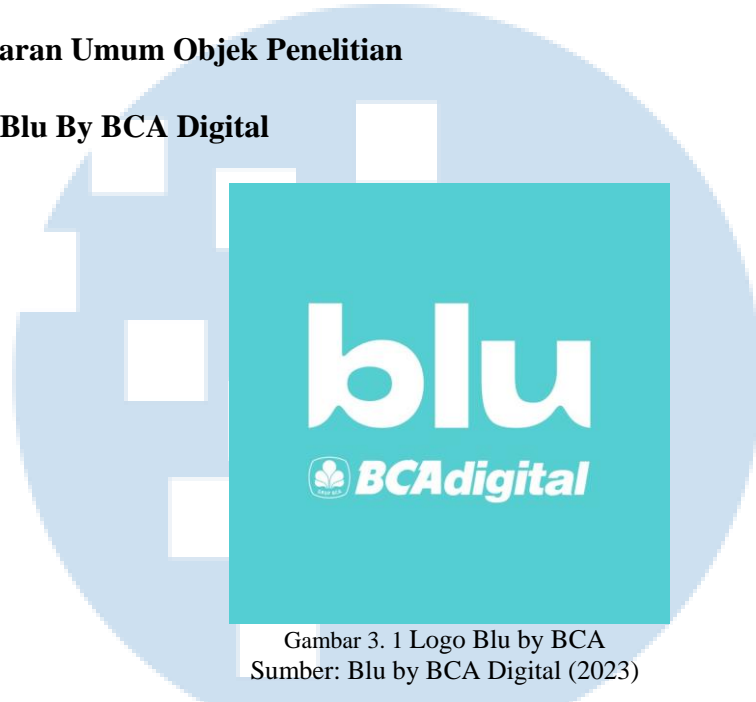


BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

3.1.1 Blu By BCA Digital



Gambar 3. 1 Logo Blu by BCA
Sumber: Blu by BCA Digital (2023)

Blu by BCA merupakan layanan perbankan digital memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi secara *online*. Blu merupakan anak perusahaan dari BCA bagian dari BCA Group. Berbeda dengan induknya Blu dikembangkan oleh PT BCA Digital dan beroperasi tanpa memiliki kantor cabang yang bisa didatangi karena seluruh transaksi dan layanan bank dapat diakses dimanapun dan kapanpun hanya dengan menggunakan ponsel. Blu resmi mengeluarkan aplikasinya pada bulan Juli 2021 untuk menjawab fenomena transaksi keuangan secara digital yang dikhususkan bagi generasi muda untuk lebih mudah melakukan transaksi secara digital.



Gambar 3. 2 Fitur yang ditawarkan Blu by BCA
 Sumber: Blu by BCA Digital (2023)

Blu BCA memberikan kemudahan akses dan fleksibilitas bagi nasabah dalam mengelola transaksi keuangan mereka. Blu by BCA Digital memberikan kemudahan untuk nasabahnya dalam mendaftar, bertransaksi, dan menggunakan layanan mereka karena semua layanan yang mereka berikan dapat dilakukan secara digital tanpa harus berkunjung ke kantor cabang. Blu by BCA Digital menawarkan berbagai macam fitur untuk pengguna mereka seperti fitur menabung, tabungan bersama teman, deposito dan berbagai macam fitur lainnya. Selain itu, Blu by BCA Digital juga memberikan bebas biaya admin dan bebas biaya transfer untuk bank BCA.



Gambar 3. 3 Blu Loyalty Benefit Program Blu
 Sumber: Blu by BCA Digital (2023)

Blu by BCA sebagai bank digital berusaha untuk terus memberikan kemudahan dan kenyamanan untuk nasabah dalam bertransaksi. Pada *website* Blu dapat terlihat bahwa Blu by BCA berusaha menawarkan kemudahan, keceriaan, dan kesederhanaan pada websitenya yang dimana sesuai dengan target market utama mereka yaitu generasi muda. Dalam membuka rekening Blu, calon pengguna dapat melakukannya dimana saja dan kapan saja karena calon pengguna hanya perlu mengunduh aplikasi Blu dan menyiapkan identitas diri untuk membuka akun pada Blu. Calon pengguna tidak perlu repot datang ke kantor fisik dikarenakan Blu menjamin semua aktivitas dan layanan yang ditawarkan hanya perlu diakses secara *online* dari awal hingga akhir.

Blu juga berusaha memberikan kenyamanan dan keefisienan melalui fitur-fitur yang mereka tawarkan seperti BluSaving dimana nasabah dapat membuat 20 jenis tabungan berbeda dengan hanya menggunakan satu rekening Blu. BluGether yang dimana merupakan fitur yang dapat digunakan untuk menabung bersama lebih dari 24 teman untuk menabung ke dalam satu rekening BluGether. Blu juga menawarkan BluBisnis, yang dimana nasabah tidak perlu membuat rekening tambahan untuk bisnis mereka karena dengan menggunakan BluBisnis nasabah dapat memisahkan keuangan personal dengan keuangan bisnis.

Blu by BCA juga melakukan program kolaborasi dengan berbagai pihak melalui program BIUnion. Pada program BIUnion ini, Blu BCA melakukan kolaborasi dengan berbagai pihak untuk memperluas pasar mereka seperti kolaborasi dengan Blibli, MRT, dan Binus. Melalui program Binus x Blu, Blu berusaha untuk memperluas pasar mereka pada mahasiswa dan mahasiswi Binus dengan membuat fitur baru pada aplikasinya yaitu BinusMaya untuk membantu proses transformasi *digital ecosystem* di Binus University. Dengan melakukan program kolaborasi ini Blu berharap dapat menggandeng lebih banyak generasi muda untuk menggunakan Blu sebagai pilihan mereka dalam bertransaksi.

