

**PENGARUH LITERASI DIGITAL, PERSEPSI KEAMANAN, DAN  
PENGUNAAN DIGITAL *PAYMENT* TERHADAP KEPUTUSAN  
PENGUNAAN APLIKASI BRIMO DI BANDAR LAMPUNG**

**(SKRIPSI)**

**Oleh:**

**Aria Najwa Devana**

**NPM 2216051007**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS LAMPUNG**

**BANDAR LAMPUNG**

**2026**

## ABSTRAK

### **PENGARUH LITERASI DIGITAL, PERSEPSI KEAMANAN, DAN PENGGUNAAN DIGITAL *PAYMENT* TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI BRIMO DI BANDAR LAMPUNG**

Oleh

**ARIA NAJWA DEVANA**

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi di berbagai sektor, termasuk sektor perbankan yang kini semakin mengarah pada layanan digital. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi digital, persepsi keamanan, dan penggunaan digital *payment* terhadap keputusan masyarakat Bandar Lampung dalam menggunakan aplikasi BRImo. Perkembangan layanan perbankan digital telah mendorong perubahan perilaku masyarakat dalam bertransaksi dari sistem konvensional menuju sistem digital yang lebih praktis dan efisien, sehingga *mobile banking* menjadi sarana utama dalam memenuhi kebutuhan transaksi keuangan sehari-hari. Oleh karena itu, tingkat literasi digital, persepsi keamanan, serta intensitas penggunaan pembayaran digital menjadi faktor penting dalam proses pengambilan keputusan pengguna. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada pengguna BRImo di Bandar Lampung. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria responden yang telah menggunakan aplikasi BRImo. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 31.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital, persepsi keamanan, dan penggunaan digital *payment* secara simultan maupun parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi BRImo. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut merupakan faktor penting dalam meningkatkan keputusan penggunaan layanan *mobile banking*.

**Kata Kunci: Literasi Digital, Persepsi Keamanan, Digital *Payment*, Keputusan Penggunaan, BRImo.**

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF DIGITAL LITERACY, SECURITY PERCEPTION, AND DIGITAL PAYMENT USAGE ON THE DECISION TO USE THE BRIMO APPLICATION IN BANDAR LAMPUNG**

**BY**

**ARIA NAJWA DEVANA**

*The rapid development of information and communication technology has driven transformation in various sectors, including the banking sector, which is increasingly moving towards digital services. This study aims to examine the influence of digital literacy, perceived security, and the use of digital payments on the decision to use the BRImo application in Bandar Lampung. The development of digital banking services has driven changes in people's transaction behavior from conventional systems to more practical and efficient digital systems, making mobile banking the primary means of meeting daily financial transaction needs. Therefore, the level of digital literacy, perceived security, and the intensity of digital payment use are important factors in the user decision-making process. This study uses a quantitative approach with data collection methods through the distribution of online questionnaires to BRImo users in Bandar Lampung. The sampling technique used purposive sampling with the criteria of respondents who have used the BRImo application. Data were analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS version 31.0. The results show that digital literacy, perceived security, and the use of digital payments simultaneously and partially have a positive and significant effect on the decision to use the BRImo application. Thus, it can be concluded that these three variables are important factors in increasing the decision to use mobile banking services.*

***Keywords: Digital Literacy, Security Perception, Digital Payment, Usage Decision, BRImo.***

**PENGARUH LITERASI DIGITAL, PERSEPSI KEAMANAN, DAN  
PENGUANAAN DIGITAL *PAYMENT* TERHADAP KEPUTUSAN  
PENGUNAAN APLIKASI BRIMO DI BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**

**Aria Najwa Devana**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
SARJANA ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

**Pada**

**Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG**

**2026**

Judul Skripsi : PENGARUH LITERASI DIGITAL, PERSEPSI KEAMANAN, DAN PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI BRIMO DI BANDAR LAMPUNG

Nama Mahasiswa : **Aria Najwa Devana**  
Nomor Pokok Mahasiswa : 2216051007  
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




**MENYETUJUI**

1. Komisi Pembimbing

  
**Dr. Maulana Agung P, S. Sos., M. AB.**  
NIP. 197703012008121001

  
**M. Iqbal Harori, S.AB., M.Si.**  
NIP. 198803202024211013

2. Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

  
**Dr. Ahmad Rifa'i, S.Sos., M.Si.**  
NIP. 197502042000121001

**MENGESAHKAN**

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Maulana Agung P, S.Sos., M. AB.**



Sekretaris : **M. Iqbal Harori, S.AB., M.Si.**



Penguji : **Deddy Apriliani, S.A.N, M.A.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.**

NIP. 147608212000032001



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **11 Maret 2026**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 11 Maret 2026

Yang membuat pernyataan,



Aria Najwa Devana

NPM 2216051007

## RIWAYAT HIDUP



Penulis Bernama Aria Najwa Devana, Lahir di Pringsewu pada tanggal 06 November 2004, anak terakhir dari pasangan bapak Amri dan Ibu Khairia. Jenjang Pendidikan penulis dimulai dari taman kanak-kanak (TK) Aisyiyah 2 Talang Padang pada tahun 2010 dan 2011. Selanjutnya penulis menyelesaikan Sekolah Dasar (SD) Negeri 1 Banding Agung pada tahun 2016. Penulis melanjutkan Pendidikan ke Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 1 Talang Padang pada tahun 2016 dan lulus pada tahun 2019. Kemudian penulis menempuh Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Talang Padang pada tahun 2019 dan lulus pada tahun 2022.

Penulis diterima di Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung pada tahun 2022 dalam program strata Satu (S1) melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN). Selama menempuh Pendidikan di Universitas Lampung penulis aktif dalam kegiatan organisasi. Penulis mengikuti Himpunan Mahasiswa Jurusan (HIMA) Ilmu Administrasi Bisnis Sebagai anggota bidang Kretek. Penulis Telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Selama 30 hari di Desa Penengahan, Kec. Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan, Prov. Lampung pada tahun 2025. Selanjutnya penulis mengikuti program magang mandiri di United Tractors Bandar Lampung dan ditempatkan di bagian administrasi selama 3 bulan terhitung dari bulan juni sampai agustus 2025.

## MOTTO

*“But they plan, and Allah plans. Allah is the best of planners”*

(QS Al-Anfal : 30)

*“when you lost something, Allah preparing something better for you”*

“Muda sebelum tua, sehat sebelum sakit, kaya sebelum miskin, lapang sebelum sempit, dan diantaranya waktu bergulir~berputar, berjalan, oh, kadang dia berlari. Setiap detik terlewati semoga bisa menyinari, di jalan yang aku pilih hiduplah sebelum mati”

(Kunto Aji)

“maafkanku juga~ada titik-titik, ada titik-titik di ujung doa-doa, keselamatan penutup malam kuisi dengan namamu ku coba memaafkanmu selalu~selipkan aku disana, di doa-doamu juga”

(Sal priadi)

*“be gentle with yourself, it's your first time living too”*

## **PERSEMBAHAN**

Puji Syukur kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa atas segala Rahmat serta karunia-Nya, yang telah memberikan hamba kemudahan dan kelancaran untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Sebuah karya ini kupersembahkan untuk:

### **Kedua orang tuaku tercinta,**

Terima kasih telah mendidik dan membesarkan dengan segala doa terbaik yang senantiasa dipanjatkan, segala cinta dan kasih sayang yang selalu menjaga serta menguatkan, mendukung segala langkahku menuju kesuksesan dan kebahagiaan. Tanpa doa dan pengorbanan mama dan papa, aku mungkin tidak bisa sampai di posisi ini, terima kasih telah mengusahakan yang terbaik untukku.

### **Dan kakak-kakakku serta keponakanku**

Yang selalu senantiasa memberikan doa, dukungan dan serta dorongan untuk penulis agar terus berjuang dan tidak pantang menyerah.

Seluruh keluarga besar dan sahabat-sahabat tercinta

Dosen pembimbing, penguji, serta seluruh dosen yang telah berjasa dalam membimbing, mengarahkan, dan memberikan ilmu sebagai bekal berharga bagi penulis untuk menghadapi masa depan.

Almamater tercinta

**Universitas Lampung**

## SANWACANA

Alhamdulillahirabbil'alamin, Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan karunia dan hidayah-Nya sehingga saat ini penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Literasi Digital, Persepsi Keamanan, Dan Penggunaan Digital *Payment* Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi BRImo Di Bandar Lampung”. Adapun penulisan skripsi ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, karena atas limpahan Rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Bapak Prof. Dr. Noverman Duadji, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Dan Kerjasama Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
4. Bapak Dr. Arif Sugiono, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

5. Bapak Dr. Robi Cahyadi Kurniawan, S.IP., M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
6. Bapak Dr. Ahmad Rifa'I, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
7. Bapak Prasetya Nugeraha, S.A.B., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
8. Bapak Dr. Maulana Agung P, S.Sos., M.AB. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah bersedia memberikan kritik, arahan, motivasi, saran dan masukan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terima kasih banyak pak sudah membuat rasa semangat penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan tepat waktunya. Semoga bapak senantiasa selalu dalam lindungan-Nya, diberikan kemudahan dalam setiap urusan dan diberikan Rahmat-Nya atas kesabaran dan kebaikan dalam membantu penulis. Sehat dan Bahagia selalu ya, pak.
9. Bapak M. Iqbal Harori, S.AB., M.Si., selaku dosen pembimbing kedua yang telah sedari awal selalu mengingatkan di grup untuk pasang target dengan pasti agar mahasiswa tidak berleha-leha dan menghilang dalam pembuatan skripsi. Terima kasih banyak pak atas dorongan dan semangatnya, bersedia meluangkan waktunya, membimbing penulis dengan sabar, menyemangati agar penulis cepat selesaikan, memberikan banyak masukan dan arahan. Semoga Allah SWT selalu melindungi dan memberikan keberkahan atas jasa yang telah bapak berikan selama perkuliahan dan proses bimbingan skripsi. Sehat-sehat dan Bahagia selalu ya, pak.
10. Bapak Deddy Aprilani, S.A.N., M.A., selaku dosen penguji utama yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing penulis, memberikan arahan, dan memberikan masukan yang baik untuk skripsi penulis. Semoga Allah SWT selalu melindungi dan memberikan keberkahan atas jasa yang telah

bapak berikan selama perkuliahan dan proses bimbingan skripsi. Sehat-sehat dan Bahagia selalu ya, pak.

11. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, atas bimbingan, nasehat, dan ilmu yang diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan. Akan selalu terkenang jasa dan kebaikan bapak dan ibu dosen yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Semoga Allah SWT. Membalas kebaikan jasa bapak dan ibu dosen berlipat ganda, Aamiin. Sehat dan Bahagia selalu bapak dan ibu dosen, semoga yang baik selalu didekatkan di kehidupan Bapak dan Ibu.
12. Mas Bambang dan staff jurusan yang selama ini telah memberikan bantuan yang berharga bagi penulis. Semoga hal baik selalu didekatkan di kehidupan kalian. Sehat dan Bahagia selalu ya, Mas & Mba.
13. Teristimewa untuk orangtuaku tercinta. Papaku Amri, S.Pd., cinta pertama dalam hidup penulis dan teruntuk pintu surgaku, bidadari surgaku, Mamaku Khairia. Terima kasih banyak atas tetes keringat dalam setiap Langkah pengorbanan dan kerja keras papa dan mama untuk mengusahakan anak bungsunya. Sangat tidak mudah untuk bisa sampai dititik ini bagi kalian dan penulis, mama dan papa menjadi alasan utama penulis untuk mengusahakan dan membuktikan segalanya. Terima kasih banyak ya mama dan papa atas segala dukungan penuh, motivasi, kepercayaan, kasih sayang yang tulus, dan yang paling utama doa mama dan papa yang selalu membuat penulis yakin dalam segala hal. Terima kasih mama dan papa selalu berada disisi penulis Ketika penulis sedang susah maupun senang. Untuk papaku, penulis sangat bersyukur punya papa dihidup penulis, walaupun papa diluar cuek tapi di dalamnya papa sangat sayang penulis. Papa terima kasih selalu mengingatkan anaknya untuk selalu sholat, pesan papa di grup “Aria Fams” yang setiap subuh selalu menjadi alarm bagi kami anak- anaknya seperti “bangun sayang sholat tahajud subuh” pesan yang sangat penulis bersyukur papa telah hadir dihidup penulis, bukan hanya itu saja papa selalu menelpon penulis untuk memastikan sudah sholat atau belum. Ketika penulis balik ke kampung papa selalu

menunggu di depan rumah untuk memastikan penulis aman sampai ke rumah. Papa terima kasih sudah menjadi papa penulis, penulis sangat sayang kepada papa, penulis selalu berdoa kepada Allah SWT. Untuk Kesehatan dan kebahagiaan papa. Papa terima kasih sudah berjuang melawan diabetes papa dan selalu semangat untuk pantang dalam makanan dan segala hal larangan diabetes itu, hidup lebih lama ya pah!. Untuk mamaku sayang khairia, mama terima kasih banyak sudah menjadi mama penulis di kehidupan ini. Mama terima kasih sudah melahirkan penulis di umur mama yang bukan muda lagi saat itu. Meskipun mama tidak sempat merasakan bangku perkuliahan, namun semangat mama untuk selalu bertekad keras agar anak-anaknya menumpuh Pendidikan yang lebih tinggi dan layak. Mama terima kasih sudah manjadi tempat najwa yang selalu ingin pulang untuk peluk mama, masakan mama, dan kehangatan mama dan papa dirumah. Mama & Papa, hidup lebih lama ya? Sampai najwa bisa buat mama lebih Bahagia dan bisa mengajak mama dan papa kemana yang kalian inginkan ya, ma pa. najwa akan selalu menjadi anak bungsu mama dan papa.

14. Teruntuk kakak pertamaku Aria Desvita dan kakak iparku Haki Nashori. Ayuk, terima kasih sudah menjadi ibu kedua penulis di hidup ini, ayuk sudah mengizinkan penulis menetap dirumah ayuk selama masa perkuliahan, bukan itu saja banyak hal yang ayuk lakukan agar adik bungsunya lebih baik dari diri ayuk sendiri. Terima kasih banyak ayuk sudah memberikan dukungan, motivasi, dorongan, nasehat, dan doa untuk adik bungsunya ini. Semoga Ayuk des dan kak haki hidup lebih lama dan diberikan rezeki yang berlimpah, Aamiin.
15. Teruntuk kakak keduaku Aria Dwi Wahyu Ningsih dan kakak iparku Tomy Argo Bima. Ayuk terima kasih sudah selalu ada untuk penulis selama hidup di dunia, banyak yang ayuk lakukan untuk penulis hingga saat ini. Terima kasih banyak yuk, sudah manjadi tempat penulis cerita Ketika penulis sedang capek-capeknya. Doakan penulis selalu ya yuk, agar penulis bisa membalas jasa yang ayuk lakukan selama hidup penulis. Penulis sangat sayang sama ayuk, hidup

lebih lama ya yuk dan kak, semoga kalian selalu diberikan rezeki yang berlimpah dan Impian yang kalian inginkan tercapai, Aamiin.

