

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

3.1.1 Jenius



Gambar 3. 1 Logo Jenius
Sumber : Jenius.com

Jenius merupakan layanan bank digital yang dikembangkan oleh PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk (BTPN) dan diresmikan pada Agustus 2016. Kehadiran Jenius bisa dikatakan sebagai pionir dalam perkembangan digital banking di Indonesia karena menjadi salah satu pelopor yang menawarkan pengalaman perbankan sepenuhnya berbasis aplikasi mobile. Jenius hadir dengan konsep life finance, yaitu pendekatan pengelolaan keuangan yang menyatu dengan gaya hidup digital masyarakat modern (BTPN, 2016). Aplikasi ini memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai aktivitas keuangan seperti membuka rekening, mentransfer uang, menabung, hingga melakukan pembayaran hanya melalui perangkat smartphone, tanpa harus datang ke kantor cabang.

Seiring dengan meningkatnya adopsi teknologi finansial, Jenius memiliki target segmentasi pada generasi muda dan *profesional digital-savvy* yang memiliki preferensi tinggi terhadap layanan keuangan yang cepat, mudah, dan fleksibel. Melalui berbagai fitur inovatif seperti *Dream Saver*, *Flexi Saver*, *Split Bill*, dan *Send It*, Jenius memiliki upaya untuk menghadirkan pengalaman pengguna (*user experience*) yang lebih personal dan efisien. Dengan memanfaatkan teknologi digital, Jenius juga

mendukung transaksi nontunai melalui kartu debit Visa dan fitur QRIS yang terintegrasi dengan sistem pembayaran nasional (Jenius, 2025).

Dalam konteks organisasi, Jenius saat ini beroperasi di bawah PT Bank SMBC Indonesia Tbk, setelah integrasi antara BTPN dan Sumitomo Mitsui Banking Corporation (SMBC) pada tahun 2019. Sebagai unit bisnis digital, Jenius dikelola oleh tim lintas disiplin yang berfokus pada inovasi teknologi, pemasaran digital, serta pengalaman pelanggan. Meski demikian, seluruh kegiatan operasional dan layanan Jenius tetap berada di bawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia (BI), sesuai dengan peraturan sistem perbankan nasional (SMBC Indonesia, 2024).

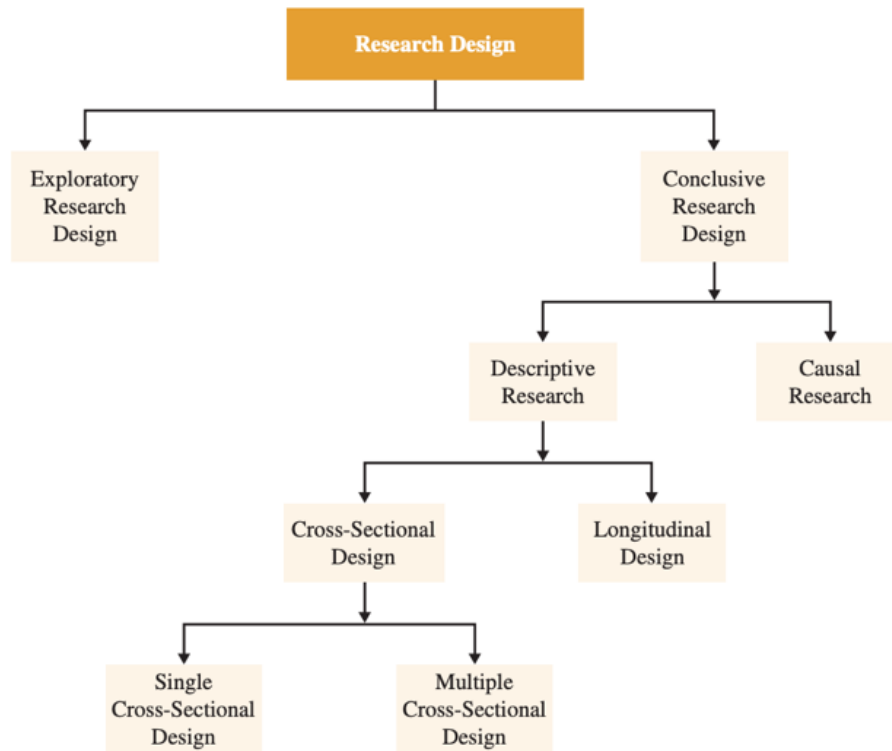
Keberhasilan Jenius dalam membangun basis pengguna yang luas tidak terlepas dari strategi komunikasi dan inovasi produknya. Berdasarkan laporan Fintech News Indonesia (2023), Jenius termasuk dalam tiga besar bank digital dengan tingkat adopsi tertinggi di Indonesia, bersaing dengan Blu by BCA Digital dan SeaBank. Fakta ini menunjukkan bahwa perilaku penggunaan (*use behavior*) terhadap Jenius cukup tinggi di kalangan masyarakat digital pada tahun 2023.

Namun dengan keberhasilan tersebut, Jenius juga menghadapi berbagai tantangan seperti berkembangnya penantang lain dalam bisnis perbankan digital. Seperti AlloBank, SeaBank dan BluBCA yang berhasil menggeser Jenius pada Bank Digital yang paling sering digunakan di tahun 2025 (Populix, 2024). Selain itu, Jenius juga seringkali mendapatkan pemberitaan kurang baik, terutama pada saat terjadi kebocoran data dan nasabah menjadi korban pembobolan rekening.