Selain menawarkan berbagai macam fitur dan layanan, Blu by BCA Digital juga memberikan keuntungan-keuntungan kepada para nasabahnya. Blu by BCA Digital melakukan berbagai macam kerja sama dengan brand-brand lainnya untuk memberikan keuntungan bagi nasabahnya. *Benefit* yang ditawarkan oleh Blu by BCA Digital seperti promosi berupa potongan harga jika nasabah menggunakan aplikasi Blu dalam melakukan transaksi dan juga program BluLoyalty. BluLoyalty merupakan program loyalty yang diberikan Blu kepada nasabahnya, yang dimana semakin banyak tabungan nasabah maka akan semakin banyak keuntungan yang didapatkan.

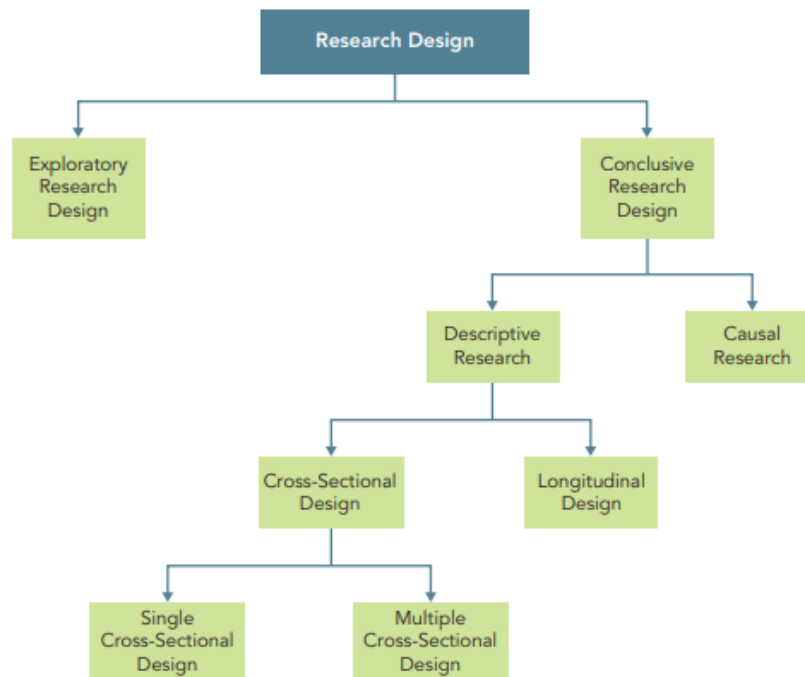
Blu by BCA Digital memiliki tantangan karena adanya pesaing lain di bidang *digital banking*. Salah satunya adalah Jenius dari produk PT Bank Tabungan Pensiunan. Jenius memiliki fitur serupa dengan Blu by BCA Digital yang membuat aplikasi Blu bersaing dan tidak dapat secara instan diterima oleh masyarakat.

3.2 Desain Penelitian

Menurut Malhotra (2020), desain penelitian adalah rancangan kerja penelitian yang menjelaskan bagaimana informasi didapatkan untuk menyusun atau menjawab masalah riset penelitian.

3.2.1 Jenis Penelitian

Secara umum terdapat dua klasifikasi desain penelitian menurut Malhotra (2020) yaitu eksploratif (*exploratory research design*) dan konklusif (*conclusive research design*).



Gambar 3. 4 Jenis Penelitian
Sumber: Malhotra (2020)

1. *Exploratory Research Design*

Exploratory research design bertujuan untuk memperluas wawasan dan pemahaman penelitian tentang fenomena atau masalah yang mereka hadapi. Ketika penelitian perlu mendefinisikan masalah maka jenis penelitian ini digunakan. Penelitian jenis ini memiliki fleksibilitas karena fokus penelitian dapat diubah sesuai dengan gagasan atau ide baru. Kecerdasan dan kreativitas sangat diperlukan untuk jenis penelitian ini. Penelitian jenis ini jarang memerlukan sampel yang besar atau kuesioner yang terstruktur (Malhotra, 2020).

2. *Conclusive Research Design*

Conclusive research design bertujuan untuk mengukur hipotesis atau dugaan variabel yang akan digunakan untuk membuat keputusan mengenai suatu masalah atau fenomena. Jika dibandingkan dengan desain penelitian *exploratory*, jenis penelitian ini memiliki struktur yang

lebih jelas dan formal. Untuk memperoleh data secara kuantitatif dan mewakili populasi yang ada, jenis penelitian ini membutuhkan jumlah sampel yang besar (Malhotra, 2020). *Conclusive research design* terbagi menjadi dua jenis sebagai berikut:

A. *Descriptive Research*

Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk mendeskripsikan karakteristik suatu pasar. Dasar pemeriksaan penelitian ini adalah pertanyaan penelitian dan spekulasi. Oleh karena itu, data yang diperlukan untuk eksplorasi ini dapat dikarakterisasi dengan jelas (Malhotra, 2020). Berdasarkan jarak waktu, penelitian deskriptif dibagi menjadi dua kategori:

- a. *Cross-sectional design* adalah pengumpulan data dalam proses penelitian yang dilakukan sekali dalam proses periode tertentu, *Cross-sectional design* dibagi menjadi dua yaitu:
 - i. *Single cross-sectional design*, dimana informasi dikumpulkan sekali pada satu sampel yang diambil dari satu kelompok responden.
 - ii. *Multiple cross-sectional design*, dimana informasi yang dikumpulkan sekali pada dua atau lebih sampel responden (beberapa kelompok responden yang berbeda).
- b. *Longitudinal research* adalah *research* yang dilakukan berulang kali dengan jarak waktu. Bertujuan untuk memberikan gambaran jelas mengenai fenomena atau situasi yang terjadi dari waktu ke waktu.