16. Teruntuk kakak laki satu-satunya Aria Imam Daputra dan kakak ipar Meri Mega. Aa, terima kasih sudah manjadi garda terdepan adik bungsunya ini ya aa. Aa selalu membuat penulis menangis kalo membicarakan tentang aa, karena penulis sangat sayang sama aa. Dari kecil sampai kuliah pun, aa selalu berusaha ada untuk adik bungsunya ini, walaupun aa galak tapi penulis tetap sayang sama aa mau segalak apapun aa. Karena penulis pun tau kalo aa juga sayang sama adik bungsunya ini, terima kasih aa dan kak meri sudah memberikan najwa dukungan dan masukan dalam segala hidup penulis. Semoga aa dan kak meri selalu diberikan kelancaran dan rezeki yang berlimpah dari Allah SWT. Aamiin.
17. Teruntuk keponakanku Abang kaka, Alea, El, Enca, Rere, dan Barra. Terima kasih sudah menghibur penulis dan mendengarkan keluh kesah penulis. Terima kasih sudah manjadi keponakan yang membuat penulis Bahagia sekali dan terima kasih sudah mendoakan “cicik” untuk supaya cepat menjadi kaya biar bisa beli robux, mainan, eskrim, dan banyak lagi. Semoga penulis menjadi *aunty rich* untuk keponakannya, Aamiin.
18. Teruntuk “Pemasaran Jasa” Riyama, Sandria, Vidya, Fitria, Aca, dan Esa. Terima kasih sudah menjadi teman masa kuliah penulis, tanpa kalian mungkin hidup di perkuliahan penulis tidak ada artinya. Terima kasih sudah mau selalu gas dalam apapun seperti makan seblak, bikin dimsum, makan sc, dan banyak lagi yang kita lakukan selama ini. Mari kita ke tanggamus sesuai omongan kita di sidang seminar hasil Fitria!. Penulis berharap komunikasi dan kekeluargaan kita terus berlangsung ya, semoga kalian hidup lebih lama dan selalu Bahagia dimanapun kalian berada nantinya, Semangat selalu teman-temanku Pemasaran Jasa.
19. Teruntuk pren skripsiku Esa Afrilia Saputri. Terima kasih ya sa, sudah saling menolong dan bersamangat dalam mengejar gelar S.A.B. ini. Sa, aku bangga bisa mengenal, dekat, dan sahabatan sama kamu sa. Kita ternyata keren ya sa

bisa sampai sekarang? Yang awalnya kita takut untuk memulai semuanya tapi liat kita sekarang sa, sudah ada ditahap yang kita ingin-inginkan sa. Selamat ya sa! Atas gelarnya, keren banget anak pertama dan cucu pertama ini sudah mendapatkan gelar S.A.B. sayang esa banyak-banyak dan hidup lebih lama lagi ya sa serta Bahagia dan sehat selalu sa.

20. Teruntuk araaa. Terima kasih raa sudah mau manjadi sahabat penulis dari SMA hingga sekarang, banyak yang araa tau selama hidup penulis dari kisah apapun dan ara selalu mendengarkan keluh kasah itu dengan baik. Mari kita jelajahi lebih jauh lagi dunia ya ra, dan melalukan hal random itu lagi. Terima kasih ra sudah sayang dan peduli terhadap penulis, semoga kita tetap bersahabat sampai menjadi nenek-nenek kece dan kaya raya itu ya ra.
21. Teruntuk adikkuu Sierra Alessandra. Terima kasih sudah manjadi orang terwaras di kehidupan penulis. Banyak hal yang penulis dapatkan dari adik, terima kasih adik sudah membuat penulis lebih percaya diri dan selalu yakin dalam segala hal yang dihadapi penulis di hidup ini. Walaupun kita saling kepala besar, bersahabatan dan perkeluargaan jadi-jadian ini berlangsung lebih lama lagi ya ra! Sampai kita bisa membangun hal yang lebih keren lagi di luar sana, Aamiin.
22. Teruntuk Windarni. Terima kasih sudah manjadi teman seperjuangan penulis di masa SMA hingga sekarang. Semoga pertemanan kita berlangsung ..... lama ya win dan semoga kita tidak mendapatkan laki-laki seperti sebelumnya.
23. Teruntuk teman-teman KKN desa Penengahan 2025, zahra, umi, nova, rini, rafi, dan Naufal. Tidak menyangka kita pernah tinggal Bersama selama 31 hari di desa Penengahan, banyak hal yang kita lalui Bersama-sama dan momen yang berkesan. Semoga Allah menjaga hubungan baik pertemanan kita selamanya.
24. Teruntuk kepala desa, ibu kades, ibu sus, dan banyak lagi warga Desa Penengahan. Terima kasih selalu menjadi tempat yang penulis dan teman-teman KKN rindukan, banyak hal yang membuat penulis selalu ingin terus-menerus balik ke tempat KKN. Dari warganya, keindahan alam, suasananya

dan banyak lagi yang membuat penulis berkesan. Semoga silaturahmi ini tetap terhubung dan terjaga, Aamiin.

25. Teruntuk Teman masa magang di United Tractors seperti Zahra, aca, kak rakken, rio, fajri dan yoga. Adapun kakak atau pegawai seperti mba ayu, kak gege, mba nisa, mas adit, pak putu dan banyak lagi. Terima kasih sudah membuat penulis merasakan dunia kerja selama 3 bulan, banyak yang penulis dapatkan dari magang. Di sisi lain, kekeluargaan yang membuat penulis ingin merasakan kembali. Seperti lelucon kita saat istirahat, makan ubi celembu, membuat makanan viral, makan seblak, dan banyak lagi. Semoga kita bisa bertemu kembali.
26. Teruntuk Busa Pustaka, mang adi dan teman-teman *volunteer*. Terimakasih mang, sudah membuat penulis merasakan kebahagiaan, kehangatan dan kedamaian Ketika melihat mereka tersenyum dengan tulus. *“The real way to gain happiness is to give it to others”*.
27. Teman-teman seperjuangan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2022, terima kasih atas kebersamaan dan perjuangan kita dalam perkuliahan dan perskripsian ini. Jadilah bersinar dimanapun kalian berada. Semoga kita semua menjadi orang-orang yang berhasil dan membanggakan. *See you on top, guys!*
28. *Last but not last*, anak Perempuan terakhir dan harapan terakhir orang tuanya, Aria Najwa Devana. Ya, diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya untuk diri sendiri yang telah berjuang tanpa henti. Sulit bisa bertahan sampai dititik ini, terima kasih untuk tetap hidup dan merayakan diri sendiri, walaupun sering kali putus asa atas apa yang sedang diusahakan. Tetaplah jadi manusia yang mau berusaha dan tidak Lelah untuk mencoba. *Rise every time you fall!*

Bandar Lampung , 2026

Aria Najwa Devana

2216051007

## DAFTAR ISI

Halaman

|                           |            |
|---------------------------|------------|
| <b>DAFTAR ISI.....</b>    | <b>I</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>  | <b>V</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b> | <b>VI</b>  |
| <b>DAFTAR RUMUS .....</b> | <b>VII</b> |

### **I. PENDAHULUAN**

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| 1.1 Latar Belakang.....     | 1  |
| 1.2 Rumusan Masalah.....    | 11 |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....  | 12 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 12 |

### **II. TINJAUAN PUSTAKA**

|   |    |
|---|----|
| 2.1 Perilaku Konsumen.....  | 13 |
| 2.1.1 Definisi Perilaku Konsumen .....                                      | 13 |
| 2.1.2 Model Perilaku Konsumen.....  | 14 |
| 2.2 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) .....                          | 18 |
| 2.3 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> (UTAUT) ..... | 19 |
| 2.4 Literasi Digital .....  | 21 |
| 2.5 Persepsi Keamanan.....  | 23 |

|   |    |
|---|----|
| 2.6 Penggunaan Digital <i>Payment</i> .....   | 24 |
| 2.7 Keputusan Penggunaan Aplikasi BRImo ..... | 26 |
| 2.8 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....        | 28 |
| 2.9 Kerangka Berpikir .....                   | 30 |
| 2.10 Hipotesis .....                          | 32 |

### **III. METODE PENELITIAN**

|   |    |
|---|----|
| 3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian .....           | 33 |
| 3.2 Populasi dan Sampel.....                        | 34 |
| 3.2.1 Populasi .....                                | 34 |
| 3.2.2 Sampel.....                                   | 35 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data .....                   | 36 |
| 3.4 Sumber Data .....                               | 37 |
| 3.4.1 Data Primer .....                             | 37 |
| 3.4.2 Data Sekunder .....                           | 37 |
| 3.5 Skala Pengukuran Variabel.....                  | 38 |
| 3.6 Definisi Konseptual dan Operasional .....       | 39 |
| 3.6.1 Definisi Konseptual.....                      | 39 |
| 3.6.2 Definisi Operasional.....                     | 40 |
| 3.7 Pengujian Instrumen .....                       | 43 |
| 3.7.1 Uji Validitas .....                           | 44 |
| 3.7.2 Uji Reliabilitas.....                         | 45 |
| 3.8 Teknik Analisis Data .....                      | 47 |
| 3.8.1 Analisis Deskriptif.....                      | 47 |
| 3.8.2 Uji Asumsi Klasik .....                       | 49 |
| 3.8.3 Teknik Analisis Regresi Linier Berganda ..... | 52 |

|   |    |
|---|----|
| 3.9 Uji Hipotesis .....                   | 53 |
| 3.9.1 Uji t (Parsial).....                | 53 |
| 3.9.2 Uji F (Simultan) .....              | 54 |
| 3.10 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )..... | 55 |

#### **IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

|   |    |
|---|----|
| 4.1 Gambaran Umum BRImo.....  | 57 |
| 4.1.1 Logo BRImo.....   | 59 |
| 4.1.2 Literasi Digital pada BRImo .....   | 60 |
| 4.1.3 Persepsi Keamanan pada BRImo .....  | 62 |
| 4.1.4 Penggunaan Digital <i>payment</i> pada BRImo .....                            | 63 |
| 4.2 Karakteristik Responden.....  | 65 |
| 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                        | 65 |
| 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                                | 66 |
| 4.2.3 Karakteristik Responden Berdsarkan Pekerjaan .....                            | 69 |
| 4.3 Analisis Jawaban Responden.....   | 70 |
| 4.3.1 Distribusi Frekuensi Variabel Literasi Digital (X1).....                      | 71 |
| 4.3.2 Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Keamanan (X2).....                     | 73 |
| 4.3.3 Distribusi Frekuensi Variabel Penggunaan Digital <i>Payment</i> (X3).....     | 75 |
| 4.3.4 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Penggunaan Aplikasi<br>BRImo (Y)..... | 77 |
| 4.4 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda.....                                    | 79 |
| 4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik .....   | 81 |
| 4.5.1 Hasil Uji Normalitas.....   | 82 |
| 4.5.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....  | 83 |
| 4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....   | 84 |

|   |            |
|---|------------|
| 4.6 Hasil Uji Hipotesis.....  | 84         |
| 4.6.1 Uji Persial (Uji t).....  | 84         |
| 4.6.2 Uji Simultan (Uji f).....   | 86         |
| 4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ ).....   | 87         |
| 4.7 Pembahasan .....  | 88         |
| 4.7.1 Pengaruh Literasi Digital Terhadap Keputusan Penggunaan<br>Aplikasi BRImo.....  | 88         |
| 4.7.2 Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan<br>Aplikasi BRImo.....   | 90         |
| 4.7.3 Pengaruh Penggunaan Digital <i>Payment</i> Terhadap Keputusan<br>Pengunaan Aplikasi BRImo.....  | 92         |
| 4.7.4 Pengaruh Literasi Digital, Persepsi Keamanan, Dan Penggunaan<br>Digital <i>Payment</i> Secara Simultan Terhadap Keputusan<br>Penggunaan Aplikasi BRImo..... | 94         |
| <br>  |            |
| <b>V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>  |            |
| 5.1 Kesimpulan.....   | 96         |
| 5.2 Saran .....   | 97         |
| <br>  |            |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>   | <b>99</b>  |
| <b>LAMPIRAN.....</b>  | <b>105</b> |

## DAFTAR TABEL

|   | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 1.1 Nilai transaksi digital di Indonesia.....                                 | 1       |
| Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian .....   | 28      |
| Tabel 3.1 <i>Skala Likert</i> .....   | 38      |
| Tabel 3.2 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional Variabel .....               | 41      |
| Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....  | 45      |
| Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....   | 46      |
| Tabel 3.5 Uji Koefisien Determinasi .....   | 56      |
| Tabel 4.1 Kategori Mean.....  | 71      |
| Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Variabel Literasi Digital (X1) .....                 | 71      |
| Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Keamanan (X2) .....                | 73      |
| Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Penggunaan Digital <i>Payment</i> (X3)..... | 75      |
| Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Penggunaan BRImo (Y) ....         | 77      |
| Tabel 4.6 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda .....                             | 80      |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas .....   | 82      |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Parsial .....   | 85      |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Simultan.....   | 86      |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....                                    | 87      |

## DAFTAR GAMBAR

halaman

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1.1 <i>Mobile Banking</i> Terpopuler Di Indonesia Tahun 2024.....                             | 4  |
| Gambar 1.2 Data Jumlah Rekening Tabungan Dan <i>User</i> Brimo Kantor<br>Cabang Tanjung Karang ..... | 6  |
| Gambar 1.3 Data Jumlah Rekening Tabungan Dan <i>User</i> Brimo Kantor<br>Cabang Teluk Betung.....    | 7  |
| Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....  | 14 |
| Gambar 2.2 <i>Model Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....                                      | 19 |
| Gambar 2.3 <i>Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT)</i> ...                     | 21 |
| Gambar 2.4 Kerangka Berpikir.....  | 31 |
| Gambar 4.1 Logo BRImo.....   | 59 |
| Gambar 4.2 Contoh Literasi Digital Pada BRImo .....  | 62 |
| Gambar 4.3 Contoh Persepsi Keamanan Pada BRImo .....   | 63 |
| Gambar 4.4 Contoh Penggunaan Digital <i>Payment</i> .....  | 65 |
| Gambar 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                                       | 65 |
| Gambar 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....  | 66 |
| Gambar 4.7 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....   | 69 |
| Gambar 4.8 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Uji <i>Normality</i><br><i>Probability Plott</i> .....   | 82 |
| Gambar 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan <i>Scatterplott</i> .....                       | 83 |

## DAFTAR RUMUS

|  | Halaman |
|--|---------|
| Rumus 3.1 Slovin.....                        | 35      |
| Rumus 3.2 <i>Karl Pearson</i> .....          | 44      |
| Rumus 3.3 <i>Cronbach's Alpha</i> .....      | 46      |
| Rumus 3.4 Mean .....                         | 48      |
| Rumus 3.5 Median .....                       | 48      |
| Rumus 3.6 Standar Deviasi.....               | 49      |
| Rumus 3.7 Model Regresi Linier Berganda..... | 53      |

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi digital saat ini telah sangat memengaruhi hampir setiap aspek kehidupan manusia, tidak terkecuali dalam industri perbankan. Pengembangan teknologi yang semakin cepat telah mengubah cara orang berinteraksi satu sama lain, seperti berbicara, bekerja, berbelanja, dan mengelola keuangan. Pada awalnya, digitalisasi hanya dianggap sebagai *trend* yang mengikuti globalisasi, tetapi sekarang menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat modern. Masyarakat beralih dari pola transaksi tradisional ke layanan digital karena tuntutan akan layanan yang serba cepat, praktis, dan aman. Transformasi digital perbankan sedang berlangsung di seluruh dunia, dan tidak hanya terjadi di negara-negara maju, tetapi juga mulai masuk ke negara-negara berkembang, termasuk Indonesia. Bank harus melakukan inovasi untuk tetap relevan di era persaingan ketat karena perubahan perilaku pelanggan yang semakin akrab dengan teknologi.

