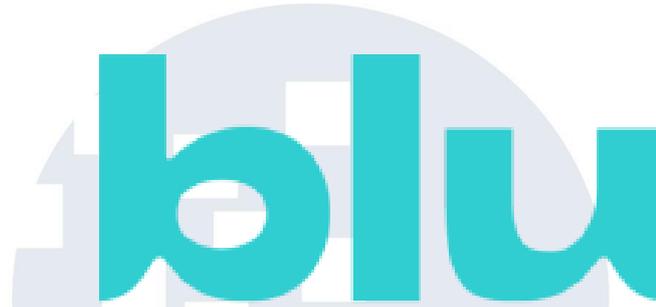


BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

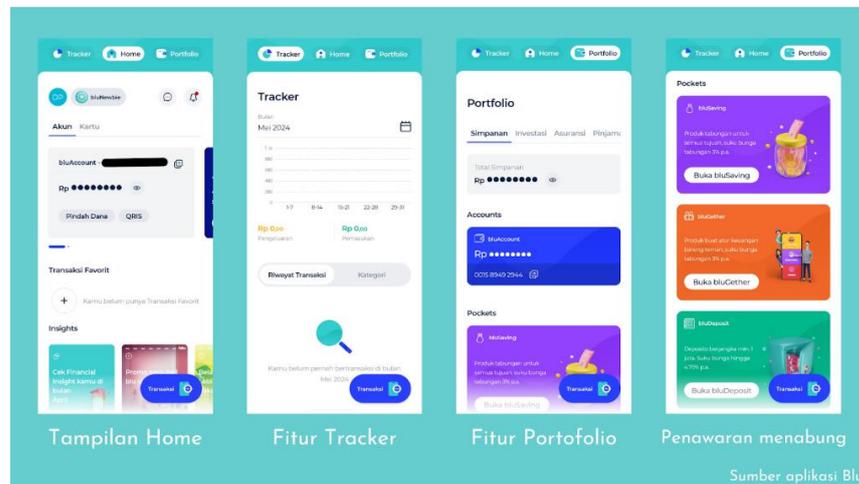
3.1.1 Blu



Gambar 3.1 Logo Blu by BCA

Sumber: Blu by BCA Digital (2024)

Blu by BCA, yang lebih dikenal dengan sebutan Blu, adalah layanan perbankan digital yang disediakan oleh PT Bank Central Asia Digital (BCA Digital), anak perusahaan dari PT Bank Central Asia Tbk (BCA). Blu diresmikan pada bulan Juli 2021 dan beroperasi melalui aplikasi mobile banking yang dapat diunduh di smartphone. Berbeda dengan induk perusahaan yaitu BCA yang memiliki kantor cabang, Blu sendiri tidak memiliki kantor cabang dan hanya berfokus pada sistem online. Blu sendiri diluncurkan untuk menjawab fenomena yang berkembang saat ini. Fenomena tersebut adalah proses jual beli yang cukup dilakukan melalui satu perangkat saja dan semuanya sudah terkoneksi. Sehingga proses perbankan pun akan jauh lebih mudah, cepat, dan efisien.



Gambar 3.2 Menu yang dimiliki aplikasi Blu

Sumber: Aplikasi Blu (2024)

Blu memberikan pengalaman baru kepada nasabah ketika menggunakan layanan yang dimiliki Blu. Dengan tampilan yang lebih mengesankan dan responsif dapat menciptakan pengalaman yang baik. Dimana pada gambar 3.1 menunjukkan bahwa Blu memiliki menu yang tentunya bermanfaat seperti adanya fitur *tracker* dan *portfolio*. Hal ini memudahkan nasabah untuk mengontrol keuangannya.



Gambar 3.3 Penawaran menarik yang dimiliki Blu

Sumber: Aplikasi Blu (2024)

Blu sendiri juga memiliki penawaran yang menarik yang dapat nasabah rasakan. Dari penawaran belanja, penawaran hiburan, penawaran

food and beverage (FnB), dan masih banyak penawaran yang dimiliki oleh Blu untuk memberikan pelayanan terbaik.



Gambar 3.4 Video edukasi Blu

Sumber: Youtube Blu (2024)

Tidak hanya berfokus pada fitur dan penawaran yang dimiliki oleh Blu. Blu sendiri memiliki channel youtube yang didalamnya terdapat beragam konten. Contohnya yaitu adanya video edukasi yang menjelaskan setiap fitur dan penawaran yang dimiliki. Sehingga akan lebih memudahkan nasabah dalam penggunaannya. Semakin cepat nasabah itu mengerti pembelajaran teknologi yang dilakukan saat ini maka semakin baik juga sikap yang dimiliki oleh nasabah BCA.