B. *Causal Research*

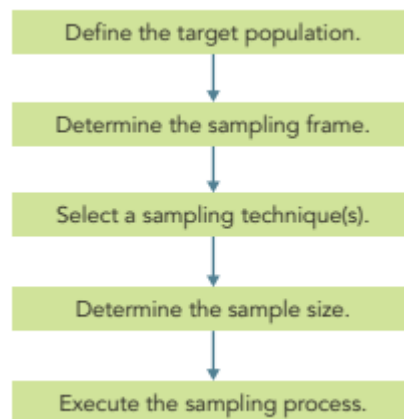
Causal research bertujuan untuk menemukan bukti hubungan dari suatu sebab dan akibat. Desain penelitian ini cocok digunakan untuk

mempelajari variabel mana yang berperan sebagai penyebab dan variabel mana yang dipengaruhi serta dapat digunakan untuk mengetahui sifat hubungan antara variabel serta pengaruhnya (Malhotra, 2020).

Penulis menggunakan desain penelitian *conclusive research design* karena ingin melakukan pengujian terhadap beberapa hipotesis yang telah dibentuk dan ingin mengetahui pengaruh setiap variabel terhadap niat untuk menggunakan aplikasi Blu by BCA. Desain *conclusive research design* khususnya *descriptive research* digunakan dengan tujuan menjelaskan fenomena tertentu melalui penggunaan survei. Penulis menyebarkan kuesioner melalui Google Form kepada responden yang memberikan penilaian pada pertanyaan-pertanyaan dengan skala *Likert* dari satu hingga lima. Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah *single cross-sectional design* yang berarti pengumpulan data hanya dilakukan satu kali dari setiap sampel penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2013), populasi dapat terdiri dari individu atau objek yang mempunyai karakteristik tertentu dari peneliti untuk diteliti. Populasi meliputi semua atribut atau sifat yang dimiliki objek atau subjek penelitian tersebut. Sampel adalah sub kelompok dari populasi yang dipilih untuk penelitian. Dalam menentukan *sampling* terdapat 5 langkah untuk menghasilkan hasil yang relevan dalam *sampling design process*. Langkah-langkah yang dilakukan ini harus saling berhubungan dan sesuai dengan desain penelitian (Malhotra, 2020).



Gambar 3. 5 Sampling Design Process
Sumber: Malhotra (2020)

3.3.1 *Target Population*

Target populasi merupakan sekelompok elemen atau objek penelitian yang mempunyai data yang diperlukan untuk penelitian. Target populasi didasarkan melalui rumusan masalah tentang subjek atau objek yang memungkinkan atau tidak memungkinkan untuk menjadi bagian dari sampel penelitian (Malhotra, 2020). *Target population* dapat ditentukan dalam bentuk:

1. *Element*

Elemen adalah objek yang mempunyai informasi terkait yang diperlukan untuk penelitian (Malhotra, 2020). Pada penelitian ini elemen merupakan responden dengan karakteristik atau sifat yang dibutuhkan dalam penelitian.

2. *Sampling Unit*

Unit sampel merupakan unit yang memiliki karakteristik dari suatu populasi yang akan diambil sebagai sampel penelitian (Malhotra, 2020). Kriteria unit sampel dalam penelitian ini adalah Generasi Z dengan rentang usia 17-26 tahun yang mengetahui bank digital dan belum menggunakan Blu by BCA.

3. *Extent*

Extent merujuk pada wilayah geografis yang ditentukan oleh peneliti saat memilih responden (Malhotra, 2020). Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan batasan geografis pada daerah Jabodetabek.

4. *Time*

Time adalah rentang waktu yang ditetapkan oleh peneliti selama proses penelitian (Malhotra, 2020). Dalam penelitian ini, periode penelitian berlangsung selama empat bulan, dimulai dari bulan September 2023 hingga Desember 2023.

3.3.2 *Sampling Frame*

Kerangka sampel adalah sebagian dari populasi sasaran yang mewakili seluruh populasi. Malhotra (2020) menggambarannya sebagai kumpulan atau daftar yang digunakan untuk mengidentifikasi anggota populasi yang menjadi subjek penelitian. Dalam pemeriksaan ini tidak digunakan garis besar pengujian dengan alasan tidak ada informasi yang dapat dijadikan alasan dalam memilih responden.

3.3.3 *Sampling Techniques*

Sampling techniques adalah metode yang digunakan oleh peneliti untuk memilih sampel yang digunakan dalam penelitian. Teknik pengambilan sampel terbagi menjadi dua jenis yaitu *non-probability sampling* dan *probability sampling* (Malhotra, 2020).

1. *Non-probability sampling*

- a. *Convenience sampling*, metode pengambilan sampel yang dalam memilih unit sampel diberikan sepenuhnya kepada pewawancara. Teknik ini sering memilih peserta yang berada di waktu serta tempat yang tepat. Membuat pengumpulan sampel menjadi lebih mudah bagi peneliti (Malhotra, 2020).

- b. *Judgemental sampling*, metode pengumpulan sampel dimana sampel dipilih setelah melalui proses penyaringan tertentu yang diatur sesuai dengan standar dan persyaratan peneliti (Malhotra, 2020).
- c. *Quota sampling*, metode teknik pengujian yang dilakukan dalam dua tahap. Pada tahap utama, peneliti membuat kelas kontrol atau menetapkan porsi untuk komponen populasi. Peneliti kemudian memilih sampel pada tahap kedua dengan menggunakan *convenience* atau *judgemental sampling* (Malhotra, 2020). (Malhotra, 2020).
- d. *Snowball sampling*, suatu strategi pemeriksaan dimana responden yang mendasari dipilih secara sembarangan dan kemudian responden didekati untuk memilih orang lain yang juga diingat sebagai populasi sasaran eksplorasi (Malhotra, 2020).