**Tabel 1.1 Nilai Transaksi Digital di Indonesia**

| <b>Kategori</b>                           | <b>Nilai Transaksi<br/>(Triliun Rp)</b> | <b>Pertumbuhan YoY</b> |
|---|---|------------------------|
| Digital <i>Banking</i> ( Januari 2024)    | 5.335,33                                | +17,19%                |
| Uang Elektronik                           | 83,37                                   | +39,28%                |
| QRIS                                      | 31,65                                   | -                      |
| Proyeksi Digital <i>Banking</i><br>(2024) | 71.584                                  | +23,20%                |

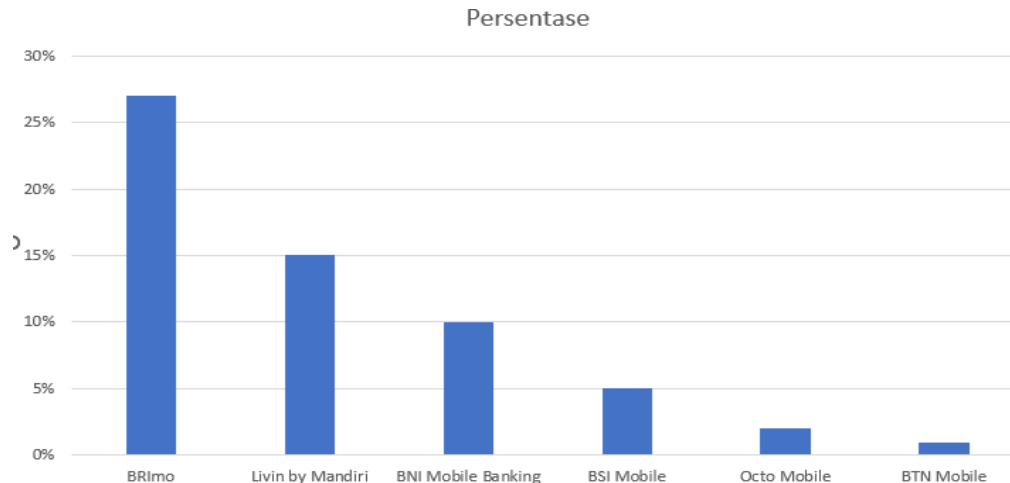
*Sumber: Bank Indonesia (2024)*

Menurut Bank Indonesia, transaksi perbankan digital mencapai 5.335,33 triliun pada Januari 2024, meningkat sebesar 17,19 persen per tahun. Transaksi uang elektronik juga meningkat sebesar 39,28 persen menjadi 83,37 triliun, sementara transaksi QRIS mencapai 31,65 triliun dengan pengguna 46,37 juta dan penjual 30,88 juta. Menurut proyeksi BI untuk akhir tahun 2024, nilai transaksi bank digital akan mencapai Rp 71.584 triliun, naik sekitar 23,2% setiap tahunnya. Ini menunjukkan bahwa penggunaan layanan keuangan digital di Indonesia telah mengalami kemajuan yang signifikan, dan bahwa masyarakat semakin beralih dari cara konvensional ke transaksi digital. Dalam beberapa tahun terakhir, transaksi perbankan digital di Indonesia telah berkembang dengan sangat cepat. Generasi Z dan milenial, yang paling akrab dengan teknologi digital, adalah mayoritas pengguna layanan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku masyarakat telah berubah secara signifikan, beralih dari bergantung pada transaksi konvensional ke layanan digital yang lebih efisien, cepat, dan dapat diakses kapan saja. Ini menunjukkan bahwa digitalisasi telah menjadi keharusan strategis bagi perbankan untuk tetap kompetitif, bukan lagi sekadar opsi tambahan. Bank berisiko kehilangan pelanggannya kepada pesaing yang lebih inovatif seperti *fintech* dan penyedia layanan keuangan digital non-bank jika mereka tidak dapat mengikuti perkembangan teknologi. Oleh karena itu, inovasi berbasis digital menjadi sangat penting bagi bank untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan memperluas jangkauan layanan, khususnya untuk generasi muda yang semakin terbiasa dengan dunia digital. Selain itu, transformasi digital merupakan bagian integral dari rencana pemerintah untuk meningkatkan inklusi keuangan nasional. Ini karena digitalisasi telah terbukti dapat meningkatkan kecepatan transaksi sekaligus memberi orang lebih banyak kesempatan untuk terlibat dalam sistem keuangan formal.

Penyebaran layanan perbankan *mobile* di kalangan masyarakat Indonesia merupakan salah satu bukti nyata transformasi digital yang sedang berlangsung di negara tersebut. Digitalisasi industri perbankan bukan lagi sekadar inovasi baru; sekarang menjadi bagian penting dari strategi bank untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin kompleks dan dinamis. Salah satu contoh nyata dari fenomena ini adalah aplikasi

BRImo yang diluncurkan oleh Bank Rakyat Indonesia (BRI), salah satu bank terbesar dan tertua di Indonesia. Dengan meluncurkan BRImo, BRI berkomitmen untuk menyediakan layanan keuangan yang inklusif dan mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat, mulai dari perkotaan hingga pedesaan. Selain itu, tujuan dari peluncuran BRImo adalah untuk menyediakan sarana transaksi yang lebih cepat, mudah, dan aman. Banyak fitur yang terintegrasi dalam satu *platform* digital yang ditawarkan oleh aplikasi BRImo termasuk cek saldo rekening, transfer antar bank dan antara bank lain, pembayaran tagihan listrik, air, cicilan, pulsa, *top-up e-wallet*, dan transaksi berbasis QRIS yang saat ini semakin populer. Fitur-fitur ini tidak hanya membantu pengguna mengelola keuangan mereka lebih mudah, tetapi juga menunjukkan upaya BRI untuk mengikuti tren gaya hidup modern yang semakin bergantung pada teknologi digital. Fenomena ini adalah aplikasi BRImo yang diluncurkan oleh Bank Rakyat Indonesia (BRI), salah satu bank terbesar dan tertua di Indonesia. Dengan meluncurkan BRImo, BRI berkomitmen untuk menyediakan layanan keuangan yang inklusif dan mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat, mulai dari perkotaan hingga pedesaan. Selain itu, tujuan dari peluncuran BRImo adalah untuk menyediakan sarana transaksi yang lebih cepat, mudah, dan aman. Banyak fitur yang terintegrasi dalam satu *platform* digital yang ditawarkan oleh aplikasi BRImo termasuk cek saldo rekening, transfer antar bank dan antara bank lain, pembayaran tagihan listrik, air, cicilan, pulsa, *top-up e-wallet*, dan transaksi berbasis QRIS yang saat ini semakin populer. Fitur-fitur ini tidak hanya membantu pengguna mengelola keuangan mereka lebih mudah, tetapi juga menunjukkan upaya BRI untuk mengikuti tren gaya hidup modern yang semakin bergantung pada teknologi digital. Hingga akhir tahun 2023, jumlah pengguna BRImo telah melampaui 31,6 juta orang dan volume transaksi mencapai Rp4.158 triliun, menurut data resmi BRI (BRI, 2023). Angka-angka ini menunjukkan bahwa BRImo sangat populer di kalangan masyarakat. Mereka juga menunjukkan seberapa besar aplikasi ini membantu memperkuat ekosistem perbankan digital di Indonesia.

Peningkatan pesat ini menunjukkan bahwa BRImo berhasil memenuhi kebutuhan masyarakat akan layanan keuangan yang lebih efektif, transparan, dan dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Selain itu, kesuksesan BRImo menunjukkan bagaimana transformasi digital dapat mengubah cara orang menggunakan layanan perbankan. Sekarang, sebagian besar kebutuhan transaksi dapat dilakukan melalui *smartphone*. Sebelumnya, pelanggan harus datang langsung ke ATM atau kantor cabang untuk melakukan transaksi. Pergeseran perilaku ini menunjukkan bahwa digital *banking*, seperti BRImo, telah menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat modern untuk mendukung aktivitas ekonomi sehari-hari.



**Gambar 1.1 Mobile Banking Terpopuler di Indonesia Tahun 2024**

*Sumber : Populix (2024)*

Pemilihan BRImo sebagai objek penelitian didasarkan pada sejumlah pertimbangan empiris dan logis yang menunjukkan bahwa aplikasi ini memiliki posisi strategis dalam perkembangan layanan keuangan digital di Indonesia. Menurut Gambar 1.1, BRImo adalah aplikasi perbankan *mobile* yang paling banyak digunakan. Itu mencapai sekitar 27% dari penggunaan, jauh melampaui aplikasi seperti Livin oleh Mandiri, BNI *Mobile Banking*, BSI *Mobile*, dan BTN *Mobile*. Persentase yang menonjol ini menunjukkan bahwa BRImo sangat populer di masyarakat, yang menjadikannya representasi yang tepat dari perilaku transaksi digital di Indonesia saat ini. Penelitian yang diarahkan pada subjek dengan cakupan penggunaan luas memungkinkan hasil yang lebih kuat,

kontekstual, dan signifikan karena menggambarkan fenomena masyarakat yang nyata. Selain tingkat penggunaan yang tinggi, fitur pengguna BRImo merupakan alasan penting mengapa aplikasi ini layak menjadi subjek penelitian. BRImo juga menarik karena posisinya yang kuat secara numerik dan terkait dengan inklusi keuangan nasional. BRImo mendorong perubahan perilaku finansial pada kelompok yang sebelumnya tidak memiliki akses terbatas ke layanan perbankan formal. Ini menjadi wadah ideal untuk penelitian tentang bagaimana teknologi dapat menembus lapisan masyarakat yang lebih luas dan tidak terbatas pada pengguna perbankan kelas menengah ke atas seperti yang ditemukan dalam aplikasi *m banking*. Selain itu, BRImo sedang dalam tahap pengembangan yang sangat dinamis. Meskipun aplikasi ini paling banyak digunakan, data internal dan penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna masih menggunakan fitur dasar seperti pembayaran rutin dan transfer antarbank. Sementara itu, fitur canggih seperti manajemen keuangan, QRIS, dan integrasi *top-up e-wallet* belum digunakan dengan baik. Kondisi ini menunjukkan bahwa perubahan dalam perilaku pengguna belum sepenuhnya dipahami, jadi penelitian diperlukan untuk mengetahui komponen yang memengaruhi keputusan penggunaan. Dibandingkan dengan aplikasi dengan tingkat penggunaannya yang lebih rendah, BRImo menawarkan lingkungan penelitian yang lebih stabil dan kaya data.

Aplikasi dengan pangsa pasar kecil cenderung tidak menawarkan variasi perilaku pengguna yang cukup untuk analisis mendalam. Selain itu, memilih aplikasi dengan adopsi yang rendah berpotensi menghasilkan hasil penelitian yang tidak relevan secara praktis karena tidak mencerminkan kondisi pasar digital *banking* yang dominan di Indonesia. Sebaliknya, penelitian yang dilakukan tentang BRImo memberikan kesempatan yang lebih besar untuk membuat rekomendasi yang lebih mendalam tentang cara membuat rencana layanan keuangan digital yang efektif di Indonesia. BRImo adalah aplikasi yang paling banyak digunakan. Ini memungkinkan penelitian untuk mempelajari lebih banyak tentang perilaku pengguna layanan perbankan digital. BRImo tidak hanya menjadi aplikasi yang paling populer, tetapi juga menunjukkan bagaimana orang modern membuat kebiasaan baru dalam mengatur keuangan,

bertransaksi, dan memanfaatkan layanan perbankan melalui perangkat digital. BRImo telah menjadi bagian dari aktivitas finansial harian berbagai kelompok masyarakat, mulai dari pelajar, pekerja, hingga pemilik usaha kecil dan menengah (UMKM). Selain itu, hasil penelitian ini dapat membantu mengembangkan layanan perbankan digital dan meningkatkan pemahaman kita tentang bagaimana orang menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Aplikasi ini dianggap mudah digunakan, nyaman, dan memiliki tingkat keamanan yang tinggi, seperti yang ditunjukkan oleh dominasi BRImo. BRImo adalah subjek yang tepat untuk penelitian ini karena faktor psikologis dan perilaku yang berkaitan dengan penggunaan *mobile banking*. Dengan BRImo, dapat mengetahui apakah pengetahuan digital memengaruhi kemampuan untuk menggunakan fitur aplikasi, apakah persepsi keamanan mendorong seseorang untuk menggunakannya, dan bagaimana penggunaan digital *Payment* memengaruhi keputusan untuk menggunakan aplikasi. Dengan kata lain, BRImo dipilih bukan hanya karena populer, tetapi karena aplikasi tersebut menunjukkan praktik *real-time mobile banking*, yang sesuai dengan tujuan dan ruang lingkup penelitian.

| Nama Karwil           | Kanca             | Uker                      | Jumlah User Brimo Per CIF |          |        |       |      |
|-----------------------|-------------------|---------------------------|---------------------------|----------|--------|-------|------|
|                       |                   |                           | Britama                   | Simpedes | Giro   | Other | Bank |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Tanjung Karang | KC Tanjung Karang         | 29,220                    | 7,286    | 183    | 1,110 | 0    |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Tanjung Karang | KCP PASAR NATAR TJ KARANG | 4,453                     | 3,118    | 39     | 195   | 0    |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Tanjung Karang | KCP JENDRAL SUDIRMAN      | 3,347                     | 1,732    | 32     | 319   | 0    |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Tanjung Karang | KK DARMAJAYA              | 1,364                     | 1,089    | 0      | 67    | 0    |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Tanjung Karang | KK RSU TENTARA LAMPUNG    | 1,070                     | 668      | 0      | 86    | 0    |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Tanjung Karang | KK URIP SUMOHARJO         | 1,402                     | 1,110    | 1      | 103   | 0    |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Tanjung Karang | KK RS IMMANUEL LAMPUNG    | 600                       | 508      | 0      | 45    | 0    |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Tanjung Karang | KK Bandara Radin Inten II | 1,229                     | 357      | 0      | 20    | 0    |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Tanjung Karang | KK IAIN RADEN INTAN       | 1,814                     | 1,485    | 0      | 169   | 0    |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Tanjung Karang | KK UNILA                  | 3,066                     | 1,402    | 0      | 55    | 0    |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Tanjung Karang | KK MALL BUMI KEDATON      | 804                       | 618      | 0      | 29    | 0    |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Tanjung Karang | KCP KEMILING LAMPUNG      | 4,530                     | 3,020    | 17     | 232   | 0    |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Tanjung Karang | KCP TANJUNG AGUNG         | 3,288                     | 1,723    | 32     | 236   | 0    |
|                       |                   | TOTAL                     | 56,187                    | 24,116   | 304    | 2,666 | 0    |
|                       |                   | TOTAL KESELURUHAN         |                           |          | 83,273 |       |      |

