

## **Factors Analysis that Influence Decisions on the Use of Digital Banks Among POLBAN Students**

### **Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Bank Digital di Kalangan Mahasiswa POLBAN**

**Elis Nisa Amalia**

Politeknik Negeri Bandung, Indonesia  
Email: [elisnisaamalia@gmail.com](mailto:elisnisaamalia@gmail.com)

#### **ABSTRACT**

The purpose of this research is to find out the factors that influence the decisions of POLBAN students in using digital banks. This research was conducted at the Bandung, Indonesia State Polytechnic, with 121 respondents from engineering and non-engineering majors. Data was collected through a questionnaire. Data analysis was carried out using the factor analysis method to find out what factors influence the decision to use digital banks among POLBAN students. The results of this study are that the decision to use digital banks among POLBAN students is at least influenced by three factors, namely reputation and security factors, convenience factors, and social factors.

**Keywords:** digital banking, reputation and safety factor, ease of use factor, social factor

#### **ABSTRAK**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa POLBAN dalam menggunakan bank digital. Penelitian ini dilakukan di Politeknik Negeri Bandung, Indonesia dengan jumlah responden 121 orang dari jurusan teknik maupun non teknik. Data dikumpulkan melalui kuesioner. Analisis data dilakukan menggunakan metode analisis faktor untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan penggunaan bank digital di kalangan mahasiswa POLBAN. Hasil dari penelitian ini adalah keputusan penggunaan bank digital di kalangan mahasiswa POLBAN setidaknya dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu faktor citra dan keamanan, faktor kemudahan, dan faktor sosial.

**Kata Kunci:** bank, bank digital, faktor citra dan keamanan, faktor kemudahan, faktor sosial

*Received:* 02.05.2023

*Accepted:* 28.12.2023

DOI: 10.61242/ijabo.23.271

JEL Classifications: L19, L29



License

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

## LATAR BELAKANG

Selama masa wabah Virus COVID-19 merebak di Indonesia, pemerintah pusat dan daerah memberi kebijakan ketat untuk mencegah penyebaran COVID-19. Salah satu antisipasi penyebaran virus ini adalah dengan melakukan transaksi elektronik atau digital untuk menghindari kontak fisik. Kebijakan itu diterapkan dalam dunia perbankan. Oleh sebab itu, sejak tahun 2020 mulai berkembang bank digital yang seluruh transaksi dan kegiatannya dilaksanakan secara digital dan sampai sekarang keberadaan bank digital terus berkembang di Indonesia. Selain itu, faktor yang mendorong kemunculan layanan perbankan digital adalah perkembangan teknologi yang semakin maju dan mempermudah kehidupan. Tidak dapat dipungkiri pula bahwa kehadiran *fintech* ke dalam sektor keuangan khususnya perbankan membawa dampak yang luar biasa dalam perkembangan teknologi perbankan. Mengutip dari laman [djp.b.kemenkeu.go.id](http://djp.b.kemenkeu.go.id), kemunculan bank digital dipicu adanya kebutuhan konsumen yang menginginkan kecepatan dan fleksibilitas dalam layanan perbankan sehingga dapat diakses kapan pun dan dimana pun. Selain itu, digitalisasi dalam sektor perbankan dilakukan untuk menarik minat calon nasabah baru, terutama generasi milenial atau kalangan modern.

Berdasarkan data yang dikutip dari laman [infobanknews.com](http://infobanknews.com), jumlah bank yang ada di Indonesia hingga Bulan Juli tahun 2022 mencapai 107 bank dengan jumlah kantor cabang bank mencapai 25.568 kantor yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Namun, angka ini mengalami penurunan dibanding tahun-tahun sebelumnya. Pada tahun 2018 jumlah kantor cabang bank ada 31.609 kantor, lalu menurun menjadi 31.127 kantor pada tahun 2019, kembali menurun pada tahun 2020 menjadi 30.733 karena hadirnya COVID-19 di Indonesia, naik menjadi 32.366 pada tahun 2021 dan kembali mengalami penurunan menjadi 25.568 per Juli 2022. Penurunan jumlah kantor cabang ini dikarenakan beberapa bank lebih memilih untuk mengembangkan bank digital dibanding membuka kantor cabang baru. Peralihan dari bank konvensional ke bank digital pun terlihat dari volume transaksi yang tercatat per Januari sampai Agustus tahun 2022 mencapai 7.328,86 juta transaksi dengan total nilai transaksi mencapai Rp 34.024,43 triliun. Untuk pengguna bank digital sendiri, dikutip dari laman [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id), pada tahun 2021 sebanyak 25% orang dewasa Indonesia atau sekitar 47.722.913 orang memiliki rekening bank digital dan angka ini diprediksi akan terus meningkat setiap tahunnya. Bahkan, hingga tahun 2026, pengguna bank digital diproyeksikan meningkat menjadi 39% atau setara 74.785.062 orang.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Bank Digital

Berdasarkan POJK No.12/POJK.03/2021 bank digital merupakan bank berbadan hukum Indonesia yang menyediakan dan menjalankan kegiatan usaha terutama melalui saluran elektronik tanpa kantor fisik selain kantor pusat atau menggunakan kantor fisik yang terbatas. Johnson (2020) dalam Wijaya (2021:2) berpendapat bahwa bank digital atau *digital banking* sebagai suatu organisasi bisnis yang menawarkan aktivitas perbankan secara *full online* yang sebelumnya hanya tersedia di kantor cabang bank saja. Istilah bank digital selalu dikaitkan dengan istilah kebaruan dari bentuk bank umum yang pada praktiknya segala aktivitasnya dilakukan secara daring. Sedangkan Wijaya (2021:1) mendefinisikan *digital banking* sebagai suatu aktivitas yang dilakukan oleh bank untuk melakukan otomatisasi proses yang menggunakan kecanggihan teknologi melalui layanan berbasis web mencakup API (*Application Programming Interface*) yang memungkinkan komposisi layanan lintas lembaga. Melalui API bank dapat mengirimkan

produk perbankan dan menyediakan transaksi menggunakan web yang memberikan kemampuan bagi pengguna untuk mengakses data keuangan melalui *desktop*, seluler, dan layanan ATM.

Berdasarkan definisi-definisi yang telah dikemukakan di atas, dapat disimpulkan bahwa bank digital adalah sebuah organisasi yang menjalankan aktivitas *digital banking*. Dimana aktivitas *digital banking* merupakan aktivitas perbankan pada umumnya yang dilakukan dengan otomatisasi sehingga seluruh kegiatannya dilakukan secara digital mulai dari pembukaan rekening hingga transaksi lainnya. *Digital banking* dianggap sebagai solusi dan inovasi di tengah kemajuan teknologi yang berkembang pesat dan kecenderungan masyarakat yang mulai menginginkan efisiensi dan kemudahan.

### **Produk-produk Bank Digital**

Berdasarkan sumber dari laman resmi Otoritas Jasa Keuangan (OJK), berikut beberapa jenis layanan digital banking yang ada:

a. *Internet Banking*

*Internet banking* merupakan salah satu jenis layanan perbankan baik finansial maupun non finansial melalui komputer yang berhubungan dengan jaringan internet bank.

b. *Phone Banking*

*Phone banking* merupakan salah satu jenis layanan perbankan yang transaksinya dilakukan melalui telepon dimana nasabah menghubungi *contact center* bank dan bank telah menyediakan staf khusus untuk memproses.

c. *SMS Banking*

*SMS banking* merupakan layanan transaksi perbankan yang dapat dilakukan melalui posel dengan format SMS. Nasabah mengirimkan SMS ke nomor bank yang dituju untuk melakukan transaksi.

d. *Mobile Banking*

*Mobile banking* merupakan layanan perbankan yang juga dapat diakses melalui ponsel, namun layanan ini memiliki kecanggihan yang lebih tinggi dibanding internet banking atau SMS banking. Bank biasanya menggunakan aplikasi dimana didalam aplikasi tersebut seluruh transaksi dapat dilakukan, sehingga layanan ini lebih mudah dan fleksibel. Bahkan pembukaan dan penutupan rekening dapat dilakukan dalam aplikasi.

### **Faktor-faktor Penggunaan Bank Digital**

Mengutip dari Mufarih, dkk. (2020), berikut merupakan beberapa faktor yang melatar belakangi seseorang untuk menggunakan bank digital. Faktor-faktor ini merupakan variabel dari model *Technology Acceptance Model* (TAM) dari Munoz-Leiva et al. (2017) dimana model ini memperlihatkan niat perilaku seseorang atau minat seseorang dalam melakukan suatu perbuatan:

a. Persepsi Kemudahan dalam Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi ini didefinisikan sebagai persepsi bahwa dalam menggunakannya dapat dengan mudah dipahami dan diaplikasikan. Kemudahan penggunaan ini bermakna layanan yang diberikan melalui aplikasi akan mudah dipahami dan digunakan dan kemudahan ini dapat mendorong seseorang untuk sering menggunakannya (Hadi & Novi, 2015 : 57).

b. Persepsi Kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*)

Seseorang akan lebih mudah menerima sesuatu ketika ia merasakan kebermanfaatan dari penggunaannya. Ketika seseorang menggunakan bank digital dan merasakan

manfaat bahwa dengan menggunakan bank digital mereka dapat menghemat waktu dan biaya untuk melakukan transaksi di bank, mereka akan cenderung memutuskan untuk menggunakan bank digital (Hadi & Novi, 2015 : 58).

c. Sikap dalam Penggunaan (*Attitude Towards Use*)

Variabel ini diukur berdasarkan dari sikap pengguna bank digital dalam menggunakannya. Sikap dalam hal ini menunjukkan keyakinan pengguna terhadap bank digital dan merupakan bentuk tanggapan penilaian terhadap keyakinannya (Mufarikh, dkk., 2020 : 900).

d. Maksud Penggunaan (*Intention to Use*)

Maksud penggunaan adalah ketertarikan seseorang dalam melakukan suatu kegiatan yang spesifik. Ketertarikan juga merupakan kecenderungan untuk memperhatikan dan mengingat suatu kegiatan. Seseorang yang tertarik dengan suatu kegiatan akan merasa bahwa kegiatan itu harus dilandasi kesenangan dan ketikan kesenangan muncul, maka seseorang akan konsisten menggunakannya atau melakukannya (Mufarikh, dkk., 2020 : 900).

e. Citra Sosial (*Social Image*)

Citra sosial digambarkan sebagai rasa bangga dan status yang lebih tinggi sebagai yang menggunakan dibanding yang tidak menggunakan. Hal ini juga menggambarkan sejauh mana pengguna mendapatkan rasa hormat dan rasa kagum dari orang-orang di sekitarnya karena penggunaan bank digital ini (Lin & Bhattacharjee, 2010 dalam Mufarikh, dkk., 2020 : 900).

f. Persepsi Kepercayaan (*Perceived Trust*)

Persepsi ini berkaitan dengan kepercayaan nasabah terhadap pihak bank, bahwa bank akan memberikan apa yang mereka harapkan. Selain itu, faktor keamanan juga menjadi hal yang penting dalam kepercayaan nasabah terhadap bank. Dalam persepsi ini, nasabah percaya akan kemampuan bank untuk melindungi seluruh informasi personal dari nasabah dan seluruh transaksi yang dilakukan (Hadi & Novi, 2015 : 59).

g. Persepsi Risiko (*Perceived Risk*)

Risiko diartikan sebagai persepsi nasabah mengenai ketidakpastian dan konsekuensi yang akan dihadapinya setelah menggunakan bank digital. Risiko merupakan ketidakpastian dan perlu dipertimbangkan secara matang apalagi transaksi yang dilakukan secara online memiliki risiko yang tinggi terutama dari segi keamanan (Hadi & Novi, 2015 : 59).

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei eksplanatori. Penggunaan pendekatan kuantitatif didasarkan pada fenomena dalam penelitian ini yang merupakan fenomena empiris dan dapat diukur, serta meminimalisir subjektivitas dari penulis dalam penginterpretasian pada data penelitian. Metode survei eksplanatori merupakan metode yang hasilnya akan memberikan penjelasan. Metode penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan kenapa suatu peristiwa atau konsep terjadi dan apa yang menjadi penyebabnya (Chaniago, et al., 2023). Penggunaan metode ini dikarenakan informasi yang didapatkan dari populasi yang cukup besar mampu dihimpun dalam waktu yang cepat dan biaya yang ringan.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Politeknik Negeri Bandung baik dari jurusan teknik maupun non teknik. Berdasarkan data dari [www.polban.ac.id](http://www.polban.ac.id) jumlah mahasiswa aktif Politeknik Negeri Bandung saat tahun 2023 mencapai 5.989 mahasiswa. Alasan pemilihan populasi mahasiswa Politeknik Negeri Bandung dikarenakan peneliti ingin melihat gambaran pengguna dan faktor penggunaan bank digital di kalangan mahasiswa vokasi. Sampel dalam penelitian diambil menggunakan teknik *probability sampling*, dimana setiap orang memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Adapun metode *probability sampling* yang dipilih adalah metode acak sederhana (*simple random sampling*). Ukuran sampel diperoleh menggunakan rumus Slovin dimana sampel minimal yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah 98 mahasiswa.

Dalam penelitian ini, data-data yang telah dikumpulkan diolah menggunakan skala pengukuran Likert's. skala ini menyusun jawaban responden dari hal-hal yang pasti dari baik, kurang baik, tidak baik, bentuk data ordinal namun dapat dikonversi menjadi interval (Chaniago, et al., 2023). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor, dimana penggunaan analisis ini sejalan dengan tujuan dan variabel penelitian yang sudah ditentukan yakni untuk melihat faktor-faktor apa saja yang melatarbelakangi penggunaan bank digital di kalangan mahasiswa vokasi.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Data Demografi Responden

Data demografi responden dianalisis untuk mengetahui apakah kriteria responden telah sesuai dengan tujuan penelitian dan untuk melihat perbandingan antara beberapa kriteria responden. Berikut merupakan data demografi dari responden.

Tabel 1: Data Demografi Responden

Data Diri		Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Perempuan	64	53%
	Laki-laki	57	47%
Usia	18-20 tahun	46	38%
	21-22 tahun	70	58%
	>22 tahun	5	4%
Apakah anda merupakan pengguna bank digital?	Ya	104	86%
	Tidak	17	14%
Bank Digital yang digunakan	Brimo	31	26%
	BCA Mobile	26	21%
	Jenius	20	17%
	LINE Bank	9	7%
	Jago	11	9%
	Allo Bank	12	10%
	Seabank	2	2%
	BNI Mbanking	6	5%
	BLU	4	3%

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa 64 responden merupakan perempuan dan 47 responden sisanya berjenis kelamin laki-laki. Dalam segi usia,

didominasi oleh responden dengan usia 21-22 tahun. Sebanyak 104 responden atau setara 86% responden merupakan pengguna bank digital, sedangkan 17 responden atau setara 14% dari responden bukan merupakan pengguna bank digital. Bank digital yang paling banyak digunakan oleh responden adalah Brimo dari Bank BRI dengan persentase 26% dari responden yang menggunakan bank digital. Selanjutnya BCA *mobile* menjadi bank digital yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa POLBAN setelah Brimo dengan persentase 21%, selanjutnya Jenius dengan persentase 17%, lalu Allo Bank dengan persentase 10%, sisanya dengan persentase dibawah 10% adalah LINE Bank, Jago, Seabank, BNI, dan BLU.

### Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018 : 51) uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu kuesioner penelitian. Dalam penelitian ini, setelah kuesioner dengan 15 butir pertanyaan disebar kepada 30 responden lalu validitasnya diuji menggunakan software SPSS versi 26 dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 2: Hasil Uji Validitas

Item	Pearson Correlation	Keterangan
X1	0,728	Valid
X2	0,815	Valid
X3	0,801	Valid
X4	0,765	Valid
X5	0,342	Valid
X6	0,491	Valid
X7	0,667	Valid
X8	0,805	Valid
X9	0,822	Valid
X10	0,697	Valid
X11	0,880	Valid
X12	0,527	Valid
X13	0,412	Valid
X14	0,791	Valid
X15	0,871	Valid

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam kuesioner valid yang dibuktikan dengan seluruh r hitung (*pearson correlation*) lebih besar dari 0,3.

### Uji Reliabilitas

Menurut Azwar (2016 : 111) reliabilitas adalah suatu alat ukur yang mengacu pada kepercayaan dan konsistensi hasil ukur, yang mengandung makna mengenai seberapa tinggi kecermatan pengukuran. Dalam penelitian ini, berikut hasil perhitungan reliabilitasnya.

Tabel 3 : Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.911	.924	15

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai *Cronbach's Alpha* nya 0,911 yang berarti sempurna. Dengan demikian, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

1. Uji Normalitas

Tabel 4 : Hasil Uji Normalitas  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Total
N		104
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	56.5962
	Std. Deviation	8.32999
Most Extreme Differences	Absolute	.160
	Positive	.101
	Negative	-.160
Test Statistic		.160
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada uji *Kolmogrov-Smirnov* adalah 0,160 yang artinya data yang diuji berdistribusi normal karena nilai tes nya lebih 0,05.

2. Analisis Faktor

a. *KMO and Barlett's Test*

Tabel 5 : Hasil Uji Kelayakan Variabel

**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.880
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	499.293
	df	55
	Sig.	.000

KMO tes digunakan untuk melihat ketepatan dari analisis faktor. Berdasarkan tabel di atas, hasil tes untuk KMO pada penelitian ini adalah 0,880 yang mana lebih besar dari 0,50 dengan nilai signifikansi 0,000.maka, dapat disimpulkan bahwa analisis faktor dapat digunakan dalam penelitian ini.

b. *Communalities*

Tabel 6 : Hasil Uji Proporsi Varian Variabel

**Communalities**

	Initial	Extraction
X01	1.000	.774
X02	1.000	.793
X03	1.000	.728
X06	1.000	.927
X08	1.000	.577
X09	1.000	.583
X10	1.000	.638
X11	1.000	.687
X12	1.000	.523
X14	1.000	.613
X15	1.000	.628

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Pada dasarnya, *communalities* digunakan untuk melihat atau menilai varian apakah menunjukkan kontribusi atau tidak terhadap faktor yang terbentuk. Berdasarkan tabel tersebut di atas, seluruh komponen memiliki nilai lebih dari 0,50 dengan begitu maka seluruh komponen dalam kuesioner dapat digunakan untuk menjelaskan atau membentuk faktor.

c. *Total Variance*

Tabel 7 : Hasil Uji Total Varian

Component	Total Variance Explained								
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5.109	46.450	46.450	5.109	46.450	46.450	3.264	29.676	29.676
2	1.303	11.847	58.297	1.303	11.847	58.297	3.101	28.192	57.868
3	1.058	9.616	67.913	1.058	9.616	67.913	1.105	10.045	67.913
4	.728	6.617	74.530						
5	.544	4.941	79.471						
6	.528	4.803	84.273						
7	.458	4.164	88.437						
8	.403	3.663	92.100						
9	.351	3.189	95.289						
10	.293	2.661	97.950						
11	.225	2.050	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total varian digunakan untuk melihat berapa faktor yang terbentuk dari seluruh komponen yang diuji. Dari tabel di atas, dari 15 item atau komponen yang ada, terbentuk menjadi 3 faktor. Hal ini dapat dilihat dari *initial Eigenvalue* yang bernilai >1.

d. *Rotated Component*

Tabel 8 : Hasil Distribusi Varian

	Component		
	1	2	3
	X01	.176	.861
X02	.185	.864	.112
X03	.242	.818	-.006
X06	.049	.029	.961
X08	.723	.198	.123
X09	.693	.308	-.092
X10	.768	.214	-.048
X11	.745	.361	.043
X12	.705	.036	.157
X14	.535	.570	-.044
X15	.456	.554	.336

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. <sup>a</sup>

a. Rotation converged in 4 iterations.

Menurut Nufadillah (2021), proses ini memperlihatkan posisi item yang akan ditempatkan pada faktor yang tepat. Proses ini dilakukan untuk mengetahui komponen mana saja yang termasuk ke dalam masing-masing faktor. Cara mengetahuinya adalah dengan melihat nilai beban faktor yang tertera. Semakin besar nilai faktor, maka hubungannya semakin erat dengan faktor yang terbentuk.

e. *Component Transformation*

Tabel 9 : Korelasi Antar Komponen

Component Transformation Matrix			
Component	1	2	3
1	.719	.687	.101
2	.671	-.725	.153
3	-.179	.042	.983

Extraction Method: Principal Component Analysis.  
Rotation Method: Varimax with Kaiser  
Normalization.

Proses ini dilakukan untuk melihat korelasi antara komponen yang telah terbentuk dengan faktor yang ada. Semakin besar nilai korelasinya, maka semakin erat hubungan antara komponen dengan faktor yang terbentuk. Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai korelasi antara komponen dengan faktor memenuhi syarat dan layak untuk merangkum keseluruhan komponen yang ada.

f. Penamaan Faktor

Berdasarkan hasil analisis faktor yang telah dilakukan, dari 15 item atau komponen terdapat tiga faktor yang terbentuk yang peneliti namai sebagai berikut:

1. Faktor yang pertama peneliti namakan faktor citra dan keamanan. Penamaan ini dikarenakan komponen atau item pertanyaan yang mewakili faktor yang mengindikasikan pada citra perusahaan atau bank yang dipakai dan keamanan atau produk keamanan dari perusahaan bank digital yang dipakai. Berdasarkan hasil kuesioner dan analisis yang dilakukan dapat diketahui bahwa citra perusahaan atau bank berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa POLBAN untuk menggunakan bank digital. Citra perusahaan dapat dibangun melalui fitur aplikasi yang menarik, pemberian promo sebagai bentuk loyalitas terhadap pelanggan, dan respon keluhan yang dilakukan dengan cepat sehingga pengguna merasa nyaman dan puas dengan menggunakan bank digital dari perusahaan terkait. Selain itu, faktor keamanan juga penting dan signifikan dalam hal pengambilan keputusan untuk menggunakan bank digital. Jaminan keamanan menjadi faktor yang krusial mengingat saat ini marak terjadi penipuan serta pembobolan pada bank digital.
2. Faktor yang kedua peneliti namakan faktor kemudahan. Faktor ini berpengaruh positif dan signifikan dalam menentukan penggunaan bank digital di kalangan mahasiswa POLBAN. Kemudahan dalam pembukaan rekening, akses fitur, dan kemudahan transaksi yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja secara cepat membuat responden tertarik dan memutuskan untuk menggunakan bank digital karena mempermudah keseharian mereka.
3. Faktor yang ketiga peneliti namakan faktor sosial. Faktor ini berpengaruh positif namun tidak terlalu signifikan bagi responden untuk memengaruhi keputusannya dalam menggunakan bank digital. Faktor sosial seperti pengaruh dari teman, kerabat, atau orang terdekat serta pemikiran tidak ingin ketinggalan zaman tidak terlalu signifikan untuk pertimbangan penggunaan bank digital. Responden lebih mempercayai aspek kebermanfaatan bagi mereka dalam menggunakan bank digital dibanding ikut-ikutan *tren* yang sedang berkembang.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menarik kesimpulan bahwa faktor citra dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan dalam menentukan keputusan mahasiswa POLBAN untuk menggunakan bank digital. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jannah (2019) atau Mufarih, dkk. (2020), dimana menurut penelitian yang dilakukan oleh keduanya, Faktor kemudahan juga berpengaruh positif

dan signifikan dalam penelitian ini. Namun hal ini tidak sejalan dengan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Mufarih, dkk. (2020) dimana persepsi kemudahan tidak menjadi faktor yang signifikan dalam keputusan penggunaan bank digital. Faktor terakhir adalah faktor sosial yang berpengaruh positif namun tidak signifikan dalam keputusan penggunaan bank digital di kalangan mahasiswa POLBAN. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jannah (2019) bahwa pengaruh sosial tidak signifikan terhadap penggunaan layanan bank digital.

Disamping kesimpulan yang peneliti ambil di atas, masih banyak kemungkinan faktor yang akan berkembang pada penelitian berikutnya di tempat dan waktu yang berbeda dikarenakan dalam penelitian ini terdapat banyak keterbatasan terutama dalam hal waktu dan jangkauan penelitian. Oleh sebab itu, peneliti sangat mendukung bagi peneliti lain yang ingin melanjutkan penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Chaniago, Harmon., Muharam, Hari., Efawati, Yen. (2023). *Metode Riset Bisnis dan Permodelan*. Bandung: Edukasi Riset Digital, PT
- Hadi, S., & Novi. (2015). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Optimum: Jurnal Ekonomi dan Pembangunan, Vol.5 No.1*, 55-67. doi:10.12928/optimum.v5i1.7840
- Jannah, R. (2019). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah dalam Menggunakan Layanan Digital Banking dengan Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) pada PT. Bank Syariah Mandiri cabang Banda Aceh*. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Jayani, D. H. (2021, Oktober). *Pengguna Bank Digital di Indonesia Diproyeksi Capai 748 Juta pada 2026*. Diambil dari databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/07/pengguna-bank-digital-di-indonesia-diproyeksi-capai-748-juta-pada-2026>
- KEMENKEU RI. (2022, Februari). *ODADING*. Diambil dari [www. djpb.kemenkeu.go.id:https://djpb.kemenkeu.go.id/direktorat/pkn/id/odading/2919-digital-banking.html](http://www.djpb.kemenkeu.go.id:https://djpb.kemenkeu.go.id/direktorat/pkn/id/odading/2919-digital-banking.html)
- MUFARIH, M., JAYADI, R., & SUGANDI, Y. (2020). Factors Influencing Customers to Use Digital Banking Application in Yogyakarta, Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economic and Business, Vol. 7 No. 10*, 897-907. doi:10.13106/jafeb.2020.vol7.no10.897
- Muñoz-Leiva, F. C.-C.-C. (2017). Determinants of Intention to use the mobile banking apps: An extension of the classic TAM model. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 25-38. doi:10.1016/j.sjme.2016.12.001
- Nurfadilah, S. D. (2021). *Analysis Of Changes in E-Commerce Consumer Behavior During The Coronavirus Pandemic (Study on Shopee Consumer in Sukabumi)* (Vol. 2 ). Indonesia: ijabo. Diambil dari <https://ijabo.a3i.or.id/index.php/ijabo/article/view/70>
- OJK. (t.thn.). *Simpanan*. Diambil dari [sikapiuangmu.ojk.go.id:https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/345](https://sikapiuangmu.ojk.go.id:https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/345)
- Saifuddin, A. (2016). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wijaya, K. (2021, April). Digital Banking vs Digital Bank. *Serial Berbagi*, hal. 1-5. Diambil dari [https://lppi.or.id/site/assets/files/1890/kw-serial\\_berbagi-digital\\_banking\\_vs\\_digital\\_bank.pdf](https://lppi.or.id/site/assets/files/1890/kw-serial_berbagi-digital_banking_vs_digital_bank.pdf)
- Zulfikar, M. (2022, Desember). *Perkembangan Jumlah Bank & Transaksi Bank Digital*. Diambil dari [www.infobanknews.com:https://infobanknews.com/transformasi-digital-di-sektor-perbankan-2/](http://www.infobanknews.com:https://infobanknews.com/transformasi-digital-di-sektor-perbankan-2/)