2. *Probability sampling*

- a. *Simple random sampling*, suatu metode pengambilan sampel dimana setiap anggota populasi dipilih secara acak dan mempunyai peluang yang sama untuk dimasukkan ke dalam sampel. (Malhotra, 2020).
- b. *Systematic sampling*, suatu metode pengujian yang dilakukan secara acak di awal dan kemudian berturut-turut dari garis besar pengujian (Malhotra, 2020).
- c. *Stratified sampling*, suatu metode pengambilan sampel dimana populasi dibagi menjadi strata atau subpopulasi dan kemudian didistribusikan kepada anggota setiap strata (Malhotra, 2020).
- d. *Cluster sampling*, suatu teknik pemeriksaan dengan cara mengisolasi populasi ke dalam kelompok atau kelas dan

kemudian memilih secara sembarangan dari setiap lapisan tersebut (Malhotra, 2020).

- e. *Other sampling techniques*, metode pengumpulan sampel yang terdiri dari *sequential sampling* dan *double sampling*.
 - *Sequential sampling* mengambil elemen populasi dengan urut dan menganalisis data dan menentukan jika elemen populasi tambahan harus diambil sampelnya.
 - *Double sampling* melibatkan pengambilan komponen sampel dari populasi sebanyak dua kali. Langkah pertama adalah memilih sampel dan mengumpulkan data dari seluruh komponen sampel. Kemudian, pada tahap berikutnya, subsampel diambil dari contoh pertama dan data tambahan dikumpulkan dari subsampel tersebut.

Strategi pengambilan sampel *non-probability sampling* digunakan dalam penelitian ini, dengan pengambilan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan yang memenuhi persyaratan standar penelitian. Teknik *non-probability sampling* yang diterapkan adalah *judgemental sampling*, yaitu dengan mengambil populasi yang terdiri dari generasi Z yang mengetahui semua tentang perbankan digital namun belum menggunakan Blu by BCA, yang menjadi subjek penelitian ini.

3.3.4 *Sample Size*

Banyaknya sampel yang akan digunakan dalam suatu penelitian disebut ukuran sampel. Untuk menentukan ukuran sampel mencakup pertimbangan subjektif dan kuantitatif (Malhotra, 2020). Hair et al. (2019) menyatakan bahwa jumlah indikator pertanyaan yang digunakan dalam survei dapat digunakan untuk menentukan besar sampel dengan cara mengalikan jumlah indikator dengan lima ($n \times 5$).

Penelitian ini memiliki 6 variabel dengan indikator pertanyaan sebanyak 30, sehingga banyak sampel yang diperlukan untuk penelitian ini sebanyak 150 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Periode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 4 bulan yang dimulai pada bulan September 2023 hingga Desember 2023. Penelitian dimulai dengan mengidentifikasi fenomena yang terjadi di sekitarnya pada bulan September 2023 dan menentukan fenomena yang menarik untuk dijadikan objek penelitian. Langkah selanjutnya melibatkan pencarian jurnal utama yang membahas topik serupa dengan fenomena yang ingin diteliti. Pada tahap ini, peneliti merumuskan konstruksi latar belakang, perumusan masalah, dan meninjau penelitian-penelitian terdahulu. Pada bulan November, peneliti memulai pengumpulan dan pengolahan data, serta merumuskan kesimpulan dan saran penelitian.

3.4.2 Data Penelitian

Menurut Malhotra (2020), data yang digunakan untuk melakukan penelitian dibagi menjadi dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Berikut ini adalah penjabaran dari dua jenis data tersebut:

3.4.2.1 Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan langsung oleh peneliti, di mana peneliti mengumpulkan informasi yang mempunyai keterkaitan langsung pada subjek penelitian. Pengumpulan data primer dapat dilakukan melalui berbagai teknik, termasuk survei, wawancara, dan diskusi kelompok (Malhotra, 2020).

Alat untuk mengumpulkan data yang diolah dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner disebarluaskan secara daring melalui Google Form dengan memanfaatkan aplikasi Line, Whatsapp, dan Instagram. Responden diminta memberikan penilaian pada setiap pertanyaan yang memiliki skala *Likert* 1-5, di mana angka 1 mencerminkan sangat tidak setuju dan angka 5 mencerminkan sangat setuju.

3.4.2.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang digunakan untuk memecahkan masalah penelitian dan dapat diperoleh dengan cepat serta biaya yang lebih rendah. Sumber data sekunder meliputi buku, artikel, informasi perusahaan, studi sebelumnya, atau basis data *online* yang dapat diakses tanpa memerlukan partisipasi langsung responden (Malhotra, 2020).

Peneliti memanfaatkan *internet* untuk mengakses jurnal dan teori yang mendukung data primer serta fenomena yang menjadi fokus penelitian. Data sekunder yang peneliti gunakan sebagai referensi berupa artikel, buku, jurnal, dan grafik yang mendukung adanya data primer.

3.4.3 Pengumpulan data

Pengumpulan data penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data primer dan data sekunder akan dirincikan sebagai berikut:

1. Melakukan pengumpulan data sekunder melalui situs web, buku, jurnal dan artikel ilmiah.
2. Melakukan pemilihan jurnal utama yang digunakan sebagai referensi penyusunan masing-masing indikator pada variabel kuesioner penelitian.

3. Membuat model penelitian serta hipotesis untuk penelitian yang akan diteliti.
4. Membuat kuesioner dengan membuat indikator pertanyaan pada masing-masing variabel dengan memperhatikan kata-kata yang mudah dipahami oleh responden serta *screening questions* dan *profiling*.
5. Menyebarkan kuesioner kepada minimal 30 responden untuk melakukan *pre-test*.
6. Hasil *pre-test* yang terkumpul dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan IBM Statistic SPSS Versi 25.
7. Jika hasil uji validitas dan uji reliabilitas pada *pre-test* valid dan reliabel, Maka penyebaran uji utama (*main-test*) dapat dilakukan.
8. Menyebarkan kuesioner uji utama (*main-test*) yang telah disusun secara daring menggunakan Google Form.
9. Mengolah data menggunakan IBM SPSS Statistic terhadap data yang sudah dikumpulkan pada *main-test* untuk uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis regresi berganda.