**Gambar 1.2 Data Jumlah Rekening Tabungan dan User BRImo Kantor Cabang Tanjung Karang**

*Sumber : BRISIM (BRI System Information Management)(2025)*

Gambar 1.2 terlihat kondisi jumlah pengguna BRImo di *Regional Office* BRI Bandar Lampung, khususnya di wilayah Kantor Cabang Tanjung Karang. Data menunjukkan bahwa jumlah pengguna BRImo di cabang ini mencapai 83.273 *user*, dengan distribusi

terbesar berasal dari rekening Britama sebanyak 56.187 *user*, diikuti oleh Simpedes sebanyak 24.116 *user*, Giro sebanyak 304 *user*, *Other* sebanyak 2.666 *user*, serta Tbank yang tercatat tidak memiliki pengguna (0 *user*).

| Nama Kawil            | Kanca           | Uker                            | Jumlah User BRImo Per CIF |                |            |              |          |
|-----------------------|-----------------|---------------------------------|---------------------------|----------------|------------|--------------|----------|
|                       |                 |                                 | Britama                   | Simpedes       | Giro       | Other        | Tbank    |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Teluk Betung | KC Teluk Betung                 | 20,400                    | 7,595          | 182        | 653          | 0        |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Teluk Betung | KK POLTABES BANDAR LAMPUNG      | 842                       | 317            | 0          | 41           | 0        |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Teluk Betung | UNIT ANTASARI LAMPUNG           | 2,084                     | 6,231          | 0          | 239          | 0        |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Teluk Betung | UNIT BAMBU KUNING               | 516                       | 3,241          | 0          | 178          | 0        |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Teluk Betung | UNIT PANJANG TELUK BETUNG       | 1,333                     | 6,907          | 0          | 472          | 0        |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Teluk Betung | UNIT BANDAR LAMPUNG             | 1,376                     | 7,897          | 0          | 114          | 0        |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Teluk Betung | UNIT KEDATON                    | 1,256                     | 5,697          | 0          | 194          | 0        |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Teluk Betung | UNIT KEMILING                   | 2,070                     | 7,360          | 0          | 313          | 0        |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Teluk Betung | UNIT MANDAH                     | 886                       | 4,223          | 0          | 94           | 0        |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Teluk Betung | UNIT NATAR                      | 1,320                     | 7,889          | 0          | 450          | 0        |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Teluk Betung | UNIT PASAR TUGU                 | 637                       | 4,771          | 0          | 76           | 0        |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Teluk Betung | UNIT WAY HALIM                  | 2,076                     | 7,394          | 0          | 259          | 0        |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Teluk Betung | UNIT BUMI WARAS TELUK BETUNG    | 497                       | 3,690          | 0          | 149          | 0        |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Teluk Betung | UNIT JATIBARU TELUK BETUNG      | 2,098                     | 10,685         | 0          | 371          | 0        |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Teluk Betung | UNIT JATIMULYO TELUK BETUNG     | 1,551                     | 7,931          | 0          | 126          | 0        |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Teluk Betung | UNIT PADANG CERMIN TELUK BETUNG | 507                       | 3,942          | 0          | 41           | 0        |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Teluk Betung | UNIT PASAR INDUK TELUK BETUNG   | 624                       | 3,938          | 0          | 130          | 0        |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Teluk Betung | UNIT SUMUR BATU TELUK BETUNG    | 677                       | 6,428          | 0          | 266          | 0        |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Teluk Betung | UNIT UNTUNG SUROPATI TELUK BET  | 791                       | 5,818          | 0          | 148          | 0        |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Teluk Betung | UNIT KARANG PUCUNG TELUK BETUNG | 751                       | 5,353          | 0          | 127          | 0        |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Teluk Betung | UNIT TRI MULYO                  | 371                       | 2,115          | 0          | 37           | 0        |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Teluk Betung | UNIT SUKARAME                   | 3,065                     | 8,661          | 0          | 168          | 0        |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Teluk Betung | UNIT WATES WAY RATAITL BETUNG   | 1,189                     | 5,369          | 0          | 20           | 0        |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Teluk Betung | UNIT KARANG ANYAR TELUK BETUNG  | 1,251                     | 5,081          | 0          | 115          | 0        |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Teluk Betung | UNIT KOTA KARANG TELUK BETUNG   | 601                       | 3,772          | 0          | 178          | 0        |
| KANWIL BANDAR LAMPUNG | KC Teluk Betung | UNIT RAJABASA                   | 1,410                     | 4,128          | 0          | 143          | 0        |
|                       |                 | <b>TOTAL</b>                    | <b>50,839</b>             | <b>146,433</b> | <b>182</b> | <b>5,162</b> | <b>0</b> |
|                       |                 | <b>TOTAL KESELURUHAN</b>        |                           | <b>202,616</b> |            |              |          |

**Gambar 1.3 Data Jumlah Rekening Tabungan dan User BRImo Kantor Cabang Teluk Betung**

*Sumber: BRISIM (BRI System Information Management)(2025)*

Gambar 1.3 yaitu Kantor cabang Teluk Betung, jumlah pengguna BRImo justru lebih tinggi, yaitu mencapai 202.616 *user*. Dari jumlah tersebut, distribusi terbesar berasal dari rekening Simpedes sebanyak 146.433 *user*, disusul oleh Britama 50.833 *user*, *Other* 5.162 *user*, dan Giro 182 *user*. Jika Digabungkan, 285.889 pengguna BRImo dari kedua kantor cabang besar ini menunjukkan adopsi BRImo di Bandar Lampung yang cukup masif. Namun, jumlah rekening tabungan total jauh lebih tinggi daripada jumlah pengguna BRImo. Ada perbedaan besar antara jumlah nasabah yang sudah terhubung dengan BRImo dan jumlah rekening yang ada. Ini menunjukkan bahwa

BRImo masih memiliki potensi besar yang belum dimanfaatkan meskipun popularitasnya meningkat. Penghambat utama yang perlu diperhatikan termasuk keterbatasan literasi digital, kekhawatiran tentang keamanan transaksi, dan kebiasaan masyarakat menggunakan metode pembayaran lainnya. Oleh karena itu, untuk mendorong lebih banyak pelanggan untuk beralih ke layanan perbankan digital secara penuh, sangat penting untuk meningkatkan pengetahuan digital, memberikan instruksi tentang keamanan, dan mempromosikan fitur unggulan BRImo.

*World Bank* (2022) menyatakan bahwa pemahaman yang baik tentang teknologi dapat mendorong orang untuk lebih percaya diri dalam menggunakan layanan keuangan formal, seperti perbankan *mobile*. Sebaliknya, kurangnya pengetahuan tentang teknologi dapat menyebabkan kesenjangan digital, di mana kelompok masyarakat yang kurang melek teknologi tertinggal dalam memanfaatkan layanan keuangan digital. Kondisi ini jelas bertentangan dengan tujuan BRI melalui BRImo, yang bertujuan untuk meningkatkan inklusi keuangan di seluruh negeri. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital masyarakat lebih penting daripada pengembangan atribut teknologi itu sendiri. BRImo tidak hanya menjadi simbol transformasi BRI digital, tetapi juga dapat memberikan manfaat terbaik bagi penggunanya. Oleh karena itu, perlu ada upaya yang dilakukan, seperti mendidik pengguna tentang penggunaan aplikasi, mempromosikan keamanan transaksi digital, dan menawarkan pendampingan bagi pengguna baru. Selain itu, kekhawatiran tentang keamanan mungkin menjadi penghalang utama untuk menggunakan aplikasi perbankan *mobile*. Banyak masyarakat terus khawatir tentang potensi kebocoran data pribadi, akses ilegal ke rekening, dan kemungkinan penipuan digital yang meningkat. Rasa takut ini seringkali membuat calon pengguna ragu untuk menggunakan semua fitur yang ditawarkan oleh aplikasi *obile banking*, termasuk BRImo. Banyak pengguna akhirnya hanya menggunakan fitur dasar seperti transfer dan cek saldo karena mereka merasa lebih aman daripada mencoba fitur baru yang dianggap berisiko.

Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat & Prabowo (2022) menemukan bahwa persepsi keamanan memiliki hubungan langsung dengan tingkat penggunaan layanan keuangan

*mobile*. Semakin tinggi rasa aman yang dirasakan pengguna saat bertransaksi, semakin besar kemungkinan mereka akan menggunakan aplikasi digital tersebut lebih sering. Sebaliknya, jika rasa aman yang dirasakan pengguna lebih rendah, kemungkinan mereka akan menggunakan aplikasi tersebut lebih jarang. Hasil ini menunjukkan betapa pentingnya bagi penyedia layanan seperti BRImo untuk tidak hanya menyediakan fitur canggih, tetapi juga membangun kepercayaan pengguna melalui sistem keamanan yang kuat dan komunikasi yang jelas tentang perlindungan data pelanggan. Pengalaman pengguna sebelumnya sangat memengaruhi persepsi keamanan seseorang. Penipuan *online* atau kebocoran data di media sosial dapat memperburuk reputasi keamanan aplikasi *mobile banking*, bahkan jika kasus tersebut tidak terkait langsung dengan BRImo.

Menurut penelitian Gupta & Hakhu (2022), kepercayaan dan keamanan yang dilihat adalah dua hambatan terbesar bagi orang India untuk menggunakan layanan digital *payment*. Penemuan ini berlaku juga untuk Indonesia. Ini menunjukkan bahwa persepsi keamanan seseorang tidak hanya didasarkan pada teknologi, tetapi juga pada pengetahuan masyarakat dan pengalaman pribadi. Sebaliknya, kebiasaan memengaruhi keputusan masyarakat untuk menggunakan aplikasi *mobile banking*. Banyak orang telah terbiasa melakukan transaksi dengan *e-wallet* atau aplikasi digital *payment* lain seperti OVO, DANA, ShopeePay, atau GoPay. Aplikasi ini lebih mudah digunakan, praktis, dan seringkali terhubung dengan layanan sehari-hari seperti belanja online atau transportasi digital, sehingga kebiasaan menggunakan *e-wallet* mereka dapat menghalangi mereka untuk menggunakan sepenuhnya aplikasi *mobile banking*.

Kebiasaan pengguna dengan aplikasi digital *payment* tertentu sangat memengaruhi preferensi mereka untuk menggunakan aplikasi pembayaran *mobile*. Jika seseorang sudah terbiasa dengan metode pembayaran tertentu, mereka cenderung sangat setia pada aplikasi tersebut. Namun, jika ada alasan yang kuat, seperti promosi yang menarik, inovasi fitur yang relevan, atau jaminan keamanan yang lebih meyakinkan, maka loyalitas akan meningkat. Ini menunjukkan bahwa BRImo harus terus berinovasi dan memberi tahu pelanggannya tentang keuntungan dan keunggulannya yang

membedakannya dari layanan *e-wallet* untuk menciptakan nilai tambah yang lebih jelas. Dengan demikian, jelas bahwa literasi digital, persepsi keamanan, dan kebiasaan bertransaksi digital memengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan BRImo secara bersamaan dan erat. Literasi digital yang baik akan meningkatkan penggunaan fitur aplikasi, sementara persepsi keamanan yang positif akan meningkatkan kepercayaan pengguna. Secara keseluruhan, BRImo menyediakan berbagai kemudahan yang dapat membantu orang-orang mengelola keuangan mereka dengan cara yang lebih mudah dan efektif. Namun, ada perbedaan yang signifikan antara apa yang diharapkan dari aplikasi ini dan apa yang sebenarnya terjadi di lapangan, terutama terkait tingkat adopsinya. Meskipun fitur BRImo cukup lengkap, beberapa masyarakat tidak memanfaatkannya sepenuhnya. Untuk memahami fenomena ini, kita harus mempelajari lebih lanjut tentang komponen yang memengaruhi keputusan masyarakat untuk menggunakan BRImo.

Beberapa komponen penting termasuk literasi digital, yang berarti pengguna memahami dan mampu menggunakan aplikasi perbankan digital seperti persepsi keamanan, yang berarti pengguna merasa aman saat menyimpan dan melakukan transaksi pribadi; dan penggunaan digital *payment*, yang berarti bagaimana orang sering menggunakan layanan keuangan berbasis digital untuk melakukan transaksi. Kajian ini akan memberikan gambaran yang lebih jelas tentang alasan beberapa orang belum mengoptimalkan BRImo. Hasilnya nantinya dapat menjadi dasar untuk memberikan rekomendasi bagi bank dan pengguna untuk menggunakan layanan *mobile banking* dengan lebih baik dan sesuai dengan tujuan pengembangan teknologi finansial. Literasi digital memainkan peran yang sangat penting dalam hal ini. Orang-orang yang akrab dengan teknologi akan lebih mudah menyesuaikan diri dengan aplikasi *mobile banking* dan lebih percaya diri dalam memanfaatkan fitur canggih yang ada. Persepsi keamanan sangat penting saat menggunakan teknologi keuangan digital. Aplikasi akan lebih cenderung digunakan secara penuh oleh masyarakat yang merasa aman saat digunakan. Untuk memastikan bahwa masyarakat dapat menggunakan teknologi dengan bijak dan aman, lembaga keuangan dan pemerintah daerah harus

merencanakan program untuk meningkatkan literasi digital mereka seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengisi celah yang ada dengan mempelajari bagaimana literasi digital, persepsi keamanan, dan penggunaan digital *payment* memengaruhi keputusan masyarakat tentang menggunakan aplikasi BRImo. Dengan menganalisis hubungan antara variabel variabel ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi adopsi aplikasi BRImo di kalangan masyarakat di suatu kota tertentu, dan bagaimana mereka menggunakan BRImo. Penelitian ini diharapkan menemukan cara untuk mengatasi tantangan masyarakat dalam adopsi teknologi dan memberikan kontribusi lokal untuk pengembangan literasi digital. Diharapkan bahwa karena masyarakat lebih mengenal teknologi, aplikasi BRImo akan lebih banyak digunakan. Ini akan menjadi pilihan utama untuk memenuhi kebutuhan transaksi perbankan masyarakat di era internet.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diambil rumusan masalah yaitu :

1. Apakah literasi digital berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat Bandar Lampung dalam menggunakan aplikasi BRImo?
2. Apakah persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat Bandar Lampung dalam menggunakan aplikasi BRImo?
3. Apakah penggunaan digital *payment* berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat Bandar Lampung dalam menggunakan aplikasi BRImo?
4. Apakah literasi digital, persepsi keamanan, dan penggunaan digital *payment* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat Bandar Lampung dalam menggunakan aplikasi BRImo?

### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui sejauh mana literasi digital Masyarakat Bandar Lampung memengaruhi Keputusan mereka dalam menggunakan aplikasi BRImo.
2. Untuk mengetahui bagaimana persepsi Masyarakat Bandar Lampung terhadap keamanan memengaruhi Keputusan mereka dalam menggunakan aplikasi BRImo.
3. Untuk memahami apakah kebiasaan Masyarakat dalam menggunakan aplikasi BRImo.
4. Untuk menganalisis apakah literasi digital, persepsi keamanan, dan penggunaan digital *payment* secara Bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Masyarakat Bandar Lampung dalam menggunakan aplikasi BRImo.

### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam manajemen perilaku konsumen dan manajemen pemasaran jasa keuangan digital. Dengan melihat variabel literasi digital, persepsi keamanan, dan penggunaan digital *payment*, penelitian ini dapat memperluas pemahaman kita tentang model adopsi teknologi seperti *Technology Acceptance Model* (TAM) dan UTAUT.

2. Secara Praktis

Penelitian ini bermanfaat bagi BRI untuk meningkatkan strategi adopsi BRImo, bagi pengguna untuk menambah pemahaman tentang literasi digital dan keamanan, bagi regulator seperti BI dan OJK sebagai masukan kebijakan inklusi keuangan digital, serta bagi akademisi sebagai referensi penelitian lanjutan.

## **II. DAFTAR PUSTAKA**

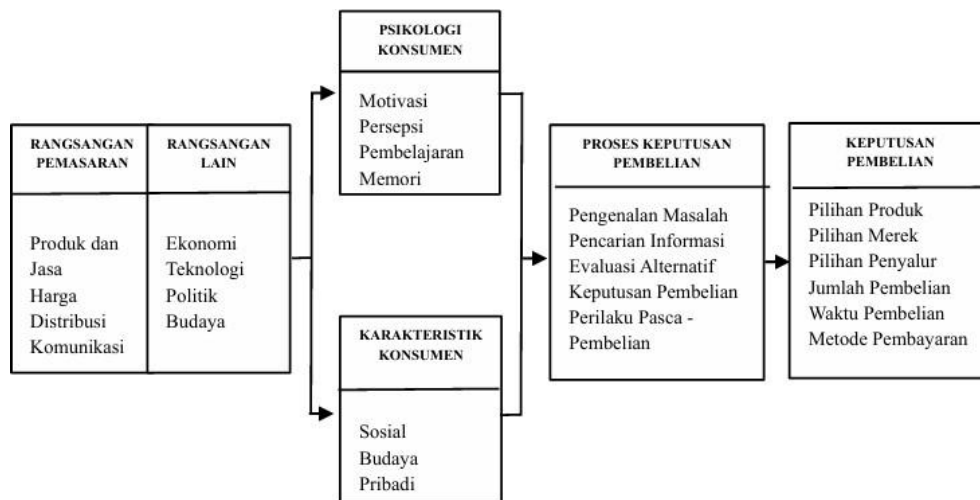
### **2.1 Perilaku Konsumen**

#### **2.1.1 Definisi Perilaku Konsumen**

Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai proses pengambilan keputusan yang dipengaruhi oleh elemen budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Menurut penjelasan ini, konsumen tidak hanya memperhatikan fungsi produk; mereka juga memperhatikan nilai simbolik, kenyamanan, risiko, dan persepsi manfaat. Faktor-faktor tersebut berfungsi bersama, sehingga keputusan tentang konsumsi dihasilkan dari keseimbangan antara pertimbangan rasional dan emosional. Menurut Hanum dan Hidayat (2017), perilaku konsumen mencakup semua kegiatan dan psikologi yang mempengaruhi bagaimana seseorang bertindak sebelum membeli, saat membeli, menggunakan, dan menghabiskan barang dan jasa, serta bagaimana mereka mengevaluasi barang dan jasa tersebut. Perilaku konsumen mencakup berbagai tahap, mulai dari timbulnya kebutuhan hingga tindakan pasca-pembelian, bukan hanya tindakan pembelian. Proses sebelum, saat, dan setelah pembelian Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, tindakannya terdiri dari serangkaian proses individu dalam membuat keputusan tentang cara mengalokasikan sumber daya, termasuk uang dan waktu. Faktor-faktor seperti budaya, sosial, pribadi, dan psikologis memengaruhi keputusan konsumen sebelum membeli sesuatu (Kotler & Keller, 2016). Berdasarkan berbagai penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen bukan sekadar aktivitas membeli; itu adalah kumpulan keputusan yang dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal. Kajian perilaku konsumen memerlukan intraksi antara kebutuhan individu dengan pengaruh sosial dan lingkungan yang membantu.

### 2.1.2 Model Perilaku Konsumen

Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa model perilaku konsumen bertujuan untuk menjelaskan proses individu dalam membuat keputusan pembelian serta faktor yang memengaruhinya. Tujuan model perilaku konsumen adalah untuk menjelaskan proses pengambilan keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal. Model perilaku konsumen berfungsi sebagai kerangka konseptual yang menggambarkan alur pengambilan keputusan pembelian, faktor-faktor yang memengaruhinya, faktor-faktor yang memengaruhinya, dan faktor-faktor lain yang memengaruhinya. Model ini sangat penting karena memberikan pemahaman yang lebih sistematis dan terstruktur tentang kompleksitas perilaku konsumen. Oleh karena itu, sangat penting bagi pemasar untuk menggunakannya sebagai landasan teoritis dan referensi praktis saat mereka membuat strategi pemasaran yang efektif. Gambar berikut menunjukkan model perilaku konsumen:



**Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen**

*Sumber : Kotler & Keller (2016)*

Menurut gambar 2.1 model perilaku konsumen, ada sejumlah variabel yang dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Stimulus eksternal seperti stimulus pemasaran dan stimulus lingkungan kemudian masuk ke dalam karakteristik konsumen, menyebabkan respons pembelian :

a. Rangsangan Pemasaran

Rangsangan pemasaran adalah komponen dari bauran pemasaran, atau marketing mix, yang dibuat oleh perusahaan untuk mempengaruhi pilihan konsumen sebagai berikut:

1. Produk, adalah bentuk fisik dari rangsangan nyata yang diterima pelanggan. Produk terdiri dari tiga tingkat nilai bagi pelanggan, yaitu manfaat utama berupa manfaat inti; produk sebenarnya terdiri dari fitur, kualitas, nama merek, desain, paket, dan produk yang diperluas dalam bentuk layanan tambahan, garansi, dan after-sales. Fitur teknis produk seperti bahan, ukuran, dan fungsi menentukan utilitas fungsional, sedangkan kualitas merupakan sinyal kepercayaan merek yang kuat.
2. Harga, menunjukkan nilai dan risiko. Mereka menunjukkan margin perusahaan dan persepsi biaya dan keuntungan. Mereka dapat menggunakan markup pada biaya, mengikuti pasar, atau berdasarkan nilai yang dirasakan konsumen.
3. Distribusi, tempat memainkan peran penting dalam menentukan ketersediaan dan kemudahan memiliki barang atau jasa. Di antara berbagai pilihan saluran, distribusi langsung, distribusi tradisional, pasar pihak ketiga, dan model gabungan termasuk. Pilihan distribusi tempat memengaruhi pilihan pelanggan untuk membeli barang. Perusahaan harus dapat membuat jaringan distribusi mereka mudah diakses oleh pelanggan.
4. Promosi, Promosi adalah upaya komunikasi yang bertujuan untuk menginformasikan, meyakinkan, dan mengingatkan pelanggan tentang penawaran. Promosi penjualan memotivasi pelanggan untuk mencoba membeli dalam jangka menengah. Promosi memainkan peran yang berbeda dalam pengambilan keputusan pembelian. Informasi, bukti, dan insentif untuk percobaan dapat dimasukkan ke dalam kategori ini.

## b. Rangsangan Lingkungan

Rangsangan Lingkungan atau eksternal juga dapat memengaruhi perilaku pelanggan. Perusahaan tidak dapat sepenuhnya mengontrol kondisi lingkungan ini. Sebaliknya, kondisi eksternal seperti tingkat pendapatan dan daya beli mempengaruhi kemampuan konsumen untuk membeli barang tertentu. Dengan kemajuan teknologi, konsumen dapat lebih mudah menemukan informasi, membandingkan barang, dan melakukan pembelian instan. Rasa aman yang diberikan oleh elemen politik dan hukum, seperti regulasi perdagangan dan perlindungan konsumen, dapat meningkatkan kepercayaan dalam bertransaksi. Namun, elemen budaya dan sosial seperti norma, nilai, tren, dan kelas sosial memengaruhi preferensi dan persepsi konsumen terhadap barang yang dianggap layak dipilih.

## c. Karakteristik Psikologi

Karakteristik Psikologi adalah faktor internal yang mempengaruhi memperhatikan, memahami, dan membuat keputusan pembelian. Kotler dan Menurut Keller (2016), ada empat komponen utama:

1. Motivasi, adalah dorongan mereka sendiri untuk melakukan sesuatu. Motivasi konsumen memengaruhi keterlibatan mereka dalam proses penjualan. Teori motivasi yang paling populer adalah struktur kebutuhan *Maslow*. Konsemen adalah penting, menurut teori ini. berasal dari lima tingkat kebutuhan, yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, penghargaan, menjadi diri sendiri. Kebutuhan tersebut menghasilkan motivasi untuk memiliki sesuatu.
2. Persepsi, adalah proses yang dilakukan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menafsirkan insentif yang diiklankan untuk menciptakan gambaran mereka tentang dunia. Bergantung pada pengalaman, harapan, dan kerangka referensi pelanggan, mereka mungkin mempersepsikan pesan yang sama dengan cara yang berbeda.

3. Pembelajaran, adalah Pengalaman mengubah perilaku. Klien belajar melalui asosiasi, konsekuensi, dan observasi sosial.
4. Keyakinan dan Sikap, Keyakinan adalah pandangan subjektif konsumen tentang sesuatu, sedangkan sikap adalah pertimbangan, perasaan, dan pilihan mereka tentang bagaimana mereka akan bertindak.

#### d. Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen adalah komponen yang menentukan bagaimana seseorang melihat dan menanggapi stimuli pemasaran. Beberapa contoh karakteristik konsumen adalah:

1. Faktor budaya, Faktor Budaya Menjadi dasar karena prinsip, tradisi, dan praktik budaya tertentu memengaruhi preferensi konsumen terhadap produk serta cara pelanggan memahami pesan pemasaran.
2. Faktor sosial, Faktor termasuk kelompok referensi, keluarga, dan status dan peran. sosial yang mempengaruhi pilihan dan sikap kita. Konsumen sering mempertimbangkan pendapat orang lain sebelum membeli sesuatu. membeli, terutama untuk produk yang dianggap umum seperti fashion atau perangkat.
3. Faktor Pribadi, Faktor ini menafsirkan informasi berdasarkan berbagai faktor, seperti pekerjaan, usia, tahap siklus hidup, kondisi ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian. Konsumen dewasa mungkin lebih menekankan fitur fungsional dan kualitas produk, tetapi konsumen muda cenderung lebih tertarik pada tren dan iklan digital.

#### e. Proses Keputusan Pembelian

Proses ini adalah tahap di mana konsumen mengambil langkah-langkah seperti mengidentifikasi masalah, mencari informasi, menilai opsi, dan kemudian membuat niat membeli. Pada tahap ini, konsumen masih dalam proses mempertimbangkan pilihan yang paling sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

#### f. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah hasil akhir dari tindakan nyata dalam memilih produk, merek, lokasi, jumlah, metode pembayaran, dan waktu pembelian. Meskipun niat untuk membeli sudah ada sebelumnya, keputusan untuk membeli dapat dipengaruhi oleh hal-hal seperti ketersediaan produk, promosi tiba-tiba, dan opini orang di sekitar lingkungan. Dengan kata lain, keputusan pembelian adalah titik akhir di mana strategi pemasaran perusahaan diuji kinerjanya adalah gambaran nyata dari proses mental dan pertimbangan konsumen.

Perilaku konsumen dibentuk oleh banyak faktor, termasuk faktor eksternal dan faktor internal, yang dipengaruhi oleh interaksi yang kompleks. Faktor eksternal termasuk stimulus pemasaran dan lingkungan, yang memberikan rangsangan awal yang dipersepsikan oleh konsumen. Faktor internal termasuk karakteristik psikologis konsumen, seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap, serta karakteristik individu yang dipengaruhi oleh budaya, sosial, dan perilaku pribadi mereka. Akhir dari proses ini adalah tahap keputusan pembelian. Keputusan ini menunjukkan seberapa baik strategi pemasaran perusahaan berfungsi atau tidak.

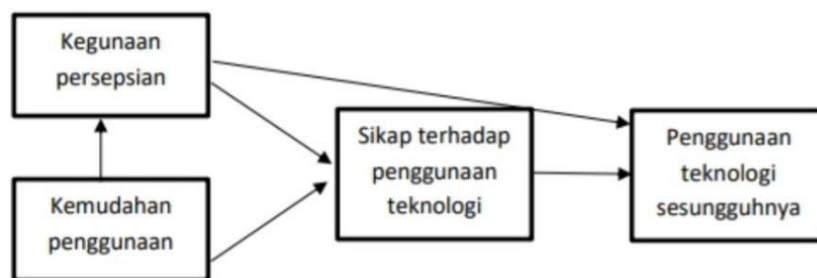
### **2.2 *Technology Acceptance Model (TAM)***

*Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan salah satu model paling berpengaruh dalam menjelaskan faktor-faktor yang menentukan penerimaan dan penggunaan teknologi oleh individu. Model ini pertama kali diperkenalkan oleh Davis (1986) dan kemudian diperluas untuk penelitian lebih lanjut oleh Davis (1989), Bagozzi, dan Warshaw (1989). Teori Reasoned Action (TRA), yang diciptakan oleh Ajzen dan Fishbein, disesuaikan dengan konteks penerimaan teknologi dalam TAM.

TAM menyatakan bahwa *Perceived Usefulness (PU)* dan *Perceived Ease of Use (PEOU)*, memengaruhi sikap pengguna terhadap teknologi, niat perilaku (*behavioral intention*), dan keputusan akhir mereka untuk menggunakan teknologi. Sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi akan meningkatkan kinerja atau produktivitasnya dalam menyelesaikan tugas disebut *Perceived Usefulness*. Di sisi lain, *Perceived Ease*

*of Use* menunjukkan sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut mudah digunakan, mudah dipahami, dan tidak membutuhkan banyak usaha untuk digunakan. Davis (1989) menyatakan bahwa PEOU memengaruhi sikap dan niat selain memperkuat PU secara tidak langsung karena teknologi yang mudah digunakan dianggap lebih bermanfaat. Selain itu, niat perilaku dianggap sebagai petunjuk langsung dari perilaku nyata saat menggunakan teknologi. Hubungan ini menunjukkan bahwa penerimaan teknologi adalah proses kognitif yang dibentuk oleh persepsi orang sebelum mereka membuat keputusan dan menggunakan teknologi secara nyata.

TAM digunakan secara luas dalam penelitian tentang sistem informasi, *fintech*, *mobile banking*, *e-commerce*, dan berbagai layanan digital lainnya selama pengembangannya. Teori ini dianggap relevan karena mampu memberikan penjelasan sederhana namun menyeluruh tentang komponen psikologis yang memengaruhi keputusan untuk menggunakan teknologi. Model ini juga dapat dikombinasikan dengan variabel lain seperti kepercayaan, persepsi risiko, literasi digital, keamanan, dan pengalaman pengguna, sehingga sering digunakan dalam penelitian kontemporer yang meneliti perilaku adopsi teknologi digital.