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan kerangka kerja untuk melaksanakan proyek riset *marketing*. Kerangka kerja ini meliputi detail-detail mengenai prosedur yang diperlukan peneliti untuk mendapatkan informasi dalam menyusun dan/atau menyelesaikan sebuah permasalahan riset *marketing*. (Malhotra & Dash, 2016a) Dengan begitu, desain penelitian perlu ditentukan dengan tepat

supaya menjadi fondasi yang baik, sebagai faktor penentu keberhasilan dan akurasi penelitian.



Gambar 3. 2 Kerangka Desain Penelitian
Sumber : (Malhotra & Dash, 2016a)

Dalam penelitian bidang marketing, desain penelitian dapat dikategorikan menjadi dua kelompok utama, yaitu *exploratory research design* dan *conclusive research design*. Seperti dijelaskan pada tabel 3.1 terdapat dua perpecahan atau perbedaan desain penelitian, yaitu *exploratory research design* dan *conclusive research design*.

1. Exploratory Research Design

Exploratory research design atau desain penelitian eksploratori didefinisikan sebagai pendekatan penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan secara mendalam tentang permasalahan penelitian yang saat ini dihadapi. Penelitian eksploratori dapat diterapkan apabila peneliti belum memiliki definisi masalah yang jelas, sehingga penelitian ini membantu

memperjelas rumusan masalah, mengidentifikasi alternatif keputusan, serta memperoleh informasi tambahan sebelum menyusun kerangka penelitian lanjutan yang lebih terstruktur. Pada tahap ini, kebutuhan informasi masih bersifat umum dan belum ditentukan secara spesifik, sehingga proses penelitiannya fleksibel, tidak terstruktur, dan bersifat open-ended. Metode pengumpulan data dengan eksploratori desain biasanya dilakukan dengan cara wawancara kepada para ahli atau pihak yang terkait dengan bidangnya. Sampel yang digunakan pada penelitian desain ini bersifat kecil dan tidak mewakili populasi keseluruhan, karena tujuan utamanya adalah untuk menggali wawasan sebanyak mungkin, bukan melakukan generalisasi. Penelitian ini mendapatkan data yang cenderung bersifat kualitatif dan dianalisis secara interpretatif. Dikarenakan sifatnya yang eksploratif, hasil temuan dari penelitian ini bersifat tentatif dan sering kali menjadi landasan untuk penelitian lebih lanjut, baik penelitian eksploratori yang lebih dalam maupun penelitian konklusif. Dalam beberapa kasus, penelitian eksploratori dapat berdiri sendiri, namun interpretasi hasilnya harus dilakukan dengan hati-hati mengingat keterbatasan sifat datanya. (Malhotra & Dash, 2016b)

2. Conclusive Research Design

Conclusive research design atau desain penelitian konklusif dapat didefinisikan sebagai pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memberikan bukti empiris yang terukur dalam rangka mendukung pengambilan keputusan manajerial secara pasti dan terarah. Penelitian ini dilakukan untuk memverifikasi atau menghitung temuan awal yang diperoleh dari penelitian eksploratori. Desain penelitian konklusif memiliki karakteristik yang lebih baku dan rapi, dengan prosedur penelitian yang sistematis serta instrumen pengumpulan data yang sudah ditentukan secara jelas. Sampel yang digunakan pada pendekatan ini tergolong besar

dan representatif terhadap populasi, sehingga memungkinkan peneliti untuk melakukan generalisasi dari hasil penelitian. Kemudian data yang diperoleh juga bersifat kuantitatif dan dapat dianalisis menggunakan metode statistik. Hasil penelitian ini nantinya akan memberikan temuan yang memiliki tingkat kepastian lebih tinggi dibandingkan penelitian eksploratori. Desain penelitian konklusif terbagi menjadi dua bentuk utama, yaitu *descriptive research* dan *causal research* (Malhotra & Dash, 2016b)

A. Descriptive Research

Penelitian dengan *descriptive research* merupakan penelitian yang memiliki tujuan untuk menggambarkan fenomena atau karakteristik populasi atau market. Penelitian dengan deskriptif ditandai dengan adanya hipotesis sebelumnya dan terbentuk oleh desain yang terencana serta terstruktur. Penelitian deskriptif terdiri atas dua pendekatan, yaitu *cross sectional design* dan *longitudinal design*.

Desain *cross sectional* adalah metode penelitian yang mengumpulkan data dari suatu sampel populasi pada satu waktu pengambilan data saja. Di dalamnya terdapat dua jenis pendekatan, yaitu *single cross sectional design* dan *multiple cross sectional design*. *Single cross sectional design* digunakan pada penelitian yang menggunakan satu kelompok responden dari populasi sasaran, di mana data dikumpulkan hanya satu kali saja. Pendekatan ini sering juga disebut sebagai desain penelitian survei sampel. Sementara itu, *multiple cross sectional design* digunakan pada penelitian apabila melibatkan dua atau lebih kelompok responden, dengan masing-masing kelompok hanya diukur satu kali. Umumnya, pendekatan ini melibatkan pengambilan

sampel berbeda pada periode waktu yang lain, dengan jarak waktu yang cukup panjang.

Sedangkan desain *longitudinal* adalah metode penelitian yang melakukan pengambilan sampel dari elemen populasi yang sama untuk diukur secara berulang. Sampel tersebut harus dipertahankan secara konsisten sepanjang proses penelitian, supaya rangkaian data yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi serta perubahan yang terjadi dari waktu ke waktu pada subjek yang diteliti.