3.4.4 Variabel Penelitian

Penelitian ini memanfaatkan variabel eksogen (variabel yang memberikan pengaruh) dan variabel endogen (variabel yang menerima pengaruh).

3.4.4.1 Variabel Eksogen

Variabel eksogen merupakan variabel independen yang mempunyai faktor bebas yang tidak aktif. Variabel eksogen tidak dipengaruhi oleh variabel lain dalam model. Faktor-faktor dari luar akan menentukan konstruk pada variabel eksogen (Malhotra, 2020).

Variabel independen adalah faktor yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau berkembangnya variabel dependen

(Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, variabel eksogen mencakup *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived risk*, *trust*, *convenience*, dan *demographic factor* (jenis kelamin, dan pendapatan bulanan).

3.4.4.2 Variabel Endogen

Variabel endogen merupakan variabel laten atau identik dengan variabel dependen. Variabel dependen dipengaruhi oleh variabel lain dalam model dan dapat mempengaruhi variabel lain dalam model (Malhotra, 2020). Variabel dependen merupakan variabel yang timbul berdasarkan keberadaan variabel independen atau yang dipengaruhi olehnya (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini, variabel endogen yang digunakan adalah *intention to use*



3.5 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3. 1 Tabel Operasional

No	Variabel	Definisi	Kode	Indikator	Pertanyaan	Jurnal Referensi	Teknik Pengukuran
1	Perceived Usefulness	Perceived usefulness adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis, 1989).	PU1	Tingkat kegunaan bank digital dalam membantu aktivitas sehari-hari.	Anda merasa dengan menggunakan aplikasi Blu akan membantu aktivitas anda sehari-hari.	Nguyen (2020) Thanh (2023)	Skala Likert 1-5
			PU2	Tingkat kegunaan bank digital dalam menghemat waktu.	Anda merasa dengan menggunakan aplikasi Blu akan menghemat waktu Anda.		
			PU3	Tingkat kegunaan bank digital lebih efisien dibandingkan bank konvensional.	Anda merasa dengan menggunakan aplikasi Blu dapat membantu Anda untuk beraktivitas lebih efisien dibandingkan menggunakan bank konvensional.		
			PU4	Tingkat kegunaan bank digital dalam melakukan transaksi.	Aplikasi Blu dapat membantu Anda untuk melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja.		
			PU5	Tingkat kegunaan bank digital dalam menggunakan layanan yang ada.	Anda merasa dengan menggunakan aplikasi Blu akan memberi Anda akses ke berbagai layanan seperti bertransaksi, berbelanja, investasi, dan menabung.		

2	Perceived Ease of Use	Perceived ease of use merupakan sebuah persepsi seseorang bahwa kemudahan penggunaan teknologi atau sistem tanpa perlu untuk menggunakan usaha yang berlebihan (Davis, 1989).	PEOU1	Tingkat kemudahan untuk mempelajari penggunaan bank digital.	Anda merasa penggunaan aplikasi Blu akan mudah untuk dipelajari.	Nguyen (2020) Windasari (2022)	Skala Likert 1-5
			PEOU2	Tingkat kemudahan untuk menggunakan bank digital.	Anda merasa layanan aplikasi Blu akan mudah untuk digunakan.		
			PEOU3	Tingkat kemudahan dalam pengajuan rekening bank digital.	Anda merasa proses pengajuan rekening aplikasi Blu akan sangat mudah.		
			PEOU4	Tingkat kemudahan dalam melakukan transaksi menggunakan bank digital.	Anda merasa melakukan transaksi menggunakan aplikasi Blu sangat mudah dan simpel.		
			PEOU5	Tingkat kemudahan dalam menggunakan fitur yang ditawarkan bank digital.	Anda merasa fitur yang ditawarkan aplikasi Blu mudah untuk digunakan.		
3	Perceived Risk	Perceived risk merupakan persepsi seseorang terhadap dampak yang mungkin muncul ketika menggunakan sebuah layanan (Nguyen, 2020).	PR1	Tingkat risiko dalam memberikan informasi pribadi.	Anda merasa memberikan informasi pribadi pada aplikasi Blu berbahaya.	Nguyen (2020) Thanh (2023)	Skala Likert 1-5
			PR2	Tingkat risiko dalam menggunakan bank digital.	Anda merasa menggunakan aplikasi Blu merupakan aktivitas yang beresiko.		
			PR3	Tingkat risiko bank digital dibandingkan bank konvensional.	Anda merasa menggunakan aplikasi Blu lebih beresiko dibandingkan pergi ke bank konvensional.		
			PR4	Tingkat risiko dalam mendaftar layanan bank digital.	Anda merasa mendaftar layanan aplikasi Blu merupakan aktivitas yang beresiko.		