**Gambar 2.2 Model Technology Acceptance Model (TAM)**

*Sumber : Davis (1988)*

### 2.3 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

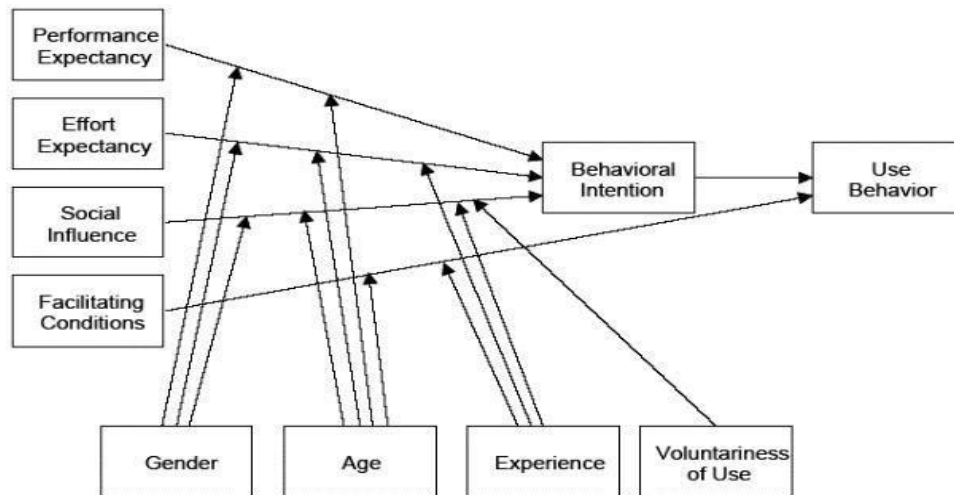
*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) merupakan model integratif yang dikembangkan oleh Venkatesh, Morris, Davis, dan Davis (2003) sebagai hasil sintesis dari delapan teori utama perilaku teknologi, termasuk *Technology*

*Acceptance Model (TAM), Theory of Planned Behavior (TPB), Innovation Diffusion Theory (IDT), dan Social Cognitive Theory (SCT)*. Model ini dibuat untuk membantu kita memahami lebih banyak tentang hal-hal yang memengaruhi niat dan perilaku penggunaan teknologi. UTAUT menekankan empat konstruk konseptual utama yang membentuk niat dan perilaku penggunaan teknologi:

1. ekspektasi kinerja atau *Performance Expectancy (PE)* adalah ukuran seberapa besar orang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja atau produktivitas. Konstruk ini adalah predictor paling kuat untuk niat penggunaan teknologi, terutama dalam hal peningkatan efisiensi teknologi.
2. Tingkat kemudahan yang dirasakan untuk menggunakan teknologi disebut *Effort Expectancy (EE)*. Semakin mudah dipahami dan digunakan teknologi, semakin besar kemungkinan orang akan menggunakannya. Konstruksi ini sangat penting untuk tahap awal adopsi teknologi.
3. pengaruh sosial atau *Social Influence (SI)* menunjukkan seberapa besar harapan seseorang pada orang lain yang dianggap penting, seperti rekan kerja, keluarga, atau lingkungan sosial, untuk menggunakan teknologi tersebut. Rekomendasi, tren digital, dan praktik penggunaan lingkungan sering berkontribusi pada pengaruh sosial dalam konteks layanan digital seperti *fintech* atau *mobile banking*.
4. Kondisi yang memudahkan atau *Facilitating Conditions (FC)* mengacu pada keyakinan bahwa terdapat sumber daya, infrastruktur, dan dukungan teknis yang memadai untuk memungkinkan penggunaan teknologi. Ketika fasilitas pendukung tersedia, hambatan penggunaan teknologi menjadi lebih kecil dan perilaku penggunaan cenderung meningkat.

Selain itu, model UTAUT menggunakan empat variabel moderasi usia, jenis kelamin, pengalaman, dan kesukarelaan menggunakan teknologi yang dapat meningkatkan atau mengurangi korelasi antara konstruk utama dan perilaku penggunaan. Keunggulan UTAUT dibanding model sebelumnya berasal dari elemen moderasi ini, yang

memungkinkan analisis lebih mendalam tentang bagaimana kelompok pengguna yang berbeda merespons teknologi yang sama.



**Gambar 2.3 Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT)**

Sumber : Venkatesh (2012)

## 2.4 Literasi Digital

Literasi digital adalah keterampilan penting yang harus dimiliki setiap orang di era transformasi digital. Gilster (1997) mendefinisikan literasi digital sebagai kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber digital. Definisi ini menunjukkan bahwa literasi digital mencakup aspek lebih luas seperti berpikir kritis, berkomunikasi, beretika dalam bermedia, dan pengetahuan tentang keamanan data pribadi.

Literasi digital, menurut Eshet-Alkhalai (2004), mencakup semua kemampuan kognitif, motorik, sosial, dan emosional yang diperlukan untuk berfungsi secara efektif dalam lingkungan digital. Dengan kata lain, literasi digital tidak hanya mengukur kemampuan seseorang untuk "mengklik" atau "mengoperasikan aplikasi", tetapi juga menilai bagaimana orang dapat memilih informasi, mengidentifikasi risiko, dan menggunakan teknologi dengan produktif. Menurut UNESCO (2019), empat indikator utama literasi digital digariskan:

1. kemampuan teknis untuk menjalankan berbagai aplikasi digital dan perangkat lunak, seperti *smartphone*, aplikasi perbankan, dan metode pembayaran *online*.
2. Kemampuan evaluasi informasi, yaitu kemampuan untuk mengevaluasi kredibilitas dan keakuratan konten digital, sangat penting untuk mencegah penipuan atau informasi yang tidak benar.
3. Komunikasi digital, yaitu kemampuan untuk berinteraksi dengan orang lain secara tepat, sopan, dan efektif melalui media digital.
4. Etika dan keamanan digital, yang mencakup kesadaran akan pentingnya menjaga kerahasiaan data pribadi, mencegah penyalahgunaan data, dan melindungi diri dari ancaman siber yang mungkin.

Literasi digital sangat penting untuk *mobile banking*. Literasi digital yang tinggi memungkinkan pengguna memahami berbagai fitur aplikasi, mengoptimalkan layanan, dan menjaga keamanan transaksi keuangan. Sebaliknya, literasi digital yang rendah seringkali membuat pengguna hanya menggunakan fitur dasar seperti cek saldo atau *transfer* dana, sementara fitur lanjutan seperti QRIS, pembukaan rekening digital, atau manajemen keuangan kurang digunakan (Prasetyo & Hermawan, 2022). Selain itu, literasi digital memengaruhi tingkat kepercayaan pengguna terhadap aplikasi. Pengguna yang memiliki pemahaman yang baik tentang cara melindungi data pribadi dan potensi risiko keamanan cenderung lebih percaya pada aplikasi perbankan digital. Dengan demikian, literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan teknis, tetapi juga dengan cara pengguna melihat keamanan. Selain itu, literasi digital memengaruhi inklusi keuangan digital: semakin banyak orang yang memahami tentang keuangan digital, semakin besar peluang mereka untuk berpartisipasi dalam sistem keuangan formal melalui layanan *mobile banking*. Hal ini sejalan dengan agenda nasional untuk meningkatkan literasi dan inklusi keuangan di Indonesia, di mana literasi digital merupakan salah satu fondasi utama yang dapat membantu percepatan transformasi keuangan digital.

## 2.5 Persepsi Keamanan

Perasaan keamanan seseorang adalah komponen psikologis yang sangat memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan layanan digital, khususnya *mobile banking*. Persepsi ini terkait dengan keyakinan pengguna bahwa sistem yang mereka gunakan dapat melindungi data pribadi, menjaga kerahasiaan data, dan memastikan transaksi keuangan yang dilakukan benar dan akurat. Persepsi keamanan dapat didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan pengguna bahwa transaksi digital dilindungi dari ancaman atau risiko seperti pencurian data, penipuan, dan serangan siber, menurut Suh dan Han (2002). Persepsi keamanan sering dianggap sebagai komponen penting dari *trust* (kepercayaan) dalam transaksi berbasis teknologi dalam kajian literatur. Featherman dan Pavlou (2003) menjelaskan bahwa persepsi keamanan terdiri dari empat indikator aspek penting yaitu:

1. Kerahasiaan (*Confidentiality*): keyakinan bahwa data pribadi dan finansial pengguna hanya dapat diakses oleh pihak yang berwenang dan terlindung dari akses ilegal.
2. Integritas (*Integrity*): jaminan bahwa data dan informasi yang dikirim tidak akan diubah, dimanipulasi, atau disalahgunakan selama proses transaksi.
3. Ketersediaan (*Availability*): kepercayaan bahwa layanan dapat diakses kapan pun tanpa hambatan, termasuk perlindungan dari serangan yang dapat mengganggu akses, seperti *distributed denial of service* (DDoS).
4. *Non-repudiation* adalah kepastian bahwa bukti transaksi adalah asli, dapat diverifikasi, dan tidak palsu, sehingga pengguna terlindungi dari potensi sengketa.

Persepsi keamanan dalam *mobile banking* sangat erat kaitannya dengan kepercayaan pengguna (*trust*). Ramadhani (2023) menekankan bahwa semakin baik persepsi keamanan, semakin setia pengguna terhadap layanan *mobile banking*. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa aplikasi yang memiliki kepercayaan yang kuat akan membuat pengguna lebih terbuka untuk menggunakannya tidak hanya untuk fungsi dasar tetapi juga untuk fitur tambahan seperti QRIS, pembayaran *ecommerce*, dan

pembukaan *rekening* digital. Selain itu, menurut penelitian internasional oleh Gupta dan Hakhu (2022) persepsi keamanan menjadi salah satu hambatan terbesar untuk menggunakan layanan pembayaran digital. Jika pengguna merasa aplikasi mereka tidak aman, mereka cenderung menunda atau bahkan menghindari menggunakan layanan perbankan digital. Oleh karena itu, keamanan tidak hanya masalah teknis; itu juga memengaruhi cara pengguna memandang aplikasi. kualitas pengalaman pengguna (*user experience*) terkait dengan persepsi keamanan. Misalnya, ketika aplikasi mengalami gangguan sistem yang sering, notifikasi transaksi yang terlambat, atau laporan kebocoran data, hal ini dapat menurunkan persepsi keamanan dan menimbulkan rasa ragu. Sebaliknya, ketika aplikasi menawarkan otentikasi berlapis (*multi-factor authentication*), enkripsi data, dan layanan pelanggan yang responsif, persepsi keamanan akan menjadi lebih baik. Dalam penelitian ini, persepsi keamanan dianggap sebagai faktor penting yang dapat memengaruhi keputusan orang-orang di Bandar Lampung untuk menggunakan BRImo. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa banyak pengguna di Indonesia masih ragu tentang keamanan transaksi digital. Namun, peningkatan persepsi keamanan menjadi tantangan sekaligus peluang bagi bank untuk meningkatkan kepercayaan pengguna, menjaga loyalitas, dan mendorong lebih banyak orang untuk menggunakan layanan keuangan digital.

## **2.6 Penggunaan Digital Payment**

Perkembangan teknologi keuangan (*fintech*) telah menyebabkan perubahan besar dalam perilaku masyarakat yang berkaitan dengan transaksi. Munculnya digital *payment* semua jenis transaksi keuangan yang dilakukan secara elektronik melalui berbagai *platform* digital adalah salah satu konsekuensi dari perkembangan ini. Digital *payment* didefinisikan oleh Bank Indonesia (2022) sebagai sistem pembayaran yang menggunakan teknologi digital, seperti uang elektronik, perbankan *mobile*, perbankan internet, dan pembayaran berbasis QRIS. Perubahan ini tidak hanya mempermudah proses transaksi, tetapi juga mengubah preferensi masyarakat dalam bertransaksi dari sistem yang berbasis tunai menuju sistem yang tidak berbasis tunai. Dianggap sebagai salah satu pilar utama dalam mendorong inklusi keuangan nasional adalah pembayaran

digital. Masyarakat yang sebelumnya belum pernah menggunakan layanan perbankan sekarang dapat mengaksesnya dengan *smartphone* dan internet. Ini sesuai dengan tujuan Bank Indonesia dan pemerintah untuk menciptakan ekosistem ekonomi digital yang lebih luas, canggih, dan inklusif (Bank Indonesia, 2022). Menurut Rahyana & Abrianto (2024), ada beberapa metrik yang dapat digunakan untuk mengukur penggunaan pembayaran digital, seperti:

1. Semakin sering seseorang melakukan transaksi digital dalam kehidupan sehari-hari, ditunjukkan oleh frekuensi penggunaan mereka, yaitu seberapa sering mereka melakukannya.
2. Jenis transaksi mencakup berbagai tindakan keuangan seperti *top-up* saldo, *transfer* dana, pembayaran tagihan rutin, hingga transaksi berbasis QRIS. Semakin banyak jenis transaksi yang dilakukan, semakin banyak pengguna yang menggunakan pembayaran digital.
3. Kepuasan pengguna bergantung pada kenyamanan dan kecepatan, yang berkaitan dengan persepsi pengguna terhadap efisiensi layanan. Kemudahan navigasi aplikasi, kecepatan proses transaksi, dan tingkat error yang rendah adalah faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pengguna.
4. Kebiasaan atau habit, yang dibentuk oleh pengalaman positif yang konsisten dengan aplikasi pembayaran digital, menentukan preferensi pengguna untuk menggunakan pembayaran digital sebagai opsi utama daripada metode pembayaran konvensional.

Bukti bahwa kecenderungan untuk menggunakan pembayaran digital memengaruhi penggunaan layanan *mobile banking*. Menurut Putri & Rahmawati (2023), orang yang sudah terbiasa menggunakan *e-wallet* atau aplikasi pembayaran digital lain cenderung tidak ingin beralih ke *platform mobile banking*. Ini terjadi kecuali ada alasan yang kuat, seperti fitur baru, promosi yang menarik, atau jaminan keamanan yang lebih baik. Ini menunjukkan bahwa transaksi digital bukan hanya pilihan tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern.

Penggunaan pembayaran digital menjadi faktor penting dalam konteks *mobile banking* seperti BRImo karena dapat menunjukkan seberapa terbiasa masyarakat dengan transaksi non-tunai. Semakin tinggi tingkat penggunaan digital *payment*, semakin besar peluang untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Namun, jika preferensi pengguna terhadap *e-wallet* lebih besar daripada aplikasi perbankan, penggunaan *mobile banking* dapat terhambat. Oleh karena itu, bank harus memahami pola kebiasaan ini agar mereka dapat membuat rencana untuk meningkatkan penggunaan layanan mereka. Selain itu, adopsi pembayaran digital terkait dengan literasi digital dan persepsi keamanan. Masyarakat dengan literasi digital yang tinggi cenderung lebih mudah menerima pembayaran digital karena mereka tahu apa yang ditawarkan, sedangkan persepsi keamanan yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan untuk melakukan transaksi digital dalam jumlah yang lebih besar. Oleh karena itu, pembayaran digital dapat dianggap sebagai sarana yang mempercepat adopsi layanan perbankan *mobile* sekaligus mengakselerasi transformasi digital sektor keuangan di Indonesia.

