

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN SESEORANG UNTUK MENGGUNAKAN TABUNGAN DIGITAL

Nama Mahasiswa : Moh. Nur Ardiyanto
NIM : 3021710034
Pembimbing : BRINA MIFTAHURROHMAH,
S.Si., M.Si., MCE.

ABSTRAK

Tabungan digital merupakan jenis produk tabungan dari bank konvensional lainnya. Perbedaan yang terdapat pada tabungan digital dengan tabungan konvensional umum yaitu tabungan digital sudah menerapkan serta memanfaatkan teknologi dalam segala aspek aktivitas yang dilakukan penggunaannya, seperti pembukaan rekening hingga penutupan rekening dapat dilakukan secara *daring*. Pada saat ini di Indonesia sendiri sudah terdapat banyak bank konvensional yang sudah memiliki produk layanan tersebut, antara lain: Jenius milik BTPN, Digibank milik Bank DBS, D-Save milik Bank Danamon, TMRW milik UOB, PermataME milik Bank Permata dll. Dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan gaya hidup terhadap keputusan menggunakan tabungan digital. Adapun variabel persepsi kemudahan & persepsi kemanfaatan didapatkan dari *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan tambahan variabel eksternal yaitu gaya hidup. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan sampel sebanyak 112 responden. Instrumen pengumpulan data digunakan dengan angket/kuesioner. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda, dari data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji korelasi, uji multikolinearitas, uji regresi linier berganda, uji F, uji T, uji R^2 , serta uji asumsi residual. Hasil dari pengujian validitas didapatkan nilai $r_{hitung} > 0,185$, uji reliabilitas didapatkan nilai $alpha > 0,50$, uji korelasi didapatkan nilai $interval\ koefisien > 0,60 < 0,799$, uji multikolinearitas didapatkan nilai $VIF < 10$ dan $tolerance > 0,1$, uji regresi linier berganda didapatkan nilai koefisien konstan sebesar 4,140, koefisien regresi X1 sebesar 0,184, koefisien regresi X2 sebesar 0,229, dan koefisien regresi X3 sebesar 0,312, uji F didapatkan

nilai dari F_{hitung} sebesar 83,848 ($>F_{tabel}$), uji T didapatkan nilai dari $T_{hitung} > T_{tabel}$ serta memiliki nilai signifikansi 0,029, uji R^2 didapatkan nilai R^2 sebesar 0,691 (69%), dan pada uji residual didapatkan nilai probabilitas (Asymp. Sig. (2-tailed)) sebesar 0,200. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan gaya hidup memiliki pengaruh sebesar 69% terhadap keputusan seseorang menggunakan tabungan digital, sedangkan sisanya sebesar 30,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Tabungan Digital, Keputusan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Gaya Hidup, Analisis Linier Berganda.



ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING A PERSON'S DECISION TO USE DIGITAL BANKING

By : Moh. Nur Ardiyanto
Student Identity Number : 3021710034
Supervisor : BRINA MIFTAHURROHMAH,
S.Si., M.Si., MCE.

ABSTRACT

Digital banking is a type of banking product from other conventional banks. The difference between digital banking and general conventional banking is that digital banking have implemented and utilized technology in all aspects of activities carried out by users, such as opening accounts to closing accounts, which can be done online. Currently in Indonesia, there are many conventional banks that already have these service products, including: Jenius owned by BTPN, Digibank owned by Bank DBS, D-Save owned by Bank Danamon, TMRW owned by UOB, PermataME owned by Bank Permata etc. This study aims to analyze the perception of convenience, perceived usefulness, and lifestyle on the decision to use digital banking. The perceived convenience and usefulness variables were obtained from the Technology Acceptance Model (TAM) with the addition of an external variable, namely lifestyle. This research is quantitative with a sample of 112 respondents. The data collection instrument was used with a questionnaire/questionnaire. The method used in this study is multiple linear analysis, the data obtained will be analyzed using validity test, reliability test, correlation test, multicollinearity test, multiple linear regression test, F test, T test, R^2 test, and assumption test residuals. The results of the validity test obtained r_{count} value > 0.185 , reliability test obtained alpha value > 0.50 , correlation test obtained coefficient interval value $> 0.60 < 0.799$, multicollinearity test obtained VIF value < 10 and tolerance > 0.1 , test multiple linear regression obtained constant coefficient value of 4.140, regression coefficient X_1 of 0.184, regression coefficient of X_2 of 0.229, and regression coefficient of X_3 of 0.312, F test obtained value of F_{count} of 83,848 ($> F_{table}$), T test obtained value of $T_{count} > T_{table}$ and has a significance value of 0.029, the R^2 test ob-

tained an R square value of 0.691 (69%), and the residual test obtained a probability value (Asymp. Sig. (2-tailed)) of 0.200. The results of this study can be concluded that the variables perceived convenience, perceived usefulness, and lifestyle have an influence of 69% on a person's decision to use digital banking, while the remaining 30.9% is influenced by other factors not included in this study.

Keywords: Keywords: Digital Banking, Usage Decisions, Perceived Benefits, Perceptions of Ease, Lifestyle, Multiple Linear Analysis.