			PR5	Tingkat risiko penggunaan bank digital dibandingkan keuntungan yang ditawarkan.	Anda merasa risiko aplikasi Blu lebih besar dibandingkan keuntungannya.		
4	Trust	Trust merupakan faktor yang menunjukan seseorang merasa aman ketika menggunakan suatu layanan tanpa harus memikirkan mengenai risiko atau masalah yang dapat terjadi (Nguyen, 2020)	TR1	Tingkat kepercayaan terhadap bank digital.	Anda merasa aplikasi Blu dapat dipercaya.	Nguyen (2020) Shin (2019)	Skala Likert 1-5
			TR2	Tingkat kepercayaan terhadap kepatuhan bank digital pada aturan yang dibuat.	Aplikasi Blu mematuhi aturan yang telah diumumkan tentang perbankan digital.		
			TR3	Tingkat kepercayaan terhadap komitmen bank digital.	Aplikasi Blu memberikan pelayanan sesuai dengan komitmen mereka.		
			TR4	Tingkat kepercayaan terhadap pelayanan bank digital.	Aplikasi Blu selalu berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik mereka kepada nasabah		
			TR5	Tingkat kepercayaan terhadap keamanan bank digital.	Aplikasi Blu memiliki sistem keamanan cyber yang baik dalam menjaga informasi dan transaksi nasabah.		
5	Convenience	Convenience merupakan segala sesuatu yang dapat menambah rasa nyaman seseorang ketika menggunakan suatu layanan yang dapat memberikan kemudahan dan efisiensi (Brown, 1989)	CV1	Tingkat kenyamanan untuk mengakses bank digital dimana saja.	Anda merasa terbantu dengan menggunakan aplikasi Blu karena dapat diakses menggunakan smartphone dan internet tanpa perlu mengunjungi bank.	Nguyen (2020) Shin (2019)	Skala Likert 1-5
			CV2	Tingkat kenyamanan untuk mengakses bank digital kapan saja.	Anda merasa dapat mengakses aplikasi Blu kapan saja karena aplikasi Blu beroperasi selama 24 jam.		

			CV3	Tingkat kenyamanan penggunaan bank digital dalam mengatur waktu.	Sistem aplikasi Blu membantu Anda dalam mengatur waktu Anda		
			CV4	Tingkat kenyamanan dalam menggunakan bank digital.	Aplikasi Blu tidak merepotkan karena pengguna tidak perlu mengantri.		
			CV5	Tingkat kenyamanan dalam mendapatkan informasi untuk memilih bank digital	Anda dapat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai bank digital Blu		
6	Intention to use	Intention to use dapat diartikan sebagai niat pengguna untuk menerima dan ingin menggunakan sebuah teknologi (Chaveesuk, 2019).	IU1	Tingkat keinginan untuk menggunakan bank digital.	Anda berpikir untuk menggunakan layanan aplikasi Blu di masa yang akan datang.	Nguyen (2020) Thanh (2023)	Skala Likert 1-5
			IU2	Tingkat keinginan menggunakan bank digital untuk melakukan transaksi keuangan.	Anda berpikir untuk menggunakan aplikasi Blu untuk melakukan transaksi keuangan anda sehari-hari.		
			IU3	Tingkat keinginan menggunakan bank digital untuk menabung.	Anda berpikir untuk memiliki aplikasi Blu untuk tujuan menabung.		
			IU4	Tingkat keinginan mengajak orang lain untuk menggunakan bank digital.	Anda akan mengajak teman anda untuk menggunakan aplikasi Blu.		
			IU5	Tingkat keinginan mendorong orang lain untuk menggunakan bank digital.	Anda akan mendorong orang lain untuk menggunakan aplikasi Blu.		

3.6 Teknik Analisis Data

Peneliti akan menganalisis data menggunakan IBM SPSS Statistic versi 25. Metode analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini sebagai berikut:

3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6.1.1 Uji Validitas

Uji validitas mengukur sejauh keakuratan perbedaan skor skala yang dapat secara akurat mencerminkan perbedaan sebenarnya antar objek pada atribut yang diukur. Validitas diuraikan dalam tiga kategori sebagai berikut:

1. *Content Validity*

Content validity yang juga dikenal sebagai validitas wajah, adalah mengacu pada evaluasi sistematis dan subjektif dari skala tertentu agar berhasil menyelesaikan tugas yang ada (Malhotra, 2020).

2. *Criterion Validity*

Criterion validity adalah suatu cara untuk melakukan survei sejauh mana penyajian suatu skala sesuai dengan asumsi, dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang dianggap signifikan (Malhotra, 2020).

3. *Construct Validity*

Construct validity merupakan jenis validitas yang menentukan sifat-sifat konstruksi yang akan diperkirakan dengan suatu skala (Malhotra, 2020).

Penelitian ini memanfaatkan *construct validity*, yang menggunakan pertanyaan indikator sebagai instrumen pengukuran untuk mengevaluasi signifikansi suatu variabel. Validitas suatu

variabel dapat dianggap terpenuhi ketika memenuhi sejumlah kriteria validitas. Beberapa persyaratan yang harus dipenuhi untuk membuktikan kevalidan indikator sebagai representasi variabel mencakup:

Tabel 3. 2 Syarat Validitas

No	Ukuran Validitas	Nilai Disyaratkan
1	<i>Kaiser-Meyer-Olkin</i> (KMO) adalah indeks yang digunakan untuk menentukan apakah <i>factor analysis</i> layak.	Apabila nilai KMO menunjukkan hasil $\geq 0,5$ maka analisis faktor tepat dan sebaliknya apabila nilai KMO menunjukkan hasil dibawah 0,50 maka tidak diharapkan.
2	<i>Bartlett's Test of Sphericity</i> merupakan uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis bahwa variabel tidak berkorelasi dalam populasi.	Apabila nilai signifikan menunjukkan hasil $< 0,05$ menunjukkan bahwa adanya korelasi yang signifikan antar variabel.
3	<i>Measure of Sampling Adequacy</i> (MSA) bertujuan untuk mengukur setiap variabel dan matriks korelasi tiap variabel.	Apabila nilai MSA atau <i>Anti-image</i> $\geq 0,5$ menunjukkan bahwa keseluruhan matriks dan tiap variabel sesuai untuk dilakukan faktor analisis lebih lanjut.
4	<i>Factor Loadings of Component Matrix</i> berfungsi untuk membantu memahami sifat dari komponen tertentu dan bagaimana korelasi antar variabel	Apabila nilai <i>factor loadings</i> berada $\geq 0,5$ maka dianggap signifikan. Semakin besar nilai <i>factor loadings</i> maka akan dapat menjelaskan suatu variabel.