Gambar 3.4 Layanan yang ada pada Blu

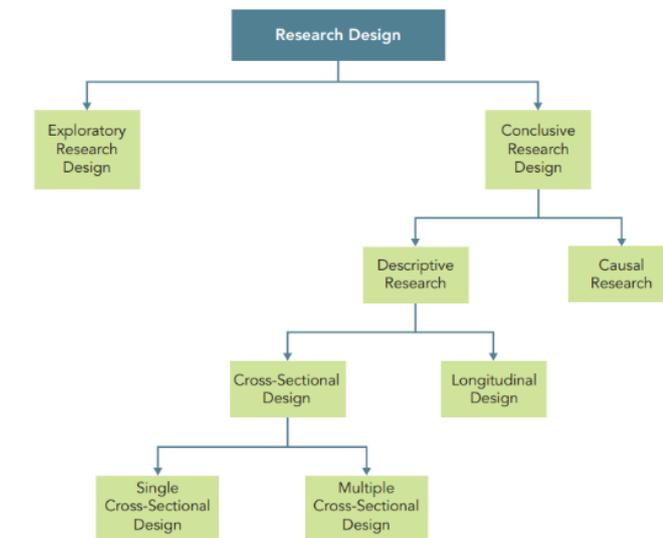
Sumber: Website Blu (2024)

Beragam layanan yang dimiliki oleh Blu membuat nasabah lebih banyak belajar manfaat-manfaat dari setiap layanan tersebut. Nasabah harus mempelajari layanan yang ada tersebut untuk dapat merasakan keuntungannya menggunakan Blu. Layanan Blu sendiri dibagi menjadi beberapa kategori seperti tabungan, pinjaman, asuransi, investasi, dan masih terdapat beberapa layanan lagi. Blu saat ini bekerja sama dengan kampus yang ada di Indonesia untuk penerapan bank digital khususnya Blu pada kampus tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa Blu terus berupaya mencari target dan menargetkan generasi Z sebagai nasabahnya.

Namun, Blu tentu harus terus bekerja keras dalam pemasarannya. Banyaknya pesaing yang sudah lebih dulu ada di dunia digital bank ini. Seperti Neobank, Bank Jago, Jenius, dan masih banyak lagi pesaing yang tentu memiliki beberapa fitur yang sama. Sehingga tentu Blu harus melakukan inovasi yang lebih lagi untuk menaikkan reputasi Blu dan membangun cara agar terus diterima oleh masyarakat.

3.2 Desain Penelitian

Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan (2020) mengemukakan bahwa desain penelitian merupakan kerangka kerja yang terstruktur untuk memperoleh informasi guna menjawab pertanyaan penelitian. Desain penelitian sendiri digambarkan sebagai kerangka atau *blueprint* yang digunakan untuk kegiatan penelitian. Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan (2020) juga menjelaskan bahwa pada umumnya desain penelitian memiliki dua desain yaitu *Exploratory Research Design* dan *Conclusive Research Design*.



Gambar 3.5 Jenis-jenis penelitian

Sumber: Malhotra (2020)

1. *Exploratory Research Design*

Exploratory research design bertujuan untuk menggali permasalahan atau situasi yang membuka pemahaman dan wawasan baru. Penelitian ini membantu merumuskan masalah dengan lebih akurat, mengidentifikasi alternatif tindakan, dan mengembangkan hipotesis (Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, 2020). Penelitian ini umumnya menggunakan metode survei, diskusi kelompok terarah (yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif), wawancara mendalam, dan data sekunder (Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, 2020).

2. *Conclusive Research Design*

Conclusive research design bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang suatu fenomena, menguji hipotesis yang diajukan secara ilmiah, dan membangun hubungan antar variabel dengan bukti yang kuat (Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, 2020). Pendekatan penelitian ini lebih formal dan terstruktur, namun prosesnya kurang fleksibel karena membutuhkan sampel besar dan data spesifik. Pada umumnya jenis penelitian ini menggunakan media penyebaran kuisioner untuk mendapatkan sampel yang diinginkan. Menurut Naresh K.

Malhotra, Daniel Nunan,(2020) menjelaskan bahwa *conclusive research design* memiliki dua jenis sebagai berikut:

a. Descriptive Research

Descriptive research bertujuan untuk menguraikan dan menganalisis suatu fenomena dalam bidang pemasaran, termasuk karakteristik pasar. Metode pengumpulan data yang umum digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan wawancara tatap muka, baik lisan maupun tertulis (Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, 2020). Menurut Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan (2020) menjelaskan bahwa *descriptive research* memiliki dua jenis sebagai berikut:

i. Cross-Sectional Design

Cross-sectional design melibatkan pengumpulan data secara simultan dari berbagai subjek pada satu waktu tertentu (Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, 2020) Jenis ini di bagi menjadi dua bagian lagi yaitu:

▪ *Single Cross-Sectional Design*

Dalam *single cross-sectional design*, data sampel dikumpulkan hanya sekali dari populasi sasaran untuk memahami karakteristiknya pada waktu tertentu.

