

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi intensi kontinuitas pengguna bank digital di Indonesia dengan modifikasi dari model penelitian adopsi teknologi oleh Madan and Yadav (2016), Yang dkk. (2021), dan Lee dan Kim (2020). Industri bank digital berkembang dengan pesat, sehingga persaingan dalam mendapatkan dan menjaga konsumen semakin ketat. Penelitian sebelumnya banyak dilakukan di negara maju, sehingga penting untuk menganalisis sikap konsumen terhadap bank digital di negara berkembang seperti Indonesia. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan implikasi praktis untuk merancang sistem yang bermanfaat dan sesuai dengan minat konsumen. Sebanyak 305 responden yang merupakan nasabah bank digital berpartisipasi pada penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan penyampelan nonprobabilitas dan proses pengumpulan sampel menggunakan teknik penyampelan bertujuan. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan regresi berganda yang dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa determinan persepsi kebergunaan, pengaruh sosial, nilai harga, dan efikasi diri berpengaruh signifikan terhadap intensi kontinuitas menggunakan bank digital. Determinan persepsi kemudahan penggunaan dan kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh negatif terhadap intensi kontinuitas, sedangkan persepsi risiko tidak memiliki pengaruh terhadap intensi kontinuitas penggunaan bank digital. Keterbatasan riset adalah rentang usia responden yang didominasi oleh dua generasi yang memiliki kemampuan teknologi tinggi.

Kata kunci: persepsi kebergunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kondisi yang memfasilitasi, pengaruh sosial, nilai harga, persepsi risiko, dan efikasi diri.

ABSTRACT

This study aims to determine the factors that influence the intention of continuity of using internet-only banks in Indonesia with the modification of the technology adoption research model by Madan and Yadav (2016), Yang dkk. (2021), and Lee and Kim (2020). The internet-only banking industry is overgrowing, so the competition in getting and keeping consumers is getting tougher. Many previous studies were conducted in developed countries, so it is essential to analyze consumer attitudes towards internet-only banks in developing countries such as Indonesia. The research results are expected to provide practical implications for designing functional systems that meet consumer interests. A total of 305 respondents who are internet-only bank customers participated in the quantitative research. The data collection method used non-probability sampling, and the sample collection process used purposive sampling. Hypothesis testing was carried out using multiple regression, which was analyzed using SPSS software. The results of this study indicate that the determinants of perceived usefulness, social influence, price value, and self-efficacy significantly affect continuity intentions using internet-only banks. The determinants of perceived ease of use and facilitating conditions have a negative impact on the intention of continuity, while the perception of risk does not have a negative effect on the intention of continuity of using internet-only banks. The limitation of the research is the age range of the respondents, which is dominated by two generations with high technological abilities.

Keywords: perceived usefulness, perceived ease of use, facilitating conditions, social influence, price value, perceived risk, and self-efficacy.