Sumber: Malhotra (2020)

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu metode yang mengindikasikan sejauh mana konsistensi metode pengukuran ketika digunakan secara berulang dalam suatu penelitian (Malhotra, 2020). Terdapat tiga pendekatan dalam uji reliabilitas, antara lain:

1. *Test-retest Reliability*

Test-retest reliability suatu teknik untuk mendekati responden yang digunakan untuk menentukan kualitas tetap dari suatu skala dengan memperkirakannya pada dua waktu yang berbeda dalam keadaan yang hampir sama.

2. *Alternatives-forms Reliability*

Alternatives-forms reliability adalah metode untuk mengevaluasi reliabilitas di mana seorang responden menggunakan dua skala yang identik atau hampir identik pada dua waktu berbeda.

3. *Internal Consistency Reliability*

Internal consistency reliability adalah metode evaluasi yang digunakan untuk menentukan tingkat konsistensi internal suatu skala ketika beberapa rangkaian item dijumlahkan untuk mendapatkan skor total. *Internal consistency reliability* dapat diukur melalui metode *split-half*, dimana skala dibagi menjadi dua bagian dan nilai yang dihasilkan saling berhubungan. Selain itu, ada juga *Cronbach's alpha*, yaitu nilai khas dari segala sesuatu yang muncul dari isolasi benda-benda berskala berbeda.

Peneliti menggunakan uji reliabilitas dengan metode *Internal consistency reliability*, yaitu *cronbach's alpha*. Keseluruhan data yang telah diperoleh dianggap dapat diandalkan atau memiliki keandalan apabila *cronbach's alpha* memiliki nilai melebihi 0,60.

Tabel 3. 3 Syarat Reliabilitas

<i>Cronbach's Alpha</i>	Hasil
$\geq 0,60$	Reliabel
$< 0,60$	Tidak Reliabel

Sumber: Malhotra (2020)

3.6.2 Analisis Data Penelitian

3.6.2.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ditunjukkan untuk mengukur bahwa estimasi persamaan regresi yang didapatkan akurat dan konsisten. Peneliti perlu melakukan beberapa uji hipotesis klasik sebelum menganalisis regresi linier berganda.

3.6.2.1.1 Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah sebaran gangguan atau variabel sisa dalam suatu model regresi normal. Menurut Ghozali (2013), ada dua pendekatan yang dapat dilakukan untuk memastikan apakah residu menunjukkan distribusi normal atau tidak yakni analisis grafis dan analisis statistik.

Distribusi residual dalam penelitian ini diuji dengan analisis statistik dan juga analisis grafik. Dalam analisis statistik untuk melihat normalitas dilakukan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Data dianggap memiliki distribusi normal jika nilai signifikansinya melebihi 0,05 (Ghozali, 2013). Sementara itu, dalam analisis grafis untuk mengidentifikasi normalitas, dilakukan dengan memeriksa histogram dan P-Plot dengan kriteria berikut:

1. Pada histogram, jika terdapat kecenderungan pola distribusi yang simetris (*skewness*) dan berpusat, maka dapat diasumsikan bahwa data memiliki distribusi normal (Ghozali, 2013).
2. Dalam grafik P-Plot, jika data tersebar secara merata sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2013).

3.6.2.1.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah pada model terdapat perbedaan varians antara persepsi yang satu dengan persepsi yang lain. Homoskedastisitas adalah suatu kondisi dimana varians residu tetap konstan dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya. Heteroskedastisitas, sebaliknya, terjadi ketika variansnya berbeda. Sebuah model regresi dianggap baik jika Homoskedastisitas terpenuhi. Pengujian ini dapat dilakukan dengan melihat scatterplot yang menunjukkan penyebaran titik-titik secara acak dan seragam di atas dan di bawah sumbu Y. Jika scatterplot membentuk pola titik-titik yang teratur, maka dapat disimpulkan bahwa Heteroskedastisitas terjadi (Ghozali, 2013).

3.6.2.1.3 Uji Multikolinieritas

Dalam model regresi, uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berkorelasi. Model regresi dikatakan baik jika tidak terdapat korelasi antar variabel independen. Dalam pengujian ini, adanya

multikolinieritas dapat diidentifikasi ketika nilai *tolerance* \leq 0,10 dan nilai VIF \geq 10 (Ghozali, 2013).

3.6.2.2 Uji Regresi

3.6.2.2.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sejauh mana model dapat memahami variasi variabel dependen. Kapasitas variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen menjadi terbatas jika nilai R^2 -nya rendah. Di sisi lain, dengan asumsi nilai mendekati satu, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen memberikan sebagian besar data yang diharapkan dapat menggambarkan keragaman dalam variabel dependen (Ghozali, 2013).

3.6.2.2.2 Uji Signifikansi Keseluruhan (Uji Statistik F)

Uji signifikansi keseluruhan, atau Uji Statistik F, dilaksanakan untuk menentukan apakah variabel independen mampu memahami variabel dependen dalam konteks penelitian (Ghozali, 2013). Dalam pengujian ini, terdapat hipotesis yang perlu diformulasikan sebagai berikut:

Ho: Tidak ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen (Sig > 0,05).

Ha: Terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen (Sig > 0,05).

3.6.2.2.3 Uji Hipotesis (Uji Statistik t)

Uji Statistik T digunakan untuk menilai besarnya pengaruh suatu variabel independen secara eksklusif dalam

memahami keragaman variabel dependen (Ghozali, 2013). Dalam uji ini, perlu merumuskan hipotesis untuk setiap variabel independen sebagai berikut:

Ho: Variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen ($\text{Sig} > 0,05$)

Ha: Variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen ($\text{Sig} < 0,05$)

3.6.2.3 Uji Beda *T-Test* dan Uji Anova (*Analysis of Variance*)

Untuk mendistribusikan korelasi antara variabel independen yang bersifat kategoris atau non-metrik dan variabel dependen yang berukuran metrik, interval, atau rasio digunakan uji beda *t-test* dan uji analisis varians (ANOVA). Tes ini bergantung pada jumlah kelas faktor bebas. Uji *t* merupakan uji statistik yang digunakan jika variabel bebas mempunyai dua kategori. Namun, jika variabel bebas memiliki lebih dari dua kategori, maka metode yang digunakan adalah uji Anova (Ghozali, 2013).