Penelitian ini, menggunakan pendekatan *single cross sectional design*, karena penelitian ini hanya mengambil sampel dalam satu waktu untuk menjelaskan hasil dari hipotesis atau hubungan antar variabel dalam satu waktu yang telah ditetapkan.

B. Causal Research

Penelitian dengan pendekatan causal research merupakan jenis penelitian yang berfokus pada identifikasi hubungan sebab-akibat antar variabel. Penelitian dengan desain ini dapat ditandai dengan adanya manipulasi terhadap satu atau beberapa variabel independen untuk kemudian diamati pengaruhnya terhadap variabel dependen, serta mengendalikan variabel perantara lainnya. Data dalam penelitian kausal biasanya dikumpulkan melalui proses eksperimental.

Menurut (Malhotra & Dash, 2016b), dalam konteks pengambilan keputusan pemasaran, seorang manajer tidak dapat menetapkan hubungan kausal hanya berdasarkan asumsi. Oleh karena itu, validitas hubungan sebab-akibat harus diuji melalui penelitian formal. Penelitian kausal pada dasarnya bertujuan untuk

memahami variabel yang berperan sebagai penyebab (independen) serta variabel yang menjadi akibat (dependen) dari suatu fenomena, sekaligus menentukan karakteristik hubungan tersebut dalam kerangka permasalahan yang diteliti.

Berdasarkan pengertian serta penjelasan mengenai kedua pendekatan desain penelitian tersebut, penulis menerapkan *conclusive research design* dengan jenis *descriptive research*. Jenis pendekatan penelitian tersebut sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk menggambarkan karakter pengguna Bank Digital Jenius terhadap variabel-variabel seperti *effort expectancy*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, *performance expectation*, *price value*, *perceived risk*, dan *intention to use*. Dengan jenis penelitian ini, peneliti ingin mendapatkan hasil berupa gambaran mengenai faktor-faktor yang memberikan pengaruh terhadap *use behavior* pengguna Bank Digital Jenius. Selain itu, fokus pada penelitian ini bukan untuk menguji hubungan sebab akibat antar variabel sehingga tidak menggunakan jenis penelitian *causal research*.

Pada metode pengumpulan data, penulis menggunakan pendekatan *single cross-sectional design* yang mengumpulkan data dari kuisioner yang disebar kepada responden sampel yang telah ditentukan berdasarkan kriterianya sebanyak satu kali pengambilan data. Kriteria tersebut antara lain yaitu bersedia mengisi kuisioner, berusia 17 tahun atau lebih, menggunakan aplikasi bank digital dan masih menggunakan aplikasi bank digital Jenius.

3.3 Data Penelitian

Terdapat dua metode utama yang bisa digunakan peneliti dalam melakukan pengumpulan data, yaitu data primer dan data sekunder (Malhotra & Dash, 2016b). Data Primer atau *Primary Data* merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk tujuan khusus dalam menjawab permasalahan penelitian yang sedang diteliti. Menurut Malhotra (2016), pengumpulan data primer dilakukan untuk memperoleh informasi yang

spesifik, relevan, dan terkini sesuai dengan kebutuhan penelitian. Proses pengumpulan data primer dapat menggunakan metode seperti survei, wawancara, observasi, atau eksperimen. Namun, pengumpulan data primer biasanya akan membutuhkan waktu yang lebih lama dan biaya yang lebih besar dibandingkan dengan data sekunder, hal tersebut dikarenakan peneliti perlu merancang instrumen, menentukan responden, serta melakukan proses pengumpulan data secara langsung di lapangan.

Sedangkan data sekunder *secondary data* adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain dengan tujuan permasalahan penelitian selain yang sedang diteliti, namun hasil penelitian tetap dapat dimanfaatkan oleh peneliti sebagai sumber informasi tambahan. Menurut Malhotra (2016), data sekunder memiliki keunggulan dalam hal efisiensi waktu dan biaya karena didapat dengan cepat dan relatif murah. Sumber data sekunder dapat berupa publikasi ilmiah, laporan lembaga, data pemerintah, artikel jurnal, maupun basis data perusahaan. Namun, penggunaan data sekunder harus berhati-hati dalam menilai relevansi, keakuratan, dan kesesuaiannya terhadap penelitian yang sedang dilakukan. Oleh karena itu, kombinasi antara data primer dan data sekunder sering kali digunakan untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif dan mendalam.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sumber data utama berupa data primer yang dikumpulkan dengan cara melakukan kuisioner. Data kuisioner tersebut disebar atau diberikan oleh peneliti melalui media social seperti WhatsApp, Instagram dan Line. Kemudian responden mengisi kuisioner melalui Google Form dengan pertanyaan skala Likert 1-5 (1 = sangat tidak setuju, sampai 5 = sangat setuju). Peneliti melakukan *pre-test* pada 21 Oktober 2025. Kemudian peneliti melakukan *main test* pada 28 Oktober 2025 hingga 15 Oktober 2025.

Data sekunder juga digunakan peneliti dalam penelitian ini sebagai pendukung data yang berasal dari hasil penelitian berbagai jurnal, penelitian, dan artikel terpercaya. Data sekunder tersebut digunakan untuk memperkuat

model penelitian, landasan teori, membentuk hipotesis, dan memperkuat fenomena pada penelitian ini.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi penelitian merupakan keseluruhan objek yang menjadi sumber pengambilan data dalam suatu penelitian. Populasi dapat berupa sekumpulan orang, benda, atau hal tertentu yang memiliki karakteristik atau kriteria khusus yang relevan dengan masalah penelitian. Dengan demikian, populasi merupakan seluruh subjek yang memenuhi syarat tertentu dan menjadi fokus kajian penelitian. Populasi dapat berbentuk individu, kelompok, maupun wilayah, tergantung pada konteks penelitian yang dilakukan. Secara sederhana, populasi adalah keseluruhan sumber data yang menjadi tempat peneliti memperoleh informasi untuk menjawab tujuan penelitian. (Abubakar, 2021)

Dengan kata lain, populasi merupakan keseluruhan individu yang memiliki suatu karakteristik tertentu dan menjadi sasaran dalam suatu penelitian. Dalam konteks riset penelitian, populasi mencakup semua anggota yang relevan dengan permasalahan penelitian, misalnya seluruh konsumen dalam suatu segmen pasar. (Malhotra & Dash, 2016b) Dalam penelitian ini, populasi yang menjadi sasaran peneliti adalah individu yang menggunakan bank digital dan saat ini masih menjadi nasabah dari Bank Digital Jenius.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi penelitian atau contoh dari keseluruhan populasi penelitian. Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Abubakar, 2021). Demikian juga pada (Malhotra & Dash, 2016b) dijelaskan bahwa sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih peneliti untuk mewakili karakteristik keseluruhan populasi dalam suatu penelitian. Melalui pemilihan sampel, peneliti dapat melakukan pengumpulan data secara lebih efisien tanpa harus meneliti seluruh elemen populasi, namun tetap mampu menghasilkan temuan yang valid dan dapat digeneralisasikan dengan populasi. Sampel harus dipilih dengan prosedur yang tepat agar representatif terhadap populasi sasaran, sehingga hasil penelitian dapat mencerminkan kondisi sebenarnya. (Malhotra, 2016).

Teknik pengambilan sampel terklasifikasi mejadi dua, yaitu probability sampling dan non probability sampling. Probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama atau telah ditentukan bagi setiap calon sampel dalam populasi untuk terpilih sebagai sampel. Dengan kata lain, peneliti sudah mendapatkan data yang pasti mengenai populasi yang akan mendapatkan peluang menjadi sampel. Dalam metode ini, pemilihan sampel dilakukan berdasarkan prinsip peluang (chance), sehingga prosesnya lebih objektif dan memungkinkan peneliti menghitung tingkat ketepatan hasil penelitian, termasuk kesalahan sampling dan interval kepercayaan. Dengan demikian, hasil penelitian yang menggunakan probability sampling dapat digeneralisasikan secara statistik kepada populasi target. Metode probability sampling mencakup berbagai pendekatan seperti simple random sampling, systematic sampling, stratified sampling, dan cluster sampling, masing-masing dengan karakteristik dan tujuan penggunaan yang berbeda untuk memastikan representativitas sampel yang optimal (Malhotra & Dash, 2016b)

Sedangkan nonprobability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih menjadi bagian dari sampel. Dalam metode ini, pemilihan elemen sampel lebih didasarkan pada pertimbangan subjektif atau pertimbangan peneliti daripada mekanisme peluang acak, sehingga tidak dapat diketahui probabilitas setiap elemen untuk dipilih (Abubakar, 2021). Nonprobability sampling meliputi *convenience sampling*, *judgmental sampling*, *quota sampling* dan *snowball sampling*.

Convenience sampling merupakan pengambilan sampel yang bertujuan mendapatkan sampel dari calon sampel yang mudah didapatkan. Pemilihan sampel secara *convenience sampling* biasanya dilakukan karena kebetulan responden berada di tempat atau waktu yang tepat, contohnya seperti responden yang ditemukan di jalan. Lalu *Judgmental sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti dengan melakukan penilaian terhadap calon responden yang sekiranya memenuhi kualifikasi yang ingin diteliti. Kemudian *quota sampling*, merupakan teknik sampling yang prosesnya dilakukan dalam dua tahap. Pertama, menentukan kuota berdasarkan distribusi karakteristik populasi target, kemudian memilih responden sesuai kuota yang telah ditetapkan menggunakan kemudahan atau penilaian peneliti. Sedangkan *snowball sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih sejumlah responden awal, kemudian meminta mereka untuk merekomendasikan atau menunjuk individu lain yang juga termasuk dalam populasi target penelitian. Proses ini terus berlanjut secara berantai, di mana setiap responden baru memberikan rujukan ke responden berikutnya sehingga jumlah sampel bertambah seperti efek bola salju.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik non-probability sampling, lebih tepatnya judgemental sampling. Peneliti memilih responden berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, yaitu bersedia mengisi kuisisioner, berusia 17 tahun ke atas, menggunakan bank digital, dan menggunakan bank digital Jenius.

3.4.3 Ukuran Sampel

Ukuran sampel minimal merupakan jumlah observasi yang diperlukan untuk memenuhi persyaratan teknis metode analisis multivariat yang digunakan atau untuk mencapai tingkat daya statistik yang memadai (Hair et al., 2021). Dalam penelitian ini, terdapat total 35 indikator pertanyaan, yang terdapat pada 8 variabel penelitian, yaitu *effort expectancy*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, *performance expectation*, *price value*, *perceived risk*, *intention to use* dan *use behavior*. Ukuran sampel pada penelitian ini, menggunakan angka sampel minimum dengan mengalikan jumlah indikator dengan angka 5 atau lebih baik 10 (J. F. Hair et al., 2010). Penelitian ini menggunakan sebanyak 35 indikator, sehingga perhitungan minimum sampel sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\text{Total Sampel} &= \text{Total Indikator} \times 5 \\ &= 35 \times 5 \\ &= 175\end{aligned}$$

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data merupakan cara atau metode yang digunakan dalam mengumpulkan data-data untuk membantu peneliti memecahkan masalah penelitian. Terdapat berbagai teknik pengumpulan data, diantaranya adalah wawancara, observasi, angket atau kuisisioner, dan dokumen. Sehingga peneliti perlu menentukan teknik pengumpulan data yang tepat supaya mendapatkan data yang tepat dalam membantu memecahkan masalah penelitian (Abubakar, 2021).

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuisisioner menggunakan platform Google Form. Kuisisioner tersebut

disusun berdasarkan variabel *effort expectancy*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, *performance expectation*, *price value*, *perceived risk*, *intention to use*, dan *use behavior*. Menggunakan skala likert 1-5, dengan pengertian 1 untuk Sangat Tidak Setuju, 2 untuk Tidak Setuju, 3 untuk Netral, 4 untuk Setuju dan 5 untuk Sangat Setuju. Kemudian form kuisioner disebar melalui sosial media seperti Instagram, WhatsApp, Line dan Telegram ditujukan kepada para pengguna Bank Digital Jenius yang masih menggunakannya.

3.6 Identifikasi Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan pengujian PLS SEM, sehingga penggunaan variabel dalam penelitian ini terbagi sesuai dengan jenis dan sifatnya, yakni variabel eksogen dan variabel endogen.

1. Variabel Eksogen

Variabel eksogen atau variabel X merupakan variabel laten yang ada dalam model SEM, memiliki peran sebagai variabel penyebab dan tidak dapat dijelaskan oleh variabel lain dalam model. Variabel eksogen memiliki sifat tidak dapat diukur langsung, sehingga variabel eksogen bisa dikatakan sebagai titik awal yang mempengaruhi variabel lain (Malhotra, 2020). Dalam penelitian ini, variabel eksogen meliputi *effort expectancy*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, *performance expectation*, *price value*, dan *perceived risk*.

2. Variabel Endogen

Variabel endogen atau variabel Y merupakan variabel laten dalam model SEM, yang berperan sebagai variabel akibat. Dalam model penelitian, variabel endogen dapat dipengaruhi oleh variabel eksogen atau variabel endogen lainnya. Variabel endogen perlu dijelaskan oleh variabel lain dan menjadi *output* dari variabel lain (Malhotra, 2020). Dalam penelitian ini, variabel endogen meliputi *intention to use* dan *use behavior*.

3.7 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3. 1 Tabel Operasionalisasi Variabel

No	Variable	Definisi Operasional	Jurnal Referensi	Kode	Measurement	Scalling Technique
1	Effort Expectancy	<i>Effort Expectancy</i> merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa teknologi tersebut mudah dipelajari dan digunakan.	(Oktawiranti et al., 2025)	EE1	Instruksi dalam menggunakan Bank Digital Jenius sangat jelas dan mudah dipahami	Likert (1-5)
				EE2	Penggunaan Bank Digital Jenius Sangat Menghemat Waktu	
				EE3	Penggunaan Bank Digital Jenius Sangat Menyenangkan	
				EE4	Langkah-langkah penggunaan Bank Digital Jenius sangat mudah diikuti	
2	Facilitating Condition	<i>Facilitating Condition</i> merupakan kondisi yang berkaitan dengan sumber daya, infrastruktur, dan dukungan	(Oktawiranti et al., 2025)	FC1	Informasi dan Bantuan yang dibutuhkan tersedia pada Bank Digital Jenius	Likert (1-5)
				FC2	Bank Digital Jenius memberikan bantuan yang baik ketika dibutuhkan	

No	Variable	Definisi Operasional	Jurnal Referensi	Kode	Measurement	Scalling Technique
		yang dibutuhkan oleh pengguna untuk menggunakan suatu teknologi secara efektif.		FC3	Bank Digital Jenius menawarkan pelatihan atau panduan yang cukup bagi pengguna	
				FC4	Infrastruktur teknis Bank Digital Jenius mendukung transaksi yang lancar dan tanpa gangguan	
3	Hedonic Motivation	<i>Hedonic Motivation</i> merupakan tingkat kenyamanan pengguna untuk terus menggunakan layanan perbankan dengan kesan yang positif.	(Oktawiranti et al., 2025)	HM1	Melakukan transaksi melalui Bank Digital Jenius menyenangkan	Likert (1-5)
				HM2	Bertransaksi dengan Bank Digital Jenius menimbulkan antusias pada diri saya	
				HM3	Pengalaman menggunakan Bank Digital Jenius positif	

No	Variable	Definisi Operasional	Jurnal Referensi	Kode	Measurement	Scalling Technique
				HM4	Bank Digital Jenius memberikan perasaan positif pada setiap transaksi	
4	Performance Expectation	<i>Performance Expectancy</i> dalam perbankan digital merupakan ekspektasi pengguna bahwa dengan menggunakan teknologi perbankan dapat memudahkan kebutuhan perbankan mereka sehingga lebih cepat, lebih	(Oktawiranti et al., 2025)	PE1	Bank Digital Jenius meningkatkan produktivitas dalam transaksi keuangan	Likert (1-5)
				PE2	Bank Digital Jenius membuat proses transaksi keuangan lebih efektif	
				PE3	Kualitas hasil dari penggunaan Bank Digital Jenius secara konsisten memenuhi harapan	
				PE4	Penggunaan Bank Digital Jenius meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan	

No	Variable	Definisi Operasional	Jurnal Referensi	Kode	Measurement	Scalling Technique
		mudah dan lebih efisien.		PE5	Bank Digital Jenius membantu menghemat waktu dalam transaksi keuangan	
				PE6	Penggunaan Bank Digital Jenius membuat transaksi keuangan lebih efisien	
5	Price Value	<i>Price Value</i> merupakan persepsi pengguna terhadap nilai atau manfaat yang diperoleh dari penggunaan layanan digital dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan.	(Oktawiranti et al., 2025)	PV1	Layanan yang diberikan Bank Digital Jenius sepadan dengan biayanya	Likert (1-5)
				PV2	Bank Digital Jenius menawarkan harga yang lebih baik dibandingkan alternatif lainnya	
				PV3	Biaya layanan Bank Digital Jenius memberikan kepuasan yang <i>substansial</i>	
				PV4	Manfaat yang diperoleh dari	

No	Variable	Definisi Operasional	Jurnal Referensi	Kode	Measurement	Scalling Technique
					Bank Digital Jenius relatif tinggi	
6	Perceived Risk	<i>Perceived Risk</i> merupakan resiko yang dirasakan berdasarkan potensi kerugian yang mungkin akan dirasakan oleh pengguna dalam menggunakan suatu teknologi.	(Oktawiranti et al., 2025)	PR1	Bank Digital Jenius menjamin keamanan data pribadi saya	Likert (1-5)
				PR2	Transaksi keuangan melalui Bank Digital Jenius sangat aman	
				PR3	Tidak ada masalah teknis yang mengganggu penggunaan Bank Digital Jenius	
				PR4	Bank Digital Jenius mematuhi semua peraturan perundang-undangan yang berlaku	
				PR5	Layanan Bank Digital Jenius jarang mengalami gangguan operasional	

No	Variable	Definisi Operasional	Jurnal Referensi	Kode	Measurement	Scalling Technique
7	<i>Intention to Use</i>	<i>intention to use</i> merupakan kesediaan pelanggan untuk mencoba dan berupaya dalam menggunakan suatu teknologi.	(Anggraeni et al., 2021)	IU1	Terdapat niat untuk terus menggunakan layanan Bank Digital Jenius di masa mendatang	Likert (1-5)
				IU2	Saya akan tetap menggunakan Bank Digital Jenius meskipun terdapat alternatif Bank Digital yang lainnya	
				IU3	Bank Digital Jenius memenuhi ekspektasi kepuasan	
				IU4	Ada keinginan untuk merekomendasikan Bank Digital Jenius karena kepuasan	
8	<i>Use Behavior</i>	<i>Use Behavior</i> merupakan tindakan sesungguhnya	(Oktawiranti et al., 2025)	UB1	Bank Digital Jenius saya gunakan setidaknya sekali sehari	Likert (1-5)

No	Variable	Definisi Operasional	Jurnal Referensi	Kode	Measurement	Scalling Technique
		yang dilakukan oleh pengguna saat menggunakan suatu teknologi.		UB2	Saya memanfaatkan berbagai layanan yang ditawarkan oleh Bank Digital Jenius	
				UB3	Transaksi yang sama diulang secara berkala pada Bank Digital Jenius	
				UB4	Layanan pelanggan Bank Digital Jenius dapat dihubungi untuk menyelesaikan masalah	

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Teknik Analisis Data *Pre-Test*

Menurut Malhotra & Dash, (2016b) *pre-test* merupakan proses awal pengujian terhadap kuesioner pada responden dengan jumlah yang lebih kecil untuk mencari tahu serta menemukan potensi masalah pada indikator pertanyaan sebelum kuesioner digunakan dalam penelitian yang asli. *Pretest* dilakukan supaya memastikan bahwa setiap indikator pada kuesioner seperti isi pertanyaan, penggunaan kata, urutan, format, tata letak, tingkat kesulitan, hingga instruksi yang mudah dipahami oleh responden untuk menghasilkan data yang tepat sesuai kebutuhan penelitian. Malhotra & Dash, (2016b) juga menyampaikan bahwa responden yang digunakan

dalam pretest sebaiknya memiliki karakteristik yang sama dengan populasi survei yang sebenarnya.

Dalam penelitian ini, *pre-test* dilakukan dengan menyebar kuisioner google forms kepada 40 responden dan peneliti menguji validitas serta reliabilitas dengan *Software SPSS* versi 26. Berikut merupakan penjelasan mengenai uji yang dilakukan dalam *pre-test*:

1. Uji Validitas

Menurut (Hair et al., 2019), validitas merupakan tingkat keakuratan suatu pengukuran dalam mengukur suatu hal yang sebenarnya diteliti. (Malhotra & Dash, 2016b) juga menyatakan bahwa validitas merupakan tingkat ketepatan instrumen dalam mengukur variabel sesuai tujuan penelitian, sehingga instrumen yang valid dapat menghasilkan data yang akurat dan bermakna.

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan pendekatan sebagai berikut :

No	Pengukuran Validitas	Batas Validitas
1	<i>Kaiser-MeyerOlkin (KMO) Measure</i>	Indeks <i>Kaiser-Meyer-Olkin</i> (KMO) digunakan untuk menilai tingkat kelayakan suatu data yang dianalisis menggunakan analisis faktor. Apabila nilai KMO berada pada rentang 0,5 hingga 1,0, maka data dianggap memenuhi syarat untuk dilakukan analisis faktor. Sebaliknya, jika nilai KMO berada di bawah 0,5, hal tersebut menandakan bahwa analisis faktor kurang tepat diterapkan pada data

No	Pengukuran Validitas	Batas Validitas
		tersebut (Malhotra & Dash, 2016a)
2	<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	Uji <i>Bartlett's Test of Sphericity</i> berfungsi untuk menilai apakah antar variabel dalam populasi terdapat hubungan satu sama lain. Uji ini memeriksa asumsi bahwa setiap variabel hanya dapat berkorelasi dengan dirinya sendiri ($r = 1$) dan tidak memiliki korelasi dengan variabel lainnya ($r = 0$). Sehingga suatu data dapat dinyatakan memenuhi kriteria validitas apabila nilai signifikansinya berada di bawah 0,05. (Malhotra & Dash, 2016a)
3	<i>Anti-image Correlation Matrix</i>	<i>Anti-image Correlation Matrix</i> merupakan matriks berbentuk segitiga yang menampilkan nilai korelasi sederhana “r” dari setiap pasangan variabel yang dianalisis. Suatu variabel dapat dianggap memenuhi syarat validitas apabila nilai

No	Pengukuran Validitas	Batas Validitas
		MSA yang dihasilkan berada pada angka $\geq 0,5$. (Malhotra & Dash, 2016a).
4	<i>Factor Loading of Component Matrix</i>	<i>Factor Loading</i> memberikan gambaran besarnya suatu hubungan atau korelasi antara variabel dengan faktor yang terbentuk. Suatu indikator bisa dinilai valid apabila nilai CM yang diperoleh mencapai minimal 0,5. (Malhotra & Dash, 2016a)

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menilai konsistensi jawaban responden terhadap instrumen penelitian. Menurut Malhotra (2016), reliabilitas mengacu pada konsistensi hasil pengukuran ketika instrumen digunakan kembali dalam kondisi serupa. Hal ini sejalan dengan pendapat (Sekaran & Bougie, 2016) yang menyatakan bahwa reliabilitas merupakan sebagai tingkat konsistensi antara responden dalam memproses data yang sama.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*. Menurut (Malhotra, 2020) instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* ≥ 0.6 , yang menunjukkan tingkat konsistensi internal antar item dalam satu konstruk. Dengan terpenuhinya kriteria tersebut, instrumen dapat dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam penelitian.

3.8.2 Teknik Analisis Data *Main-Test*

Teknik analisis data merupakan tahapan atau proses mengolah dan menginterpretasikan data yang telah dikumpulkan peneliti. Analisis data memiliki tujuan untuk menjawab rumusan masalah serta menguji tingkat pengaruh hipotesis penelitian. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan SmartPLS karena terdapat mediasi dalam model penelitian ini. Dalam penggunaan software SmartPLS, terdapat berbagai pengujian sebagai berikut :

3.8.3 Model Measurement (Outer Model)

Model pengukuran atau *outer model* dalam analisis SEM berfungsi untuk menggambarkan bagaimana suatu variabel laten dinilai melalui serangkaian indikator yang dapat diamati. Variabel laten sendiri merupakan konsep abstrak yang tidak dapat dinilai secara langsung, seperti persepsi atau kepuasan, sehingga diperlukan sejumlah indikator atau pernyataan untuk merepresentasikannya. Dengan demikian, indikator-indikator tersebut bertindak sebagai alat ukur yang merefleksikan konstruk laten dalam suatu penelitian. Model pengukuran memastikan bahwa setiap indikator benar-benar mampu menggambarkan konsep yang diteliti, sehingga temuan penelitian menjadi lebih valid dan andal. (Hair et al., 2019). Dalam *outer model*, terdapat beberapa bagian yang di uji sebagai berikut :

3.8.3.1 Internal Consistency

Internal consistency merupakan metode pengujian yang digunakan untuk menilai tingkatan seberapa jauh indikator-indikator dalam suatu variabel laten mampu menghasilkan pengukuran yang stabil dan konsisten terhadap konsep yang sama. Dalam penelitian ini, pengukuran *internal consistency* dilakukan melalui *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*. Suatu konstruk dianggap memenuhi kriteria *internal consistency* apabila nilai *Composite Reliability* maupun *Cronbach's Alpha* berada pada angka $\geq 0,60$, yang menandakan bahwa indikator-indikator di

dalamnya memiliki tingkat konsistensi yang cukup. (Hair et al., 2019)

3.8.3.2 Convergent Validity

Pengujian *convergent validity* dilakukan dengan melihat nilai *Average Variance Extracted* (AVE), yaitu nilai rata-rata variabel yang dijelaskan oleh indikatornya. Nilai AVE dianggap lolos uji apabila $AVE > 0,50$ yang berarti konstruk tersebut mampu menjelaskan minimal 50% varians indikator-indikatornya, sehingga indikator dapat dikatakan memiliki tingkat kesesuaian yang baik dalam mengukur konstruk. Selain itu, pengujian *convergent validity* juga melihat nilai dari *outer loading*. *Outer loading* merupakan nilai korelasi bivariat antara setiap variabel dengan indikator terkaitnya. Nilai *outer loading* dapat merepresentasikan kontribusi absolut suatu indikator terhadap variabelnya. Nilai yang baik untuk *outer loading* supaya dapat dikatakan valid adalah > 0.7 , namun *outer loading* 0.4 hingga 0.7 masih dapat diterima, apabila uji validitas dan reliabilitas terpenuhi. (J. Hair & Alamer, 2022)

3.8.3.3 Discriminant Validity

Discriminant validity merupakan pengukuran yang digunakan untuk memastikan bahwa setiap konstruk dalam model penelitian berbeda satu sama lain. Dengan kata lain, indikator pada suatu variabel tidak boleh lebih merepresentasikan konstruk lain dibanding konstraknya sendiri. Dalam penelitian ini, *discriminant validity* diuji menggunakan tiga metode, yaitu *Cross Loading*, *Fornell-Larcker Criterion* dan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT). (Hair et al., 2019)

Dalam pengujian *cross loading*, setiap indikator harus menunjukkan nilai muatan tertinggi pada konstruk asalnya dibandingkan dengan konstruk lainnya agar dapat dianggap valid secara diskriminan. Sementara itu, pada metode *Fornell-Larcker*,

peneliti membandingkan nilai akar kuadrat AVE dari suatu konstruk dengan nilai korelasinya terhadap konstruk lain. Apabila didapatkan nilai akar kuadrat AVE lebih besar daripada korelasi antar konstruk, maka konstruk tersebut dinilai memiliki *discriminant validity* yang memadai.

Kemudian pada pengujian HTMT, penulis menilai besarnya hubungan antar konstruk relatif terhadap hubungan antar indikator dalam konstruk yang sama. Suatu konstruk bisa dinyatakan memenuhi syarat HTMT apabila nilai yang dihasilkan berada di bawah 0,90. Jika kriteria ini terpenuhi, maka konstruk dianggap berbeda satu sama lain dan valid secara diskriminan. (Hair et al., 2019)

3.8.4 Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural merupakan komponen dalam analisis SEM yang berfungsi untuk mengevaluasi hubungan antar variabel laten dalam suatu penelitian. Pada tahap ini, penulis menelusuri bagaimana suatu variabel dapat memberikan pengaruh terhadap variabel lainnya, sesuai dengan teori dan hipotesis yang telah disusun sebelumnya. (Hair et al., 2019)

Dalam model struktural, suatu variabel dapat berperan sebagai variabel endogen pada satu hubungan, namun menjadi variabel eksogen pada hubungan lainnya. Hal ini dapat menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam penelitian saling mempengaruhi dan membentuk hubungan yang kompleks. Selain itu, satu variabel endogen juga bisa mempengaruhi lebih dari satu variabel eks dengan tingkat pengaruh yang berbeda-beda (Hair et al., 2019). Dalam model struktural terdapat beberapa bagian yang di uji sebagai berikut :

3.8.4.1 *Adjusted R² Values*

Nilai *coefficient determination* atau koefisiensi determinasi (R^2), merupakan kriteria awal yang digunakan dalam model struktural dalam menjelaskan variabel endogen berdasarkan data yang digunakan dalam penelitian. Nilai R^2 memiliki rentang antara

0 hingga 1, di mana nilai 0 memiliki pengertian bahwa model tidak dapat menjelaskan hubungan apa pun, sedangkan nilai 1 menunjukkan hubungan yang sangat kuat. Sehingga semakin tinggi nilai *Adjusted R²*, maka dapat dikatakan model memiliki kemampuan yang semakin baik dalam memprediksi variabel yang diteliti. (Hair et al., 2019)

3.8.4.2 P Values

Pada uji *inner model*, penulis juga menguji *bootstrap* untuk mengetahui adanya signifikansi antar hubungan variabel. Peneliti menggunakan teknik *bootstrapping* dalam software SmartPLS untuk mendapatkan nilai *p-value*. Nilai dari *P-Value* akan dianalisa dan digunakan sebagai penentu bagi penulis untuk mengetahui apakah suatu variabel memiliki signifikansi pengaruh antar variabel. Apabila nominal *P-Value* > 0.05 maka akan dianggap tidak memiliki pengaruh signifikan, sedangkan nominal *P-Value* < 0.05 maka variabel eksogen akan dianggap berpengaruh secara signifikan terhadap variabel eksogennya. (Hair et al., 2019)

3.8.4.3 T Values

Pada uji *inner model* berikutnya, penulis juga menggunakan uji *bootstrap* untuk mendapatkan hasil nominal *t-value*. Nilai *t-value* dapat dikatakan signifikan apabila nilai *t-value* > 1.65 sedangkan apabila nilai *t-value* < 1.65 maka dianggap tidak signifikan karena diluar nilai ambang batas. (Hair et al., 2019)

3.8.4.4 Beta

Beta merupakan nilai yang memberikan ukuran besarnya suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen. Hasil dari nilai beta merepresentasikan seberapa besar pengaruh variabel endogen ketika variabel eksogen mengalami sebuah perubahan. Semakin tinggi nilai beta, maka semakin tinggi juga dampak perubahan yang akan terjadi pada variabel endogen. (Hair et al., 2019)