▪ *Multiple Cross-Sectional Design*

Multiple cross-sectional Design melibatkan pengambilan dua atau lebih sampel responden dari populasi sasaran.

ii. Longitudinal Design

Longitudinal design melibatkan pengukuran berulang pada variabel yang sama pada sampel populasi tetap selama periode waktu tertentu (Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, 2020). Sampel ini dipilih untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang situasi dan perubahan yang terjadi dari waktu ke waktu.

b. Causal Research

Menurut Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan (2020), *causal research* berfokus pada penemuan bukti hubungan sebab-akibat.

Desain penelitian ini ideal untuk mengidentifikasi variabel penyebab dan variabel yang dipengaruhi, serta sifat hubungan dan pengaruhnya.

Dari uraian yang telah dilakukan terhadap jenis-jenis penelitian yang dikemukakan oleh Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan tahun 2020, maka peneliti memiliki desain penelitian yaitu *conclusive research design* dan *descriptive research*. Tujuannya adalah melakukan penggambaran situasi atau fenomena secara terstruktur dan terencana untuk menguji hipotesis, serta menjelaskan fenomena yang saling mempengaruhi pada variabel *intention to use* Aplikasi Blu dengan menggunakan survei dengan penyebaran kuisioner. Kemudian, penggunaan *single cross-sectional design* akan dilakukan dikarenakan data sampel dikumpulkan hanya satu kali dari populasi sasaran untuk memahami karakteristiknya.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Dalam pembuatan penelitian tentu mencari populasi menjadi hal penting didalamnya untuk membangun sebuah target. Menurut Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan (2020), populasi mengacu pada kumpulan elemen yang memiliki karakteristik serupa dan menjadi sasaran utama dalam strategi pemasaran. Isi dalam pembuatan target yaitu:

1. *Element*

Dalam penelitian, *element* berperan sebagai sumber informasi, di mana partisipan atau responden menyediakan data yang diperlukan (Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, 2020). Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini menjelaskan bahwa *element* yang dimiliki adalah responden dengan karakteristik dan sasaran dalam strategi pemasaran.

2. *Sampling Unit*

Sampling unit adalah elemen populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan populasi, dan memiliki karakteristik yang serupa dengan populasi tersebut. Pada penelitian yang dilakukan,

populasi yang dipilih adalah generasi Z yang belum menggunakan aplikasi bank digital Blu dan memiliki rentang usia 17 – 27 tahun.

3. *Extent*

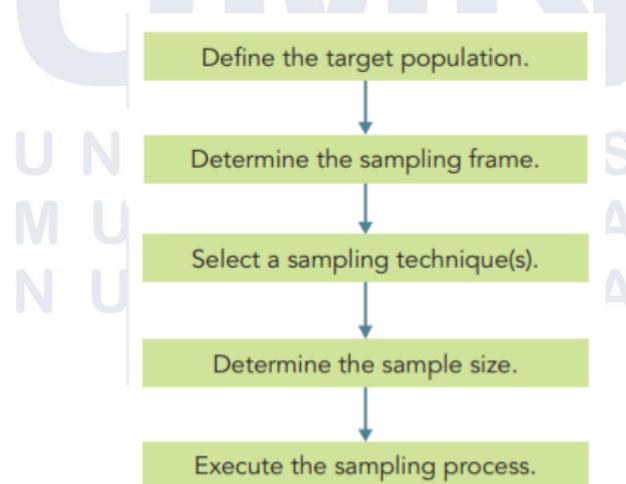
Menurut Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan (2020) menjelaskan bahwa Batasan wilayah geografis yang dipilih untuk pengambilan sampel disebut *extent*. Dalam penelitian yang peneliti lakukan tidak memiliki batasan wilayah geografis karena sifat dari bank digital sendiri yang berfokus kepada sistem online, sehingga tidak dipengaruhi oleh suatu wilayah.

4. *Time*

Time sendiri adalah jangka waktu atau periode yang dibutuhkan dalam melakukan sebuah penelitian (Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, 2020). Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggambarkan periode waktu penelitian selama empat bulan.

3.3.2 Sampel

Setelah populasi sudah ditetapkan pada bagian sebelumnya, maka tahapan selanjutnya adalah menetapkan sampel penelitian. Menurut Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan (2020) terdapat beberapa Langkah untuk menetapkan sampel dalam penelitian, berikut Langkah-langkahnya:



Gambar 3.6 Tahapan proses sampling

Sumber: Malhotra (2020)

Tahapan pertama adalah menetapkan target populasi, dimana pada bagian sebelumnya sudah dijelaskan oleh peneliti. Target populasi menjadi hal yang penting dikarenakan menjadi kunci dalam kesuksesan dan keefektifan sebuah penelitian. Tahapan kedua adalah *sampling frame*, dimana pada tahapan ini digunakan untuk merepresentasikan elemen populasi target (Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, 2020). Kerangka sampel ini berisi daftar dan petunjuk untuk memilih individu atau unit yang akan diteliti, seperti alamat email dan sumber data lainnya.