Penelitian ini diterapkan uji beda *t-test* untuk menguji variabel bebas *gender* yang hanya memiliki dua kategori. Selanjutnya, analisis Anova digunakan untuk menguji variabel bebas pendapatan bulanan, yang memiliki lebih dari dua kategori sampel.

3.6.2.3.1 Uji Beda *T-test*

Uji beda uji *t* digunakan untuk mengetahui apakah dua sampel yang tidak berhubungan mempunyai nilai *mean* yang berbeda. Siklus pengujian ini mencakup melihat rata-rata dari dua contoh berbeda. Menurut Ghozali (2013), uji beda uji *t* digunakan untuk membandingkan nilai rata-rata dua kelompok yang tidak berhubungan.

Dalam penelitian ini tabel *group statistic* digunakan untuk memperlihatkan perbedaan nilai rata-rata sampel yang dilihat dari nilai *mean*. Kemudian pada tabel *Independent Sample Test* digunakan untuk melihat lebih lanjut secara statistik. Asumsi apakah terdapat perbedaan *variance* pada kedua sampel berbeda atau sama dapat dilihat melalui *Levene test*. Tahap selanjutnya adalah memeriksa nilai uji-t untuk melihat apakah terdapat perbedaan signifikan. Berikut ini adalah gambaran proses pengambilan keputusan:

1. Apabila nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, maka tidak dapat menolak H_0 , yang menunjukkan bahwa variansnya dianggap sama.
2. Sebaliknya, jika nilai probabilitas kurang dari 0,05, H_0 dapat ditolak, menandakan adanya perbedaan signifikan dalam varians.

3.6.2.3.2 Uji Anova (*Analysis of Variance*)

Uji Anova merupakan suatu metode yang digunakan untuk menentukan hubungan antara satu variabel terikat dengan setidaknya satu atau lebih variabel bebas. Ketika terdapat hubungan antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen, maka terjadi Anova satu arah. Sementara itu, Anova Dua Arah dan Anova Tiga Arah mengacu pada keadaan di mana terdapat hubungan antara satu variabel terikat dan beberapa variabel bebas. Anova digunakan sepenuhnya dengan tujuan untuk memahami pengaruh variabel bebas langsung terhadap variabel terikat bersifat metrik (Ghozali, 2013). Berikut ini yang menjadi landasan dalam proses pengambilan keputusan:

1. Apabila nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, maka H0 tidak dapat diabaikan, yang mengindikasikan bahwa varians dianggap sama.
2. Sebaliknya, jika nilai probabilitas kurang dari 0,05, H0 dapat ditolak, menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan dalam varians.

3.6.2.4 Uji Analisis Regresi Berganda

Variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini dievaluasi dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi pada dasarnya merupakan pemeriksaan hubungan antara setidaknya satu faktor bebas dengan variabel dependen. Dengan menggunakan nilai-nilai variabel independen yang telah diketahui sebelumnya, analisis regresi ini bertujuan untuk memproyeksikan nilai rata-rata populasi, atau variabel dependen (Ghozali, 2013).

Persamaan regresi dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen atau bebas yaitu *perceived usefulness*(X₁), *perceived ease of use* (X₂), *perceived risk* (X₃), *trust* (X₄), dan *convenience* (X₅) terhadap *intention to use* (Y). Dengan demikian, persamaan regresi dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Keterangan:

Y = *Intention to use*

X₁ = *Perceived usefulness*

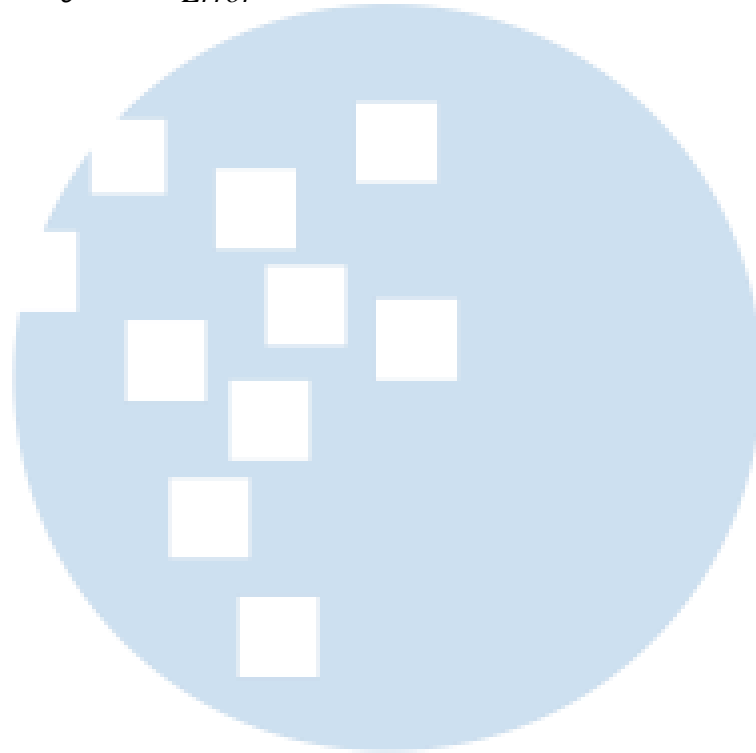
X₂ = *Perceived ease of Use*

X₃ = *Perceived risk*

X₄ = *Trust*

X₅ = *Convenience*

- a = Konstanta
 b = Koefisien garis regresi
 e = *Error*



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA