

## INTISARI

Perkembangan teknologi yang semakin cepat membawa perubahan pada inovasi teknologi untuk memudahkan kehidupan manusia, tak terkecuali pada dunia perbankan. Munculnya inovasi bank digital mempengaruhi kehidupan manusia dikarenakan kemudahan penggunaan & kebermanfaatannya dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini bertujuan menganalisis persepsi-persepsi yang mempengaruhi intensi penggunaan aplikasi Jago sebagai layanan bank digital. Penelitian ini menggunakan kerangka penelitian TAM 1 yang terdiri dari persepsi kemanfaatan, kemudahan penggunaan, dan intensi penggunaan. Selain itu, penelitian ini juga menggabungkan dua persepsi risiko yaitu risiko finansial dan risiko privasi. Data penelitian merupakan data primer yang dikumpulkan melalui kuisioner secara *online* kepada pengguna aplikasi Jago pada segmen milenial. Dari hasil tersebut, didapatkan 100 data yang dianalisis lebih lanjut menggunakan metode uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap intensi penggunaan aplikasi Jago, sedangkan persepsi risiko privasi memiliki pengaruh negatif. Persepsi risiko finansial terbukti tidak memiliki pengaruh terhadap variabel intensi penggunaan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi pengembang aplikasi Jago untuk memperhatikan persepsi khususnya risiko penggunaan seperti privasi ke depannya.

**Kata kunci: kemanfaatan, kemudahan penggunaan, risiko finansial, risiko privasi/keamanan, aplikasi Jago**

## ABSTRACT

*Rapid technological developments bring changes to technological innovation to facilitate human life, including the banking world. The emergence of digital bank innovations affects human life due to its ease of use & usefulness in everyday life. This study aims to analyze the factors that influence the intention to use the Jago application as a digital bank service. This study uses the TAM 1 research framework which consists of perceived usefulness, ease of use, and usage intentions. In addition, this study also combines two risk perception factors, namely financial risk and privacy risk. Research data is primary data collected through online questionnaires to Jago application users in the millennial segment. From these results, 100 data were obtained which were further analyzed using the multiple linear regression test method. The results showed that the perception of usefulness and ease of use had a positive effect on the intention to use the Jago application, while the perception of privacy risk had a negative effect. The perception of financial risk has no effect on the use intention variable. The results of this study are expected to be a consideration for Jago application developers to pay attention to perceptions, especially usage risks such as privacy in the future.*

***Keywords: perceived usefulness, ease of use, financial risk, privacy risk, Jago application***