Tahapan ketiga adalah memilih *sampling technique* yang akan digunakan pada penelitian. Tahapan ini bertujuan untuk memperkirakan karakteristik populasi dalam melakukan pendekatannya. Tahapan keempat adalah *determine the sample size*. Pengukuran sampel menjadi penting karena untuk menciptakan akurasi dan keefektifan dalam penelitian. Tahapan kelima dan terakhir ini adalah eksekusi *sampling process* yang sudah ditetapkan sebelumnya.

3.3.2.1 Sampel Frame

Sampel frame menggunakan daftar lengkap elemen populasi sebagai dasar pemilihan responden untuk diidentifikasi dan menjadi acuan dalam penelitian (Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, 2020). Namun, karena keterbatasan informasi untuk memilih responden yang tepat, peneliti tidak menggunakan data populasi untuk digunakan dalam responden.

3.3.2.2 Sampel Technique

Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan (2020) menjelaskan bahwa terdapat dua sampel technique yang dapat digunakan saat melakukan penelitian. Dua sampel tersebut adalah *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Poin yang menjadi pembeda antara dua sampel technique tersebut adalah perbedaan kesempatan sampel yang

diambil. Berikut penjelasan lebih rinci dari kedua sampel technique tersebut:

1. *Probability sampling*

a. *Simple random sampling*

Menurut Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, 2020 (2020) *simple random sampling* adalah metode pengambilan sampel di mana setiap elemen populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih dan dimasukkan ke dalam sampel.

b. *Systematic sampling*

Systematic sampling adalah pengujian dengan pemilihan acak di awal, kemudian dilanjutkan dengan pengujian secara berurutan berdasarkan daftar pengujian (Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, 2020).

c. *Stratified sampling*

Stratified sampling merupakan populasi yang dipisahkan menjadi kelompok-kelompok kecil yang homogen (strata) dan sampel dipilih secara acak dari setiap kelompok (Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, 2020).

d. *Cluster sampling*

Cluster sampling merupakan teknik penarikan sampel yang membagi populasi menjadi kelompok-kelompok (*cluster*) yang homogen, kemudian memilih sampel secara acak dari setiap kelompok tersebut (Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, 2020).

e. *Other sampling techniques*

Teknik ini terdiri dari dua metode sampel yaitu *sequential sampling* dan *double sampling* (Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, 2020). *Sequential sampling* itu sendiri adalah sampel yang pengambilan elemen populasi secara berurutan, analisis data secara bertahap, dan penetapan apakah diperlukan pengambilan sampel elemen populasi tambahan atau tidak.

Sedangkan *double sampling* adalah metode pengambilan data dua kali dari populasi. Pertama, sampel dipilih dan data dikumpulkan dari seluruh komponen sampel. Kemudian, subsampel dipilih dari sampel pertama dan data tambahan dikumpulkan dari subsampel tersebut.

2. *Non-probability sampling*

a. *Convenience sampling*

Pada metode ini, pewawancara memiliki keleluasaan penuh dalam memilih unit sampel. Biasanya, mereka akan memilih partisipan yang mudah dijangkau, seperti yang berada di lokasi dan waktu yang tepat (Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, 2020).

b. *Judgemental sampling*

Menurut Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan (2020), *judgemental sampling* adalah pemilihan sampel berdasarkan penilaiannya peneliti terhadap kesesuaian sampel dengan tujuan penelitian. Penilaian ini dilakukan berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya.

c. *Quota sampling*

Dalam metode *quota sampling*, sampel diambil dalam dua langkah. Pertama, peneliti menentukan jumlah sampel yang diperlukan dari setiap subkelompok populasi. Kemudian, sampel dipilih dari subkelompok tersebut dengan menggunakan teknik *convenience sampling* atau *judgment sampling* (Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, 2020)

d. *Snowball sampling*

Teknik *snowball sampling* dapat diibaratkan sebagai pendekatan berantai untuk mengumpulkan responden. Dimulai dengan sekelompok kecil responden awal yang dipilih secara acak, kemudian responden tersebut diajak untuk merekomendasikan individu lain yang sesuai dengan kriteria

penelitian (Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, 2020). Proses ini terus berlanjut, dengan responden baru direkrut berdasarkan rekomendasi dari responden sebelumnya, hingga sampel mencapai ukuran yang cukup.

Penelitian ini menggunakan strategi pengambilan *non-probability sampling*, di mana sampel dipilih berdasarkan kriteria yang ditetapkan dan sesuai dengan standar penelitian. Teknik pengambilan *non-probability sampling* yang digunakan adalah *judgmental sampling*, dengan memilih populasi generasi Z yang belum pernah menggunakan aplikasi bank digital Blu.

