yang dihadapi. Salah satu tantangan utama adalah keluhan konsumen seperti sistem eror, verifikasi yang rumit, serta pemblokiran akun secara tiba-tiba. Selain itu, persaingan dalam industri digital semakin ketat, sehingga kemampuan untuk menciptakan fitur yang inovatif, relevan, dan memenuhi kebutuhan konsumen menjadi kunci sukses dalam mempertahankan pangsa pasar. Faktor-faktor seperti kemudahan pengguna aplikasi, keamanan data dan keberagaman fitur layanan menjadi aspek penting yang mempengaruhi minat pengguna untuk menggunakan aplikasi bank digital. Namun, terdapat perbedaan pandangan dari hasil penelitian sebelumnya terkait pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap minat pengguna, yang menimbulkan kebutuhan untuk menggali lebih dalam hubungan antara kemudahan, keamanan, dan fitur layanan dengan minat pengguna. Dengan demikian, rumusan masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut : (1) Bagaimana dampak kemudahan terhadap minat menggunakan internet banking bank Jago pada Gen Z di Kota Semarang? (2) Bagaimana dampak keamanan terhadap minat menggunakan internet banking Bank Jago pada Gen Z di Kota Semarang? (3) Bagaimana dampak fitur layanan terhadap minat menggunakan internet banking Bank Jago pada Gen Z di Kota Semarang?

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat dan kontribusi. Secara teoritis, para penelitian diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian yang akan datang dan menjadi pengembangan ilmu ekonomi. Sedangkan secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat mampu memberikan sebuah manfaat bagi perusahaan maupun penyedia layanan penggunaan pada aplikasi Bank Jago.

2. TINJUAN PUSTAKA

2.1 Teori TAM (*Technology Acceptance Model*)

Gambar 1. Bagan Model



Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu teori mengenai penggunaan sistem informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem informasi (Davis, 1989). Teori TAM pertama kali di perkenalkan oleh Davis pada tahun 1989, Teori yang populer untuk para penelitian mengenai adopsi teknologi informasi dan juga merupakan model penerimaan. TAM memprediksi penerimaan pengguna berdasarkan dua variabel utama, yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Kedua variabel tersebut yang akan mempengaruhi sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*) yang dapat mempengaruhi minat perilaku untuk menggunakan (*behavioral intention to use*), sehingga pada akhirnya dapat menunjukkan penggunaan sistem sesungguhnya (*actual system use*). Berikut dapat dijelaskan bahwa :

1. Persepsi kegunaan

Persepsi kegunaan dapat diartikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan memberikan manfaat dalam membantu meningkatkan kinerjanya.

2. Persepsi kemudahan kegunaan

Persepsi kemudahan penggunaan dapat diartikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa sistem tertentu akan mudah untuk dipahami dan digunakan tanpa membutuhkan sebuah kerja keras baik secara fisik maupun mental.

3. Sikap terhadap penggunaan

Sikap terhadap penggunaan dapat diartikan sebagai sikap pengguna untuk menggunakan sistem informasi yang dapat berbentuk menerima atau menolak suatu yang muncul sebagai dampak ketika seseorang menggunakan sistem tersebut untuk bekerja.

4. Minat perilaku untuk menggunakan

Minat perilaku untuk menggunakan dapat diartikan sebagai kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu sistem tertentu.

5. Penggunaan sistem sesungguhnya

Penggunaan sistem sesungguhnya dapat diartikan sebagai suatu keadaan nyata atas penggunaan dari suatu sistem tertentu.

Dalam penelitian ini telah dimodifikasi dengan variabel independen tambahan seperti keamanan (*security*) dan fitur layanan. Kemudahan masuk ke konstruk persepsi kemudahan kegunaan, apabila suatu teknologi semakin mudah untuk digunakan maka persepsi kemudahan meningkat. Hal ini akan mempengaruhi Persepsi usefulness karena

semakin mudah, maka semakin terasa manfaatnya dan juga meningkatkan positif serta rasa niat seseorang untuk menggunakannya. Kemudian keamanan termasuk dalam external variables. Apabila seseorang mempunyai rasa aman bahwa data dapat terlindungi maka akan meningkatkan Perceived usefulness, karena pengguna merasa terlindungi dan percaya untuk menggunakan layanan pada teknologi tersebut. Selanjutnya untuk fitur layanan juga termasuk external variables, semakin beragam dan bermanfaat fitur yang ditawarkan maka semakin tinggi perceived usefulness. Fitur layanan dapat mempengaruhi attitude toward using, karena pengguna merasa aplikasi lebih praktis dan efisien dibandingkan dengan pesaing.

2.2 Variabel Penelitian

2.2.1 Kemudahan

Menurut (Davis, 1989), kemudahan dalam sebuah teknologi diartikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa internet banking bisa dengan mudah dipahami dan digunakan sehingga nasabah tidak harus melakukan usaha yang keras dalam menggunakannya. Kemudahan dapat menjadi faktor pendorong menarik minat seseorang untuk menjadi enggan dalam menggunakannya. Menurut Nidhom (2019) mengatakan bahwa kemudahan atau *usability* merupakan cara untuk mengetahui sejauh mana sebuah produk dapat digunakan oleh pengguna untuk mencapai suatu tujuan tertentu secara efisien, efektif, dan saat pengguna menggunakan produk dengan luas. Kemudahan hanya melakukan sedikit usaha dan tidak harus melalui banyak prosedur untuk melakukan sebuah transaksi sehingga dapat memudahkan pengguna dalam menggunakan produk melalui internet.

Berikut indikator kemudahan menurut (Sun dan Zhang, 2006) yakni :

1. Kemudahan dalam mempelajarinya
2. Mudah digunakan
3. Jelas dan mudah dimengerti
4. Menjadikan lebih terampil

2.2.2 Keamanan

Menurut (Garfinkel & Lipford, 2014) menjelaskan bahwa keamanan data merupakan usaha untuk melindungi dan menjamin dalam tiga aspek penting di dunia maya yaitu kerahasiaan data, integritas data dan ketersediaan data. Dengan data yang dimiliki seseorang dapat aman maka pengguna tersebut merasa percaya adanya perlindungan data yang dimiliki. Menurut Suryadharma & Budyastuti (2019) mengungkapkan bahwa keamanan sistem informasi dapat diartikan sebagai kebijaksanaan, prosedur, dan pengukuran teknis yang digunakan untuk mencegah adanya akses yang tidak sah, perubahan program, pencurian dan atau kerusakan fisik terhadap suatu sistem informasi.

Untuk melihat tingkat efektifitas dalam keamanan ada beberapa komponen yang bisa di terapkan menurut (Whitman & Mattord, 2018) yaitu :

1. *Personal Security*, menyangkut keamanan pengguna dalam konteks upaya dalam pengamanan informasi.
2. *Operation Security*, yang menitikberatkan strategi untuk mengamankan kemampuan dalam upayanya menjaga keamanan informasi.
3. *Communication Security*, memiliki tujuan sebagai dasar untuk mengamankan media komunikasi, teknologi komunikasi, dan kemampuan untuk memanfaatkan alat komunikasi terkait menjaga keamanan informasi.

4. *Network Security*, sebuah pengamanan peralatan jaringan data perusahaan yang menitikberatkan pada jaringan dan isinya, serta kemampuan untuk menggunakan jaringan tersebut untuk menjaga keamanan informasi.

Indikator Keamanan menurut (Raman dan Viswanathan, 2011) sebagai berikut :

1. Jaminan keamanan
2. Kerahasiaan data
3. Jaminan kesesuaian produk

2.2.3 Fitur Layanan

Fitur Layanan merupakan karakteristik yang menambah sebuah fungsi dasar pada suatu produk. Fitur layanan adalah aspek yang paling mendasar untuk menciptakan kepercayaan kepada para pelanggan dalam melakukan transaksi. Menurut Thom W.A Isliko (2010) mengemukakan bahwa fitur produk dapat diukur melalui keragaman fitur, fitur sesuai dengan harapan, dan fitur memiliki keunggulan. Fitur yang unik, aman dan mudah digunakan dapat membuat seseorang tertarik untuk menggunakannya. Dengan demikian fitur layanan dapat diartikan sebagai unsur produk yang ditawarkan penyedia jasa kepada seseorang sebagai dasar pengambilan keputusan.

Indikator Fitur Layanan Menurut (Poon, 2008) :

1. Kemudahan akses informasi tentang produk atau jasa.
2. Keberagaman layanan transaksi.
3. Keberagaman fitur.
4. Inovasi produk.

2.2.4 Minat

Menurut Jogiyanto mengatakan bahwa minat perilaku (*behavioral intention*) dapat diartikan sebagai rasa keinginan dan niat pada seseorang untuk melaksanakan, menggunakan atau menjalani suatu perilaku tertentu. Ini berarti bahwa minat seseorang untuk melakukan perilaku diprediksi oleh sikapnya terhadap perilakunya dan bagaimana dia berpikir orang lain akan menilainya jika dia melakukan perilaku tersebut (Regita et al., 2020).

Minat diartikan sebagai salah satu sudut pandang yang mempengaruhi jiwa manusia untuk mencapai sebuah target, apabila seseorang mempunyai tujuan terhadap sesuatu benda maka orang tersebut cenderung memperhatikan dan merasa lebih bahagia untuk mendapatkan benda tersebut. Apabila benda tersebut bernilai atau bermanfaat baginya maka orang tersebut akan berminat untuk menggunakan benda tersebut yang memberikan kelancaran dan kepuasan, seperti menggunakan bank digital apabila menurut seseorang itu hal yang menarik dan memberikan kepuasan maka seseorang itu hal yang menarik dan memberikan kepuasan maka seseorang akan cenderung memiliki keinginan untuk menggunakannya (Tjini & Baridwan, 2013).

Indikator minat menurut (Rodiah & Melati, 2020) sebagai berikut :

1. Ketertarikan pada objek minat
2. Perasaan senang
3. Kecenderungan untuk menggunakan

2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No.	Penulis/Tahun	Judul	Variabel	Hasil
1.	Ahmad Nur Budi Utama et al. (2024)	Analisis Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking	XI : Persepsi Kemudahan X2 : Kepercayaan	Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Pengalaman

No.	Penulis/Tahun	Judul	Variabel	Hasil
			X3 : Pengalaman Pengguna X4 : Persepsi Risiko Y : Minat	pengguna memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Minat nasabah, sementara Persepsi risiko berpengaruh negatif.
2.	Oktaviana et al., (2023)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Shopeepay di Kota Bekasi	X1 : Persepsi Kemudahan Penggunaan X2 : Persepsi Risiko X3 : Fitur Layanan Y : Minat Menggunakan	Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Fitur Layanan berpengaruh positif dan signifikan sedangkan Persepsi Risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Minat menggunakan Shopeepay
3.	Nizar & Yusuf (2022)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompot Digital LinkAja	X1 : Persepsi Kemudahan X2 : Kepercayaan Y : Minat Menggunakan	Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan aplikasi dompet digital.
4.	Reihandho & Fajarwati (2023)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan Perbankan Digital Di Indonesia	X1 : <i>Perceived usefulness</i> X2 : <i>Trust</i> X3 : <i>Attitude toward services</i> X4 : <i>Perceived ease of use</i> X5 : <i>Perceived risk</i> Y : Niat Menggunakan Digital Banking	<i>Perceived usefulness, trust, dan attitude toward Services</i> berpengaruh positif terhadap niat menggunakan layanan perbankan digital sedangkan <i>perceived ease of use dan Perceived risk</i> tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan digital banking.
5.	Andayani et al (2024)	Pengaruh Persepsi, Layanan dan Keamanan Sistem	X1 : Persepsi X2 : Layanan X3 : Keamanan	Persepsi, Layanan, dan Keamanan Berpengaruh

No.	Penulis/Tahun	Judul	Variabel	Hasil
		Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi Mobile Banking	Y : Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi Mobile Banking	positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi Mobile Banking.
6.	Mukhtisar et al (2021)	Pengaruh Efisiensi, Keamanan, dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking	X1 : Efisiensi X2 : Keamanan X3 : Kemudahan Y : Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking	Efisiensi dan Kemudahan Berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan mobile banking sedangkan Keamanan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan Mobile Banking.
7.	Dirwan & Latief (2020)	Aspek yang mempengaruhi Minat penggunaan uang digital di Kota Semarang	X1 : Promosi X2 : Kemudahan X3 : Manfaat X4 : Keamanan X5 : Fitur Layanan Y : Minat	Promosi, Kemudahan, Manfaat, Keamanan, dan Fitur Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat penggunaan uang digital.
8.	Nurvitasari & Dwijayanti, (2022)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Grab (Studi Pada Pengguna Aplikasi Grab Fitur GrabFood)	X1 : Persepsi Kemudahan X2 : Fitur Layanan X3 : Kepercayaan Y : Minat Menggunakan	Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Grab.
9.	Marthauli et al., (2021)	Pengaruh Ketersediaan Fitur Layanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah dalam	X1 : Fitur Layanan X2 : Kualitas Layanan Y : Minat Nasabah	Fitur Layanan dan Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat nasabah.

No.	Penulis/Tahun	Judul	Variabel	Hasil
		menggunakan BCA Mobile di wilayah JABODETABEK		
10.	Wahyu Prastiwi Umaningsih & Dewi Kusuma Wardani (2020)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money	X1 : Persepsi Kemudahan X2 : Fitur Layanan X3 : Keamanan Y : Niat Menggunakan E-Money	Persepsi Kemudahan dan Keamanan Berpengaruh Positif terhadap niat menggunakan e-money sedangkan fitur layanan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan E-Money.

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Kemudahan terhadap Minat

Menurut (Davis, 1989) kemudahan diartikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa komputer atau internet banking bisa dengan mudah dipahami dan dapat digunakan sehingga tidak memerlukan usaha yang keras dalam menggunakannya. Kemudahan dalam sebuah teknologi disebut sebagai kepercayaan bahwa suatu sistem dapat dengan mudah dipahami dan dapat digunakan. Apabila seseorang merasa bahwa suatu sistem dapat digunakan dengan mudah dan semakin mudah untuk digunakan, maka semakin kuat timbulnya rasa minat pada individu tersebut sehingga mereka cenderung untuk menggunakannya. Kemudahan ini juga mengurangi terjadinya hambatan dalam proses transaksi, sehingga dengan mudah untuk mencapai tujuan dalam penggunaan sistem yang secara langsung dapat meningkatkan minat untuk terus menggunakan digital banking. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Nur Budi Utama et al., (2024) yang menunjukkan bahwa Kemudahan berpengaruh positif terhadap Minat. Penelitian yang dilakukan oleh Oktaviana et al., (2023) juga mengungkapkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Minat. Kemudian penelitian oleh Nizar & Yusuf (2022) mengatakan bahwa Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap Minat. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti dapat merumuskan sebagai berikut.

H1 : Kemudahan berpengaruh positif terhadap Minat

2.4.2 Keamanan terhadap Minat

Menurut (Rutanaji et al., 2017) keamanan sistem informasi merupakan usaha untuk memberikan keamanan terhadap berbagai informasi dari ancaman yang mungkin terjadi. Menurut penelitian oleh (Tsiakis & Sthephanides, 2005) juga menyatakan bahwa keamanan diartikan sebagai seperangkat program dan prosedur yang digunakan untuk pembuktian sumber informasi dan memastikan integritas serta privasi informasi. Ketika seseorang yang berminat menggunakan sebuah teknologi mempunyai rasa aman saat data terlindungi dalam menggunakan suatu sistem teknologi, maka mereka cenderung lebih mempunyai rasa kepercayaan, harapan, dan keinginan untuk dapat menggunakan layanan tersebut dan terus menggunakannya. Dengan demikian hasil

penelitian yang dilakukan oleh Andayani et al. (2024) menunjukkan bahwa Keamanan berpengaruh positif terhadap Minat. Sehingga dapat dirumuskan sebagai berikut.

H2 : Keamanan berpengaruh positif terhadap Minat

2.4.3 Fitur layanan terhadap Minat

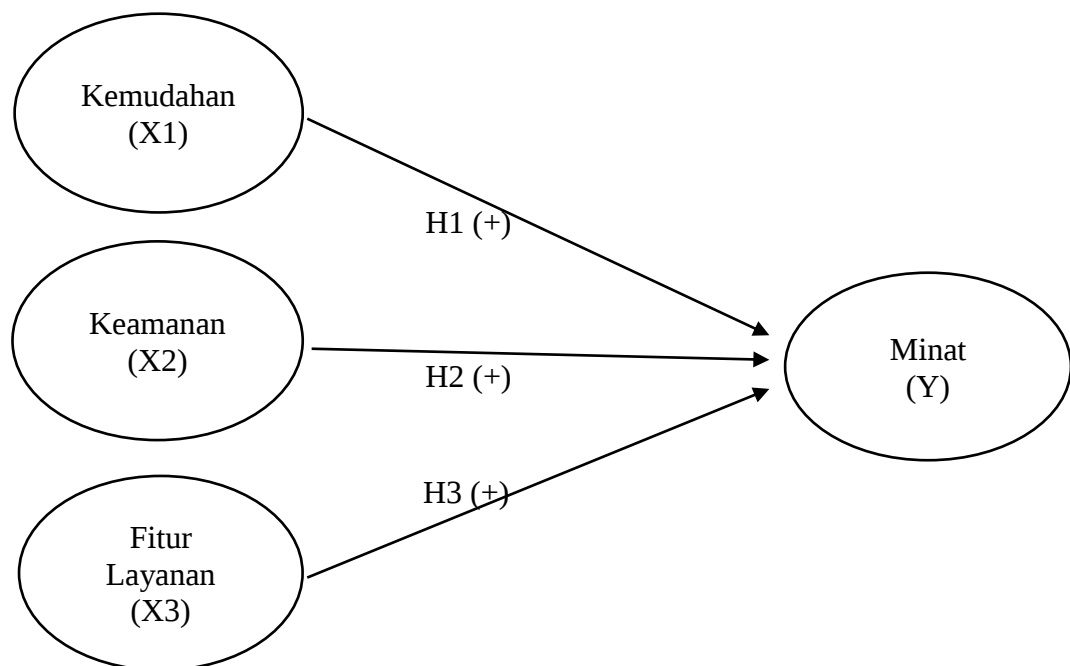
Fitur Layanan merupakan karakteristik yang menambah sebuah fungsi dasar pada suatu produk (Schmitt, 2010). Menurut Thom W.A Isliko (2010) mengemukakan bahwa fitur produk dapat diukur melalui keragaman fitur, fitur sesuai dengan harapan, dan fitur memiliki keunggulan. Fitur yang unik, aman dan mudah digunakan dapat membuat seseorang tertarik untuk menggunakannya. Apabila seseorang merasa puas dengan fitur layanan, maka fitur tersebut harus mencakup kebutuhan. Fitur yang beragam dan inovatif mampu memenuhi kebutuhan seseorang, terutama generasi Z yang menginginkan pengalaman digital yang modern dan praktis. Adanya fitur yang sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi akan menumbuhkan rasa kepercayaan, yang pada akhirnya memengaruhi minat mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Penelitian oleh Dirwan & Latief (2020) menunjukkan bahwa Fitur Layanan berpengaruh positif pada Minat. Penelitian yang dilakukan oleh Nurvitasari & Dwijayanti (2022) mengatakan bahwa Fitur Layanan berpengaruh positif terhadap Minat. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Marthauli et al., (2021) juga mengatakan Fitur Layanan berpengaruh positif terhadap Minat. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti merumuskan sebagai berikut.

H3 : Fitur layanan berpengaruh positif terhadap Minat

2.5 Model penelitian

Berdasarkan pada teori dan jurnal-jurnal yang relevan yang telah diuraikan diatas maka peneliti membuat model penelitian yang akan diterapkan dalam penelitian sebagai berikut :

Gambar 2. Model Penelitian



Sumber : Penelitian terdahulu yang dikembangkan

3 Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, penelitian yang digunakan dikumpulkan berupa data dan analisis statistik untuk menganalisis data untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019). Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui apakah variabel independen Kemudahan (X1), Keamanan (X2), dan Fitur Layanan (X3) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Minat (Y) pada Aplikasi Bank Jago.

3.2 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang mencakup subjek atau obyek penelitian yang terdapat kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi juga bukan hanya sekedar jumlah pada objek maupun subjek yang dipelajari, tetapi juga meliputi karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. Untuk populasi penelitian ini yaitu Gen Z yang berminat menggunakan produk dan layanan internet banking Bank Jago di Kota Semarang.

3.3 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel diartikan sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2019). Jenis teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* dan jenis metode sampling yang digunakan yaitu *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Menurut Sugiyono (2019) *purposive sampling* merupakan pengambilan sebuah sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai kriteria yang diinginkan untuk mengetahui jumlah sampel yang akan diteliti. Kemudian peneliti juga menggunakan *snowball sampling* dimana cara mengakses responden dengan meminta rekomendasi dari responden yang telah ditemukan sebelumnya. Berikut adalah karakteristik sampel yang digunakan :

1. Responden yang tinggal di Kota Semarang
2. Responden yang berminat menggunakan produk layanan internet banking Bank Jago
3. Responden Gen Z (13-28 Tahun)
4. Responden yang sudah mengetahui dan mengenal produk internet banking Bank Jago

Untuk memudahkan penentuan jumlah sampel yang diambil ditentukan dengan rumus Lameshow dari buku Ogston et al., (1991) yaitu :

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

Keterangan

n : Jumlah sampel

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

P : Maksimal estimasi = 0,5

D : Alpha 0,1/Sampling error = 10%

Maka :

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

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,1^2}$$

$$n = 96,04$$

Jadi, untuk sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 97 responden.

3.4 Skala Pengukuran Data

Pengumpulan data pada penelitian ini berbentuk kuesioner. Penelitian ini disusun dari sebuah indikator seperti Kemudahan, Keamanan, Fitur Layanan, dan Minat. Kuesioner akan berisi pernyataan dengan menggunakan lima alternative jawaban yang akan dipilih. Maka dari itu, pernyataan dalam kuesioner ini menggunakan skala likert untuk mengukur variabel independen dan variabel dependen tersebut. Kuesioner yang digunakan nantinya bersifat rahasia dan setiap jawaban memiliki ukuran skor tertentu yang dimana jawaban tersebut memiliki bobot nilai seperti “Sangat Tidak Setuju” (STS) skornya 1, “Tidak Setuju”(TS) skornya 2, “Netral” (N) skornya 3, “Setuju” (ST) skornya 4, dan “Sangat Setuju”(SS) skornya 5 (Sugiyono, 2019).

3.5 Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini ada dua variabel yaitu variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat diartikan sebagai variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas (variabel independen). Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti, variabel terikat merupakan Minat yang disimbolkan dengan Y sedangkan variabel bebas (variabel independen) merupakan variabel-variabel yang memiliki pengaruh yang menjadi sebab timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2019). Maka, untuk variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kemudahan (X1), Keamanan (X2), dan Fitur Layanan (X3).

Tabel 3. Definisi Konsep dan Definisi Operasional

No	Variabel Penelitian	Definisi Konsep	Definisi Operasional	
			Indikator	Skala Pengukuran
1.	Kemudahan	Kemudahan adalah suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa internet banking bisa dengan mudah dipahami dan digunakan sehingga tidak harus melakukan usaha yang keras dalam menggunakannya (Davis, 1989).	1. Kemudahan dalam mempelajari inya 2. Mudah digunakan 3. Jelas dan mudah dimengerti 4. Menjadikan lebih terampil	Skala Likert 1-5

No	Variabel Penelitian	Definisi Konsep	Definisi Operasional	
			Indikator	Skala Pengukuran
			(Sun & Zhang, 2006)	
2.	Keamanan	Keamanan data adalah usaha untuk melindungi dan menjamin tiga aspek penting di dunia maya yaitu kerahasiaan data, integritas data dan ketersediaan data (Garfinkel & Lipford, 2014).	1. Jaminan keamanan 2. Kerahasiaan data 3. Jaminan kesesuaian produk (Raman, 2011)	Skala Likert 1-5
3.	Fitur Layanan	Fitur layanan adalah karakteristik yang menambah fungsi dasar suatu produk (Schmitt, 2010).	1. Kemudahan akses informasi tentang produk atau jasa 2. Keberagaman layanan transaksi 3. Keberagaman fitur 4. Inovasi produk (Poon, 2008)	Skala Likert 1-5
4.	Minat	Minat adalah seberapa besar keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu (Davis, 1989).	1. Ketertarikan pada objek minat 2. Perasaan senang 3. Kecenderungan untuk menggunakan (Rodiah & Melati, 2020)	Skala Likert 1-5

3.6 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang diambil adalah kuesioner dengan melalui google form. Kemudian melalui sumber data dan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber datanya adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh berdasarkan pengukuran secara langsung oleh peneliti dari objek penelitian. Data primer dalam penelitian ini berasal dari kuesioner dengan melalui google form yang dibagikan kepada 97 responden.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan google form dan jawaban yang disebar dalam kuesioner ini nanti akan dianalisis untuk diolah menjadi data dalam penelitian ini.

3.7 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis deskriptif, uji instrument, uji asumsi klasik, uji hipotesis, analisis regresi berganda, dan uji determinasi koefisien. Metode analisis data dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis permasalahan dalam penelitian yaitu dengan analisis statistik dengan bantuan pengolahan pada aplikasi SPSS. Analisis statistik yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

3.7.1 Uji Instrumen

3.7.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur apakah hasilnya valid atau tidak dalam sebuah kuesioner. Kuesioner dapat dikatakan valid jika dalam pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Imam Ghazali, 2021). Untuk menentukan apakah kuesioner dapat dikatakan valid atau tidak jika r hitung $> r$ tabel (pada taraf signifikan < 0.05), maka kuesioner tersebut dapat dikatakan valid. Sebaliknya, jika r hitung $< r$ tabel maka kuesioner tersebut dikatakan tidak valid.

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas menurut Imam Ghazali (2021) merupakan metode untuk mengukur konsistensi atau stabilitas suatu kuesioner sebagai indikator dari suatu variabel. Kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap pernyataan kuesioner konsisten dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknis Cronbach Alpha untuk menguji reliabilitas, alat ukur yaitu kemudahan, keamanan, dan fitur layanan. Alat ukur ini dapat dikatakan reliabel atau handal apabila Alpha Cronbach > 0.7 .

3.8 Statistik Deskriptif

Menurut Ghazali (2021) statistik deskriptif merupakan gambaran pada data yang dapat dilihat dari nilai-nilai tertentu, misalnya rata-rata, standar deviasi, minimum, dan maksimum. Statistik deskriptif dapat digunakan untuk mengumpulkan, meringkas, dan menyajikan hasil data baik berupa sensus, survei, jejak pendapat, atau pengamatan lainnya dan data tersebut dapat disajikan dalam bentuk tabel atau grafik.

3.9 Analisis Deskriptif

Analisis data menurut Imam Ghozali (2021) merupakan metode yang memberikan sebuah gambaran umum atau deskripsi data dengan menggunakan statistik deskriptif seperti mean, standar deviasi, maksimum, minimum, dan range. Analisis deskriptif bertujuan untuk menyajikan informasi secara ringkas dan mudah dipahami tentang distribusi data. Untuk ukuran deskriptif dalam penelitian ini menggambarkan keadaan dari masing-masing variabel yang meliputi variabel kemudahan, keamanan, fitur layanan dan minat.

3.10 Uji Asumsi Klasik

3.10.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk bertujuan mengetahui apakah dalam model regresi dari kedua variabel tersebut yaitu variabel dependen dan independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan metode Kolmogorof – Smirnov yang terdapat di Software SPSS karena dapat disimpulkan, bahwa data residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi (Asymp. Sig 2-tailed) > dari taraf signifikansi (alfa) yang digunakan, biasanya 0.05 atau 5% (Imam Ghozali, 2021).

3.10.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) atau tidak, model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang tinggi diantara variabel bebas (independen). Untuk uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* atau dikenal dengan VIF. Menurut Imam Ghozali (2021) mengatakan bahwa multikolinearitas dapat terjadi jika nilai *tolerance* >0.10 atau nilai VIF <10.

3.10.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghozali (2021) mengatakan bahwa uji heteroskedastisitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah ditemukan ketidaksamaan varian residual dari satu pengamatan kepengamatan yang lainnya. Salah satu cara untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji Glejser. Uji Glejser merupakan nilai dari absolut residual terhadap variabel independen (bebas). Hasil probabilitas dikatakan signifikan apabila nilai signifikansinya diatas 5%.

3.11 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda menurut Imam Ghozali (2021) yaitu metode statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen. Untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dapat dihitung dengan persamaan regresi berganda yaitu sebagai berikut :

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

Dimana :

Y = Minat menggunakan Bank Jago

α = Konstanta

β_1 - β_3 = Koefisien regresi masing-masing variabel independen

X_1	= Kemudahan
X_2	= Keamanan
X_3	= Fitur layanan
ε	= Error

3.12 Uji Goodness & Fit Model

3.12.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi merupakan alat uji yang digunakan untuk mengukur seberapa baik kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel terikat (dependen). R-Square digunakan ketika model hanya memiliki satu variabel independen, sedangkan Adjusted R-Square digunakan ketika model melibatkan lebih dari satu variabel independen. Dalam penelitian ini variabel independennya lebih dari satu variabel yaitu Kemudahan, Keamanan dan Fitur Layanan maka menggunakan nilai Adjusted R-Square. Nilai R^2 yang diperoleh berkisar antara 0 hingga 1, dimana nilai koefisien determinasi yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati 1 dan semakin menjauh dari 0, menunjukkan variabel independen memiliki kemampuan yang baik dalam menyediakan semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2021).

3.12.2 Uji F

Menurut Imam Ghozali (2021) menyatakan Uji F dilakukan dengan tingkat *significance level* yang dimana besarnya 0.05 ($\alpha=5\%$). Dalam Uji F mempunyai ketentuan adanya penerimaan atau penolakan apabila nilai signifikansi $f > 0.05$ maka hipotesis dapat diterima (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara silmutan ketiga variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai signifikansi $f < 0.05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi signifikan). Ini berarti bahwa secara silmutan ketiga variabel independen tersebut mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.13 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Menurut Imam Ghozali (2021) uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh atau besar pengaruh antara satu variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Kriteria yang digunakan untuk melakukan uji t ini yaitu apabila nilai dari t hitung $> t$ tabel dan nilai signifikan < 0.05 dapat dinyatakan signifikan yang berarti hipotesis diterima dan apabila t hitung $< t$ tabel dan nilai signifikan > 0.05 dapat dinyatakan tidak signifikan yang berarti hipotesis ditolak.