3.3.2.3 Sampel Size

Ukuran sampel, yang didefinisikan sebagai jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian, dipengaruhi oleh pertimbangan subjektif dan kuantitatif (Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, 2020). Salah satu metode untuk menentukan ukuran sampel yang direkomendasikan oleh Hair et al. (2019) adalah *10 Times Rule*. Dimana artinya adalah

- 10 kali jumlah terbesar indikator formatif dari yang digunakan untuk mengukur satu variabel.
- 10 kali jumlah terbesar jalur struktural yang ditunjukkan pada variabel tertentu.

Untuk memastikan hasil yang akurat, model PLS membutuhkan sampel minimal 10 kali lipat jumlah maksimum panah yang terhubung ke setiap variabel laten. Pada penelitian ini yang menjadi variabel laten adalah *intention to use* dan banyaknya panah yang mengarah pada variabel tersebut berjumlah 5. Sehingga minimum sampel yang menjadi syarat pada penelitian ini adalah $10 \times 5 = 50$ responden. Pada penelitian ini peneliti menggunakan data responden sebanyak 155 responden sehingga memenuhi syarat dan melebihi batas minimum yang sudah ditetapkan.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Periode Penelitian

Periode yang dimiliki oleh peneliti untuk melakukan penelitian ini adalah empat bulan. Dimulai pada akhir Januari 2024 sampai awal Mei 2024. Penelitian ini berawal dari penentuan objek penelitian yang akan diteliti lebih lanjut. Hal ini dilakukan dengan cara mencari fenomena dan menyusun latar belakang, rumusan masalah, pengumpulan data, pengolahan data, hingga pembuatan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian. Kesimpulan dan saran ini diharapkan dapat memberikan masukan berharga bagi penelitian selanjutnya.

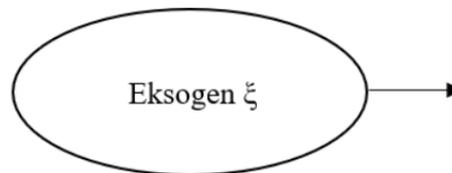
3.4.2 Pengumpulan Data

Terdapat dua teknik pengumpulan data yaitu *primary data* dan *secondary data* (Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, 2020). *Primary data* adalah data yang dihasilkan dari peneliti untuk mengatasi suatu permasalahan yang ada. Data yang digunakan diperoleh langsung dari lapangan melalui responden. Data yang dikumpulkan dapat bersifat kualitatif maupun kuantitatif. Penelitian kualitatif memberikan pemahaman tentang pengaturan masalah, sedangkan penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengukur data dan biasanya menggunakan beberapa bentuk analisis statistik. Sedangkan *secondary data* adalah informasi yang dikumpulkan untuk tujuan berbeda dengan penelitian yang sedang dilakukan. Data ini tidak diperoleh langsung oleh peneliti, melainkan berasal dari pihak lain yang telah melakukan penelitian sebelumnya.

Penelitian ini menggabungkan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung dari fenomena yang terjadi di lapangan, sedangkan data sekunder diakses melalui internet, meliputi jurnal, teori, artikel, buku, dan grafik yang relevan dengan data primer dan fokus penelitian. Data sekunder ini digunakan sebagai referensi untuk memperkuat analisis data primer.

3.5 Identifikasi Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Eksogen

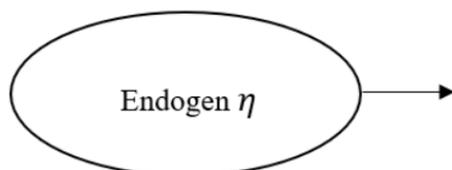


Gambar 3.7 Variabel Eksogen

Sumber: Malhotra (2020)

Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan (2020) mengemukakan bahwa variabel eksogen merupakan variabel bebas yang bersifat laten dan multivariat, serupa dengan variabel independen. Variabel ini, yang juga dikenal sebagai variabel X, tidak dapat dijelaskan oleh variabel lain, melainkan ditentukan oleh pengaruh eksternal. Pada penelitian ini yang termasuk ke dalam variabel eksogen adalah *perceived ease of use*, *trust*, *features*, *firm reputation*, dan *convenience*.

3.5.2 Variabel Endogen



Gambar 3.8 Variabel Endogen

Sumber: Malhotra (2020)

Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan (2020) menjelaskan bahwa variabel endogen memiliki sifat laten dan identik dengan variabel dependen. Hal ini menunjukkan ketergantungan variabel endogen (Y) pada variabel lain, di mana modelnya ditentukan oleh variabel lain atau konstruk. Pada penelitian ini yang termasuk ke dalam variabel endogen adalah *perceived usefulness*, *attitude toward the service*, dan *intention to use*.

3.6 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1 Data Operasionalisasi Variabel

Variabel and Definition	Measurement (original)	Scaling	Measurement (modification)
<p>Perceived Ease of Use</p> <p>Perceived Ease of Use adalah Kemudahan penggunaan merupakan tingkat kepercayaan pelanggan dalam menggunakan layanan yang akan menghadirkan kebebasan dan kenyamanan. (Ngunyen, 2020; Davis, 1993)</p>	<p>(PEU1) You can easily find documentation on how to use digital banking. (Ngunyen, 2020)</p>	Likert, 1-7	Saya dapat dengan mudah menemukan petunjuk tentang cara menggunakan Blu.
	<p>(PEU2) The application process is very clear and easy to understand. (Ngunyen, 2020)</p>		Proses pengajuan pembuatan Blu sangat jelas.
	<p>(PEU3) You can quickly use of digital banking. (Ngunyen, 2020)</p>		Saya akan dapat dengan cepat menggunakan Blu.
	<p>(PEU4) In general, you find that using digital banking is very easy. (Ngunyen, 2020)</p>		Saya merasa bahwa menggunakan Blu akan mudah.
<p>Perceived Usefulness</p> <p>Perceived Usefulness adalah persepsi</p>	<p>(PU1) Using digital banking helps you save money. (Ngunyen, 2020)</p>	Likert, 1-7	Menggunakan Blu membantu saya dalam menghemat uang.

<p>pelanggan terhadap kemampuan meningkatkan efisiensi kerja, misalnya dengan menghemat waktu, ketika mengakses layanan ke layanan dengan berbagai cara. (Nguyen, 2020; Davis, 1993)</p>	<p>(PU2) The use of digital banking saves you time. (Nguyen, 2020)</p>		<p>Penggunaan Blu menghemat waktu saya.</p>
	<p>(PU3) Using digital banking gives you access to a wide range of services. (Nguyen, 2020)</p>		<p>Menggunakan Blu memberikan saya akses ke berbagai layanan.</p>
<p>Trust Trust adalah faktor yang menunjukkan bahwa pelanggan merasa aman dalam menggunakan layanan tanpa harus peduli dengan risiko atau masalah lainnya. (Nguyen, 2020)</p>	<p>(T1) Website, app of bank are trust. (Fortes & Rita, 2016)</p>	<p>Likert, 1-7</p>	<p>Aplikasi Blu terpercaya.</p>
	<p>(T2) The bank complies with what it has announced about digital banking. (Fortes & Rita, 2016)</p>		<p>Saya percaya Blu mematuhi peraturan perbankan digital.</p>
	<p>(T3) Digital banks do exactly what they commit to their services. (Fortes & Rita, 2016)</p>		<p>Saya yakin Blu berkomitmen terhadap layanan perbankan digitalnya.</p>
	<p>(T4) Digital bank always tries to bring the best benefits to</p>		<p>Saya yakin Blu berusaha memberikan yang</p>

	customers. (Fortes & Rita, 2016)		terbaik bagi nasabahnya.
<p>Attitude Toward the Service</p> <p><i>Attitude toward the service</i> adalah ketika pelanggan merasa suatu layanan bermanfaat maka mereka mempunyai sikap positif terhadap layanan tersebut (Nguyen, 2020).</p>	(ATT1) You enjoy using digital banking. (Nguyen, 2020)	Likert, 1-7	Saya akan menikmati penggunaan Blu.
	(ATT2) You find the use of digital banking a smart choice. (Nguyen, 2020)		Saya menganggap penggunaan Blu sebagai pilihan cerdas.
	(ATT3) You see the use of digital banking is a good idea. (Nguyen, 2020)		Menurut saya menggunakan Blu adalah ide yang baik.
	(ATT4) You find the use of digital banking an interesting idea. (Nguyen, 2020)		Saya menganggap penggunaan Blu sebagai ide yang menarik
<p>Features</p> <p>Features adalah alat kompetisi untuk membedakan produk perusahaan dari produk sejenis yang menjadi pesaing.</p>	(FT1) I like to use digital banking because it provides many useful features. (misanya Nguyen, 2020)	Likert, 1-7	Saya suka menggunakan Blu karena menyediakan banyak fitur bermanfaat.
	(FT2) My digital bank provides features that I need.		Blu menyediakan fitur-fitur yang diperlukan.

<p>(Windasari, Kusumawati, Larasati, dan Amelia, 2022)</p>	<p>(misanya Nguyen, 2020)</p> <p>(FT3) The digital bank that I use provides features that ease my personal financial management.</p> <p>(misanya Nguyen, 2020)</p>		<p>Blu menyediakan fitur-fitur yang akan memudahkan pengelolaan keuangan pribadi saya.</p>
<p>Firm Reputation</p> <p>Firm reputation adalah Reputasi yang baik menjamin kemampuan, integritas dan niat baik perusahaan, sehingga membantu meningkatkan kepercayaan bahkan ketika pengguna tidak memiliki pengetahuan langsung tentang perusahaan jasa.</p> <p>(Windasari, Kusumawati, Larasati, dan Amelia, 2022).</p>	<p>(FR1) The conventional bank that supports the digital bank that I use has a good reputation.</p> <p>(FR2) The conventional bank that supports the digital bank that I use is recognised widely.</p> <p>(FR3) The conventional bank that supports the digital bank that I use offers good services.</p>	<p>Likert, 1-7</p>	<p>BCA sebagai pendukung Blu selama ini sudah memiliki nama baik di industri perbankan.</p> <p>BCA sebagai pendukung Blu sudah dikenal luas.</p> <p>BCA sebagai pendukung Blu selama ini memiliki layanan yang baik.</p>

<p>Convenience</p> <p>Convenience adalah Kenyamanan meningkatkan akses terhadap layanan dengan mudah dengan efisiensi yang sama atau lebih baik dibandingkan layanan lainnya. Kenyamanan dapat ditunjukkan dengan menghemat waktu transaksi dan mengurangi kesalahan teknis. (Nguyen, 2020)</p>	<p>(C1) You see that the digital banking system can be accessed anytime. anywhere as long as there is internet connection. (Chang & Polonsky 2012)</p>	Likert, 1-7	<p>Saya lihat sistem bank digital Blu bisa diakses kapan saja dimana saja selama ada koneksi internet.</p>
	<p>(C2) Digital banking system helps you be proactive in arranging your time. (Chang & Polonsky 2012)</p>		<p>Sistem bank digital Blu membantu saya proaktif dalam mengatur waktu.</p>
	<p>(C3) The current digital banking system is easily accessible. (Chang & Polonsky 2012)</p>		<p>Sistem bank digital Blu mudah diakses.</p>
<p>Intention to Use</p> <p>Intention to use adalah kesadaran akan kemampuan menggunakan jasa pelanggan. (Nguyen, 2020)</p>	<p>(IU1) I will use/continue using digital banking services in the future. (Thakur and Srivastava 2014)</p>	Likert, 1-7	<p>Saya akan menggunakan layanan perbankan digital BLU di masa depan.</p>
	<p>(IU2) During the next six (6) months, I intend to use digital banking.</p>		<p>BLU adalah digital perbankan yang akan sangat saya prioritaskan</p>

	(Thakur and Srivastava 2014)		untuk dipergunakan
	(IU3) Five (5) years from now, I intend to be using digital banking. (Thakur and Srivastava 2014)		Dalam beberapa pekan dari sekarang, saya berniat menggunakan perbankan digital BLU.
	(IU4) I encourage others to use digital banking. (Thakur and Srivastava 2014)		Saya kemungkinan akan mendorong orang lain untuk juga menggunakan perbankan digital BLU.

Sumber: Data Peneliti (2024)

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan SmartPLS 4 dalam menganalisis data yang didapat. Berikut metode analisis data yang peneliti gunakan:

3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas bertujuan untuk menilai dan memastikan bahwa indikator yang digunakan untuk mengukur setiap konstruk dapat diandalkan. Hal ini penting dilakukan untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan memang benar-benar mengukur apa yang ingin diukur dan memberikan hasil yang konsisten dalam pengukuran selanjutnya.

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan proses untuk mengevaluasi sejauh mana alat ukur mampu mengukur karakteristik yang sebenarnya ingin diukur, tanpa terpengaruh oleh kesalahan pengukuran acak maupun sistematis (Malhotra, 2020). Dengan kata lain, uji validitas memastikan bahwa perbedaan skor yang diperoleh dari alat ukur memang mencerminkan perbedaan karakteristik yang sebenarnya dimiliki oleh objek yang diukur.

2. Reliability Test

Uji reliabilitas mengukur konsistensi hasil pengukuran skala jika dilakukan berulang kali (Malhotra, 2020). Kesalahan sistematis, yang memengaruhi pengukuran secara konstan, tidak berdampak buruk pada reliabilitas. Sebaliknya, kesalahan acak yang menghasilkan inkonsistensi pengukuran akan menurunkan reliabilitas skala.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti, uji validitas dan reliabilitas akan digunakan untuk mengukur setiap variabel yang ada apakah valid dan reliabel.

3.7.2 *Structural Equation Model (SEM)*

Penelitian dapat memanfaatkan SEM untuk memodelkan dan memperkirakan hubungan kompleks antar variabel dependen dan independen. Dua metode utama SEM adalah *covariance-based SEM* (CB-SEM) dan *partial least squares SEM* (PLS-SEM), yang juga dikenal sebagai PLS path modeling. CB-SEM digunakan untuk menguji dan memverifikasi teori, yaitu serangkaian hubungan sistematis antar variabel yang dapat diuji secara empiris. Di sisi lain, PLS-SEM diperkenalkan sebagai pendekatan kausal dalam SEM, yang berfokus pada penjelasan varian dalam variabel dependen model.

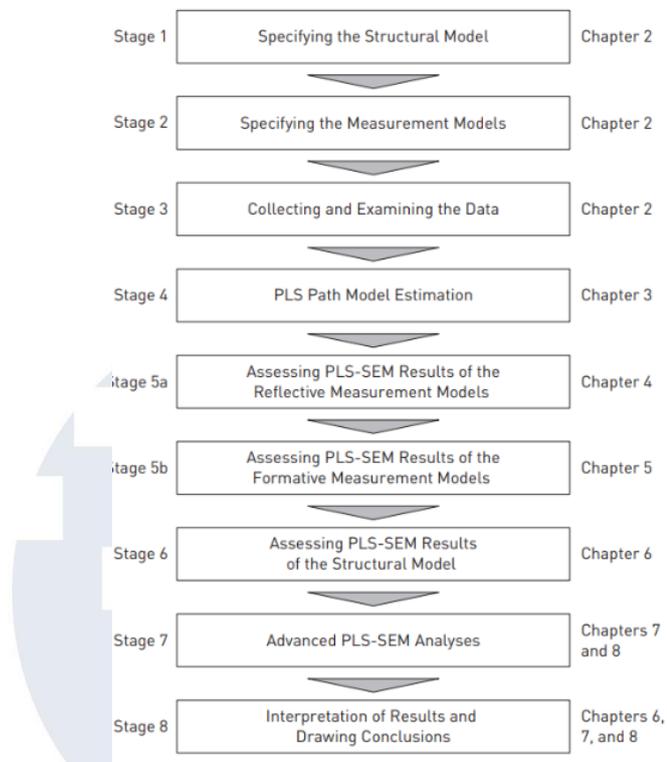
Perbedaan mendasar antara PLS-SEM dan CB-SEM terletak pada cara mereka memperlakukan variabel laten dalam model. CB-SEM,

yang berbasis pada SEM faktor umum, mengasumsikan bahwa konstruk laten merupakan faktor umum yang menjelaskan kovariansi antar indikator terkait. Pendekatan ini sejalan dengan filosofi pengukuran reflektif, di mana indikator dan kovariasinya dianggap sebagai manifestasi dari konstruk yang mendasarinya. Di sisi lain, PLS-SEM memperkirakan model dengan menggabungkan indikator secara linier untuk membentuk variabel komposit. Pendekatan berbasis komposit ini selaras dengan filosofi pengukuran formatif. Namun, perlu diingat bahwa PLS-SEM tidak hanya terbatas pada memperkirakan konstruk formatif. Hal ini dikarenakan perspektif estimasi berbeda dengan perspektif teori pengukuran.

3.7.3 *Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*

Berbeda dengan CB-SEM yang memiliki tuntutan data dan spesifikasi hubungan yang ketat, *Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* dirancang sebagai pendekatan berorientasi prediksi yang lebih fleksibel. Kelebihan PLS-SEM ini menjadikannya solusi ideal untuk penelitian eksploratif dengan data yang kaya namun teori yang masih minim. Kemampuannya untuk memperkirakan model kompleks dengan sedikit pengamatan, tanpa asumsi distribusi data yang ketat, menjadikannya sangat bermanfaat. Pada intinya, PLS-SEM bertujuan untuk memaksimalkan varians yang dijelaskan oleh variabel dependen dan meminimalkan varians yang tidak dijelaskan, sehingga menghasilkan model yang kuat dan informatif.

Maka dari itu, penelitian ini peneliti menggunakan PLS-SEM dalam pengembangannya untuk mengetahui sebuah variabel dan teori yang ada apakah valid dan reliabel.



Gambar 3.9 Prosedur Sistematis Penerapan PLS-SEM

Sumber: Malhotra (2020)

Gambar 3.9 merupakan prosedur sistematis penerapan PLS-SEM yang menjadi sebuah pedoman saat ingin melakukan analisis data PLS-SEM. Penelitian ini dimulai dengan menentukan model struktural dan pengukuran, kemudian dilanjutkan dengan pemeriksaan data. Algoritma PLS-SEM dibahas beserta pertimbangan penting dalam pelaksanaannya. Hasil perhitungan dievaluasi berdasarkan pengetahuan tentang model pengukuran reflektif dan formatif. Jika data terukur dan valid, model struktural dapat dievaluasi. Stage 7 membahas penanganan efek mediasi dan moderasi yang umum dalam PLS-SEM. Temuan dan kesimpulan akhir ditarik berdasarkan hasil stage 6 dan 7. Stage 8 memberikan gambaran singkat tentang teknik-teknik lanjutan.

3.8 Testing Structural Relationship

Untuk mengetahui suatu model teoritis valid atau tidaknya maka harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien ≥ 0 , yang menyatakan adanya hubungan positif setiap hipotesis. Begitu pun sebaliknya, jika koefisien ≤ 0 maka terdapat hipotesis yang memiliki hubungan negatif.
2. Nilai p-values $< 0,05$ maka menunjukkan hasil yang signifikan antara hipotesis dan diperkuat oleh data yang sudah ada (Hair et al., 2019).
3. Nilai dari t-values $> 1,645$ (Hair et al., 2019)