## **2.7 Keputusan Penggunaan Aplikasi BRImo**

Tahap terakhir dalam proses pengambilan keputusan konsumen adalah keputusan penggunaan aplikasi di sini, pengguna menilai manfaat, risiko, dan pengalaman dari suatu layanan dan memutuskan untuk menggunakannya. Tiga faktor utama memengaruhi keputusan pengguna untuk menggunakan atau membeli suatu layanan, menurut Kotler & Keller (2016). Faktor pribadi termasuk usia, pekerjaan, gaya hidup, dan tingkat pendidikan, yang dapat memengaruhi kebutuhan dan preferensi pengguna. Faktor sosial termasuk pengaruh keluarga, teman sebaya, dan tren lingkungan yang mendorong orang untuk menggunakan suatu layanan.

Keputusan tentang cara menggunakan *mobile banking* menjadi semakin sulit karena pertimbangan teknologi. Pelanggan tidak hanya memikirkan keuntungan praktis seperti efisiensi dan kenyamanan transaksi, tetapi mereka juga memikirkan keamanan, keandalan, dan kepercayaan penyedia layanan (Ramadhani, 2023). Dengan kata lain, keseimbangan antara *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan) dan *perceived risk*

(risiko yang dipersepsikan) memengaruhi keputusan untuk menggunakan aplikasi seperti BRImo. Menurut Kotler (2018), ada beberapa metrik yang dapat menggambarkan proses pengambilan keputusan tentang penggunaan perbankan *mobile*:

1. Kesadaran dan perhatian (*Awareness*), Tahap ini terjadi ketika pengguna pertama kali mengetahui aplikasi BRImo. Mereka dapat mengetahuinya melalui iklan, promosi, media sosial, atau rekomendasi orang lain. Pengguna lebih cenderung untuk mempertimbangkan aplikasi dengan tingkat pengetahuan yang lebih tinggi.
2. minat untuk mencoba (*Interest*), Setelah mengetahui bahwa aplikasi ada, orang mulai tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang manfaatnya. Dalam BRImo, kebutuhan untuk memahami fitur seperti transfer dana, pembayaran tagihan, dan pembukaan rekening digital dapat menjadi alasan.
3. Pertimbangkan manfaat dan risiko, Pengguna akan membandingkan keuntungan menggunakan aplikasi dengan risiko yang mungkin muncul. Keuntungan yang dimaksud termasuk kemudahan transaksi, kecepatan layanan, dan integrasi dengan berbagai sistem pembayaran. Di sisi lain, risiko yang dimaksud termasuk kegagalan sistem, ancaman keamanan data, dan kesulitan menggunakan aplikasi karena literasi digital yang rendah.
4. Keputusan menggunakannya, Pada titik ini, pengguna membuat keputusan akhir untuk mengunduh dan mulai menggunakan BRImo. Pilihan ini biasanya dipengaruhi oleh pengalaman orang lain, ulasan pengguna, promosi yang ditawarkan, dan kepercayaan BRI sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia.
5. Pemakaian berulang (*post-purchase behavior*), Keberhasilan aplikasi ditentukan oleh langkah ini. Apabila pengalaman pengguna dengan BRImo menyenangkan, pengguna akan menggunakannya lagi untuk berbagai transaksi. Pemakaian berulang ini menumbuhkan loyalitas pengguna, yang pada akhirnya membuat BRImo lebih kompetitif di pasar *mobile banking*.

Kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Unified Theory of Technology Acceptance and Use* (UTAUT) dapat digunakan untuk memahami bagaimana orang membuat keputusan tentang penggunaan aplikasi *mobile banking*. Kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, pengaruh sosial, dan kondisi pendukung adalah semua elemen yang memengaruhi keputusan akhir pengguna, menurut kedua teori (Davis, 1989; Venkatesh et al., 2003). Oleh karena itu, selain komponen rasional seperti fitur dan keuntungan, keputusan pengguna untuk menggunakan BRImo juga dipengaruhi oleh komponen psikologis, sosial dan kebiasaan digital pengguna. Penelitian ini penerapan aplikasi BRImo di Kota Bandar Lampung menjadi fokus utama karena menggambarkan bagaimana literasi digital, persepsi keamanan, dan kebiasaan pembayaran digital mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menggunakan perbankan *mobile*. Oleh karena itu, untuk menyelidiki bagaimana pengguna BRImo melewati setiap tahap, mulai dari kesadaran hingga pemakaian berulang, indikator keputusan penggunaan yang diusulkan Kotler (2018) akan digunakan sebagai dasar.

## 2.8 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang adopsi digital *banking*, *mobile banking*, dan digital *payment* telah banyak dilakukan di seluruh dunia. Studi ini memberikan dasar empiris yang kuat untuk mendukung penelitian tentang bagaimana literasi digital, persepsi keamanan, dan penggunaan pembayaran digital memengaruhi keputusan pengguna untuk menggunakan aplikasi BRImo di Kota Bandar Lampung.

**Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian**

|   |   |
|---|---|
| Prasetyo & Hermawan (2022), “ <i>The Impact of Digital Literacy on Mobile Payment Adoption: Evidence from Indonesia</i> ” |   |
| Hasil Penelitian  | Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh signifikan terhadap adopsi layanan <i>mobile banking</i> dan digital <i>payment</i> . Semakin tinggi literasi digital seseorang, semakin besar peluang untuk menggunakan fitur-fitur digital <i>banking</i> . |
| Persamaan   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif.</li> <li>2. Sama-sama meneliti faktor yang memengaruhi penggunaan <i>mobile banking</i>.</li> <li>3. Objek penelitian berhubungan dengan layanan keuangan digital.</li> </ol>       |

|  |  |
|--|--|
| Perbedaan  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Variabel penelitian berbeda: penelitian terdahulu fokus pada literasi digital saja, sedangkan penelitian ini menambahkan persepsi keamanan dan penggunaan digital <i>payment</i>.</li> <li>2. Lokasi penelitian berbeda: penelitian terdahulu di level nasional, sedangkan penelitian ini di Kota Bandar Lampung.</li> <li>3. Waktu penelitian berbeda.</li> </ol> |
| Fokus & Temuan Utama   | Literasi digital berpengaruh signifikan terhadap adopsi layanan <i>mobile banking/digital payment</i>  |
| Penelitian Terdahulu   | Penelitian hanya menyoroti literasi digital sebagai faktor tunggal sehingga belum menunjukkan pengaruh variabel lain yang secara nyata memengaruhi keputusan penggunaan aplikasi tertentu.   |
| <i>Research GAP</i>  | Belum mengintegrasikan faktor persepsi keamanan dan penggunaan digital <i>payment</i> , serta belum fokus pada aplikasi tertentu dan konteks kota.   |
| Urgensi  | Penelitian ini memperluas model dengan menambahkan variabel keamanan dan kebiasaan, serta menguji secara spesifik pada penggunaan BRImo di Kota Bandar Lampung   |
| Ramadhani (2021), " <i>Perceived Security and Its Effect on User Trust in Digital Payment Systems</i> "            |  |
| Hasil Penelitian   | Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan pengguna. Kepercayaan yang tinggi mendorong keputusan menggunakan aplikasi digital <i>payment</i> secara berkelanjutan.   |
| Persamaan  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sama-sama meneliti faktor keamanan sebagai variabel penting.</li> <li>2. Sama-sama menggunakan metode kuantitatif.</li> <li>3. Objek penelitian terkait aplikasi digital <i>payment</i>.</li> </ol>  |
| Perbedaan  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penelitian terdahulu menggunakan variabel Y kepercayaan, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel Y keputusan penggunaan BRImo.</li> <li>2. Lokasi penelitian berbeda.</li> <li>3. Penelitian ini menambahkan variabel literasi digital dan penggunaan digital <i>payment</i>.</li> </ol>   |
| Fokus & Temuan Utama   | Persepsi keamanan berpengaruh kuat terhadap kepercayaan pengguna digital <i>payment</i>  |
| Penelitian Terdahulu   | Penelitian berhenti pada variabel kepercayaan, tidak menelusuri bagaimana keamanan memengaruhi keputusan penggunaan aplikasi spesifik.   |
| <i>Research GAP</i>  | Belum menghubungkan persepsi keamanan dengan perilaku penggunaan aplikasi tertentu sebagai output akhir.   |
| Urgensi  | Penelitian ini menguji hubungan langsung keamana keputusan penggunaan BRImo, menjadikannya lebih aplikatif untuk strategi peningkatan adopsi aplikasi bank.  |
| Rahyana & Abrianto (2023), " <i>Factors Influencing the Usage of Digital Payment Applications in Urban Areas</i> " |  |
| Hasil Penelitian   | Penelitian ini menemukan bahwa kemudahan penggunaan, keamanan, dan literasi digital memengaruhi tingkat penggunaan aplikasi digital <i>payment</i> .   |
| Persamaan  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sama-sama meneliti faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan aplikasi digital.</li> <li>2. Sama-sama menggunakan metode kuantitatif.</li> <li>3. Sama-sama menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian</li> </ol>  |
| Perbedaan  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penelitian terdahulu meneliti aplikasi digital <i>payment</i> secara umum, sedangkan penelitian ini fokus pada aplikasi BRImo.</li> <li>2. Lokasi penelitian berbeda.</li> </ol>   |

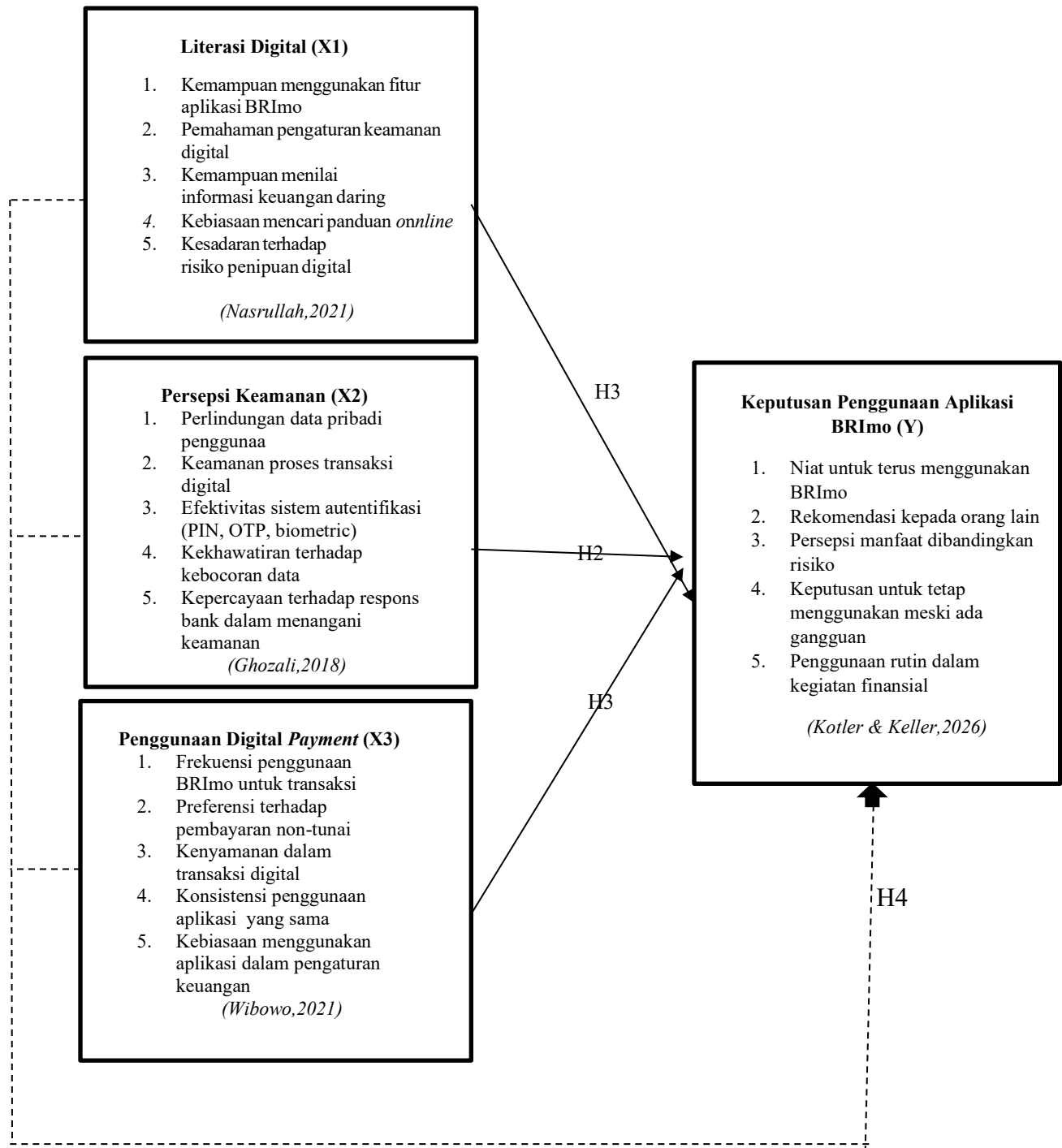
|                      |   |
|----------------------|---|
|                      | 3. Variabel penggunaan digital <i>Payment</i> lebih ditekankan dalam penelitian ini.  |
| Fokus & Temuan Utama | Kemudahan, keamanan, dan literasi digital memengaruhi penggunaan digital <i>payment</i> di kota.  |
| Penelitian Terdahulu | Studi bersifat umum dan tidak membedakan aplikasi bank tertentu hasilnya kurang spesifik untuk pengembangan produk.                                 |
| <i>Research GAP</i>  | Belum menjelaskan konteks penggunaan aplikasi perbankan individual seperti BRImo, serta belum memperdalam peran penggunaan digital <i>payment</i> . |
| Urgensi              | Penelitian ini mempersempit konteks pada BRImo dan menegaskan peran kebiasaan sebagai variabel yang lebih kuat secara perilaku.                     |

*Sumber : Data Diolah Penulis (2025)*

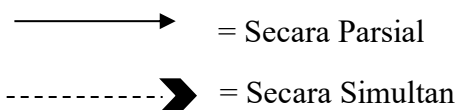
Ada persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya, seperti yang ditunjukkan oleh hasil penelitian sebelumnya. Pada dasarnya, tujuan Penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan membandingkan variabel yang memengaruhi literasi digital, persepsi keamanan, dan penggunaan digital *payment* masyarakat Bandar Lampung saat menggunakan aplikasi BRImo.

## 2.9 Kerangka Berpikir

Layanan keuangan harus berubah digital, seperti yang ditunjukkan oleh tren perbankan saat ini. Salah satu bukti nyata dari transformasi tersebut adalah aplikasi perbankan *mobile* BRImo yang dimiliki Bank Rakyat Indonesia (BRI). Meskipun jumlah pengguna BRImo terus meningkat, faktor-faktor yang memengaruhi keputusan untuk menggunakan BRImo perlu diteliti lebih lanjut. Dalam penelitian ini, literasi digital, persepsi keamanan, dan penggunaan digital *payment* adalah variabel bebas, dan keputusan untuk menggunakan BRImo adalah variabel terikat.



**Gambar 2.4 Kerangka Berpikir**  
*Sumber : Data Diolah Penulis (2025)*



## 2.10 Hipotesis

Analisis statistik diperlukan untuk memverifikasi kebenaran hipotesis, yang merupakan hipotesis sementara (Sugiyono, 2023). Kerangka teori dan hasil penelitian sebelumnya mendukung hipotesis penelitian ini. Hasilnya menunjukkan bahwa literasi digital, persepsi keamanan, dan penggunaan digital *payment* memengaruhi keputusan untuk menggunakan BRImo. Studi ini menggunakan model analisis regresi linier berganda. Oleh karena itu, hipotesis yang diuji adalah hipotesis parsial (uji t) dan hipotesis simultan (uji F) sebagai berikut:

H<sub>01</sub> : Literasi digital tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi BRImo.

H<sub>a1</sub>: Literasi digital berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi BRImo.

H<sub>02</sub>: Persepsi keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi BRImo.

H<sub>a2</sub>: Persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi BRImo.

H<sub>03</sub>: Penggunaan digital *payment* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi BRImo.

H<sub>a3</sub>: Penggunaan digital *payment* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi BRImo.

H<sub>04</sub>: Literasi digital, persepsi keamanan, dan penggunaan digital *payment* secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi BRImo.

H<sub>a4</sub>: Literasi digital, persepsi keamanan, dan penggunaan digital *payment* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi BRImo.

### III. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data angka. Metode ini memungkinkan peneliti untuk melakukan pengukuran terstruktur, objektif, dan sistematis terhadap variabel penelitian. Sugiyono (2017) mengatakan bahwa penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menekankan pada pengujian teori. Ini dilakukan dengan mengukur hubungan antar variabel menggunakan instrumen penelitian yang standar dan kemudian menganalisisnya dengan teknik statistik. Oleh karena itu, penelitian kuantitatif adalah deduktif: penelitian dimulai dengan teori, diturunkan menjadi hipotesis, dan kemudian diuji dengan data empiris. Creswell (2014) juga mengatakan bahwa tujuan penelitian kuantitatif adalah untuk menunjukkan bagaimana hubungan kausal atau korelasi antar variabel berkorelasi. Dengan kata lain, metode ini memberikan dasar yang kuat untuk menguji hipotesis secara ilmiah, sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan dan dapat dipercaya. Pendekatan kuantitatif juga memiliki keunggulan untuk menghasilkan penelitian yang dapat digeneralisasi, sehingga hasil penelitian dapat diterapkan pada populasi yang lebih luas daripada hanya sampel.

Penelitian *survei* dengan desain korelasional digunakan. Penelitian *survei* adalah jenis penelitian yang berusaha untuk mengumpulkan informasi dari responden melalui instrumen terstruktur untuk menggambarkan karakteristik, opini, perilaku, atau hubungan antar variabel. Menurut Kerlinger (2006), jenis penelitian ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dari populasi yang besar dalam waktu yang relatif singkat dengan menggunakan instrumen seperti kuesioner. Sebaliknya, hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dievaluasi dengan

menggunakan desain korelasional. Dalam penelitian ini, variabel bebas yang dimaksud adalah literasi digital, persepsi keamanan, dan penggunaan digital *payment*, sedangkan variabel terikat adalah keputusan untuk menggunakan BRImo. Dengan menggunakan desain korelasional, peneliti dapat menentukan apakah ada hubungan yang signifikan antara ketiga variabel independen ini dengan keputusan untuk menggunakan BRImo, dan apakah hubungan tersebut positif atau negatif. Dengan desain ini, penelitian tidak hanya menjelaskan fenomena yang terjadi tetapi juga memberikan analisis kuantitatif tentang kekuatan hubungan antar variabel. Arikunto (2019) menyatakan bahwa penelitian korelasional bermanfaat untuk menemukan pola keterkaitan yang dapat digunakan untuk membuat kebijakan atau strategi praktis. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat membantu memahami variabel yang memengaruhi keputusan pengguna untuk menggunakan BRImo, terutama dari perspektif literasi digital, persepsi keamanan, dan penggunaan digital *payment*.

### **3.2 Populasi dan Sampel**

#### **3.2.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2017), populasi adalah semua subjek atau objek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi pusat perhatian peneliti untuk dipelajari dan menghasilkan kesimpulan. Pengguna BRImo di wilayah Kantor *Regional* BRI Bandar Lampung, terutama Kantor cabang Tanjung Karang dan Kantor cabang Teluk Betung, dianggap sebagai populasi dalam penelitian ini. Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah populasi pengguna BRImo di kedua kantor cabang tersebut adalah:

Kantor cabang Tanjung Karang dengan total 83.273 *user*, terdiri dari:

Britama: 56.187 *user*

Simpedes: 24.116 *user*

Giro: 304 *user*

Other: 2.666 *user*

Tbank: 0 *user*

Kantor cabang Teluk Betung dengan total 202.616 *user*, terdiri dari:

Britama: 50.833 *user*

Simpedes: 146.433 *user*

Giro: 182 *user*

Other: 5.168 *user*

Tbank: 0 *user*

Jadi, total 285.889 orang yang menggunakan BRImo di kedua kantor cabang adalah jumlah yang cukup besar untuk menjadi pengguna layanan digital *banking*. Namun, jumlah ini masih kurang dibandingkan dengan jumlah rekening tabungan yang ada, jadi perlu diteliti lebih lanjut tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan untuk menggunakan BRImo.

### 3.2.2 Sampel

Populasi yang diteliti digunakan sebagai representasi dari karakteristik populasi secara keseluruhan. Dengan sumber daya terbatas, rumus Slovin digunakan untuk menghitung ukuran sampel penelitian ini, dengan tingkat kesalahan (toleransi kesalahan) 5% ( $e = 0,05$ ). Ini adalah praktik umum dalam penelitian survei awal.

Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Rumus 3.1 Slovin

Keterangan:

$n$ = jumlah sampel

$N$ = jumlah populasi

$e$  = toleransi error (tingkat kesalahan) Substitusi nilai:

$$N = 285,889 \quad e = 0,05$$

Langkah perhitungan (hitung satu persatu secara digit): Hitung  $e^2$ :  $0,05^2 = 0,0025$

$$\text{Hitung } N \times e^2: 285.889 \times 0,0025 = 714,7225$$

$$\text{Hitung penyebut: } 1 + Ne^2 = 1 + 714,7225 = 715,7225$$

$$\text{Hitung } n: 285.889 : 715.7225 = 399,51 = 400$$

Berdasarkan pembulatan, diperoleh jumlah sampel  $n = 400$  responden.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner terstruktur yang dibagikan kepada peserta yang aktif menggunakan aplikasi BRImo di Kota Bandar Lampung. Sugiyono (2017) menyatakan bahwa pengumpulan data merupakan langkah penting dalam proses penelitian karena kualitas hasil penelitian sangat bergantung pada ketelitian dan ketepatan data yang dikumpulkan. Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yaitu mengukur hubungan antar variabel secara objektif dengan data empiris yang dapat dianalisis secara statistik. Penelitian ini membuat kuesioner untuk mengukur berbagai faktor: literasi digital, persepsi keamanan, penggunaan digital *payment*, dan penggunaan aplikasi BRImo. Setiap variabel dijabarkan ke dalam sejumlah pernyataan yang menjelaskan karakteristik masing-masing ide Agar setiap elemen dapat secara akurat menunjukkan variabel penelitian pernyataan disusun berdasarkan teori-teori dan hasil penelitian sebelumnya.

Penelitian bertujuan untuk mengumpulkan informasi tentang pengetahuan responden tentang teknologi digital, keamanan transaksi, kebiasaan menggunakan digital *payment*, dan keputusan mereka untuk menggunakan BRImo dalam operasi perbankan mereka. Semua orang yang memenuhi kriteria penelitian adalah pengguna aktif aplikasi BRImo yang berada di wilayah kerja BRI Kantor Cabang Tanjung Karang dan

Teluk Betung. Kuesioner diberikan secara langsung kepada mereka. Teknik *purposive sampling*, yang melibatkan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian, digunakan untuk memilih responden. Dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, hanya responden yang memenuhi kriteria tertentu yang dapat diambil sebagai sampel penelitian. Untuk memenuhi kriteria ini, responden harus: telah menggunakan aplikasi BRImo secara aktif dalam tiga bulan terakhir; tinggal atau bekerja di Kota Bandar Lampung, terutama di wilayah kerja BRI Kantor Cabang Tanjung Karang dan Teluk Betung; minimal berusia 17 tahun, sehingga dianggap mampu melakukan transaksi perbankan digital; memahami cara menggunakan *smartphone* dan layanan digital dengan baik; dan memiliki keahlian yang diperlukan untuk menggunakan *smartphone* dan layanan digital. Untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman yang memadai dalam menggunakan BRImo, kriteria ini dibuat. Ini juga dimaksudkan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh relevan dan mencerminkan kondisi penggunaan aplikasi secara akurat.

### **3.4 Sumber Data**

#### **3.4.1 Data Primer**

Data primer dikumpulkan secara langsung dari responden melalui kuesioner, yang dipilih karena kemampuan untuk mengumpulkan data dalam jumlah besar dengan cara yang terstruktur dan dapat diukur secara kuantitatif. Sugiyono (2017) menyatakan bahwa kuesioner adalah metode pengumpulan data di mana sekumpulan pertanyaan atau pernyataan diberikan kepada responden untuk dijawab.

#### **3.4.2 Data Sekunder**

Data Sekunder berasal dari laporan resmi, laporan Bank Indonesia, Kominfo, OJK, dan literatur serta jurnal-jurnal yang membahas literasi digital, persepsi keamanan, penggunaan digital *payment*, dan *mobile banking*. Data tambahan ini mendukung analisis, memperkuat hasil data utama, dan memberikan basis teoretis yang lebih kuat. Diharapkan bahwa penggunaan kombinasi data primer dan sekunder akan memberikan

gambaran yang menyeluruh tentang persepsi responden dan bukti empiris yang telah ada sebelumnya.

### 3.5 Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran variabel menentukan cara mengolah dan menganalisis data yang dikumpulkan secara statistik, yang menjadikannya sangat penting dalam penelitian kuantitatif. Sugiyono (2023) menyatakan bahwa skala pengukuran adalah perjanjian yang digunakan untuk menentukan berapa lama interval dalam instrumen penelitian sehingga menghasilkan data kuantitatif yang dapat diolah secara ilmiah. Peneliti dapat menggunakan skala pengukuran untuk mengubah fenomena sosial yang kualitatif menjadi angka yang dapat dianalisis secara objektif. Untuk mengukur persepsi responden terhadap setiap pernyataan yang mewakili variabel penelitian, penelitian ini menggunakan skala pengukuran ordinal menggunakan metode skala Likert. Menurut Riduwan (2018), skala Likert digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial yang ditetapkan oleh peneliti. Dalam praktik penelitian kuantitatif, data sering dianggap sebagai data interval karena Likert secara konseptual menghasilkan data ordinal yang dapat dianalisis menggunakan teknik statistik parametrik seperti regresi linier berganda. Bentuk umum skala Likert 1-5 adalah:

**Tabel 3.1 Skala Likert**

| No | Skor | Keterangan          |
|----|------|---------------------|
| 1  | 5    | Sangat Setuju       |
| 2  | 4    | Setuju              |
| 3  | 3    | Netral              |
| 4  | 2    | Tidak Setuju        |
| 5  | 1    | Sangat Tidak Setuju |

*Sumber: Sugiyono (2023)*

### 3.6 Definisi Konseptual dan Operasional

#### 3.6.1 Definisi Konseptual

Teoritis tentang makna dari setiap variabel yang diteliti, berdasarkan penelitian pustaka dan teori yang relevan, dikenal sebagai definisi konseptual. Sugiyono (2023) menyatakan bahwa definisi konseptual digunakan untuk membuat batasan yang jelas pada konsep yang akan diteliti sehingga peneliti dan pembaca dapat sama-sama memahaminya. Indikator operasional yang kemudian diukur melalui instrumen penelitian seperti kuesioner didasarkan pada definisi ini. Penelitian ini menyelidiki bagaimana literasi digital, persepsi keamanan, dan penggunaan digital *payment* memengaruhi keputusan pengguna untuk menggunakan aplikasi BRImo di Kota Bandar Lampung. Oleh karena itu, setiap variabel memiliki landasan konseptual yang dijabarkan, yang didasarkan pada teori- teori yang ditemukan dalam penelitian sebelumnya dan literatur akademik yang relevan. Berikut adalah definisi konseptual dari setiap variable penelitian:

1. Literasi Digital (X1), Dalam penelitian ini, literasi digital didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk menggunakan teknologi digital secara efektif, aman, dan bertanggung jawab dalam penggunaan aplikasi BRImo. Definisi ini didasarkan pada gagasan Gilster (1997) dan diperkuat oleh kerangka literasi digital kontemporer yang dijelaskan oleh UNESCO (2019), yang menekankan kemampuan seseorang untuk mengoperasikan fitur digital, memahami peraturan keamanan, menilai kredibilitas informasi dari berbagai sumber, dan menggunakan aplikasi BRImo dengan aman.
2. Persepsi Keamanan (X2) Pengguna memiliki persepsi keamanan, yang berarti bahwa layanan BRImo memiliki kemampuan untuk melindungi data pribadi mereka dengan baik, menjaga transaksi digital aman, dan menyediakan sistem autentikasi yang baik. Persepsi keamanan menunjukkan seberapa yakin pengguna terhadap kemampuan sistem untuk mencegah kebocoran atau penyalahgunaan data, menurut Featherman dan Pavlou (2003) dan Suh dan Han (2002). Persepsi ini juga mencakup evaluasi bagaimana bank menangani

masalah keamanan. Oleh karena itu, keyakinan, rasa aman, dan kekhawatiran pengguna dalam penelitian ini diwakili oleh indikator-indikator operasional.

3. Penggunaan *Digital payment* (X3), penggunaan *digital payment* mengacu pada kebiasaan dan preferensi individu untuk menggunakan *digital payment* melalui BRImo. Definisi ini didasarkan pada penelitian Bank Indonesia (2022) dan penelitian Putri dan Rahmawati (2023) yang menekankan bahwa penggunaan *digital payment* tidak hanya terkait dengan frekuensi transaksi, tetapi juga terkait dengan preferensi terhadap pembayaran non-tunai, kenyamanan dalam melakukan transaksi digital, dan kemungkinan penipuan. Akibatnya, penggunaan *digital payment* menunjukkan bagaimana responden menggunakan BRImo sebagai alat transaksi dan pengaturan finansial.
4. Keputusan BRImo (Y), Pengguna memilih BRImo sebagai aplikasi perbankan digital terbaik. Menurut Kotler dan Keller (2016) dan Sugiyono (2023), langkah terakhir dalam proses pengambilan keputusan konsumen adalah keputusan penggunaan, di mana manfaat, risiko, dan pengalaman penggunaan dipertimbangkan. Keputusan tentang penggunaan aplikasi dalam penelitian ini termasuk keinginan untuk mempertahankan penggunaan, keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain, persepsi manfaat aplikasi dibandingkan risiko, komitmen untuk menggunakan aplikasi meskipun terjadi gangguan, dan konsistensi dalam penggunaan aplikasi dalam aktivitas keuangan. Konsep ini menunjukkan bahwa faktor internal dan kebiasaan transaksi digital memengaruhi pilihan penggunaan.

### **3.6.2 Definisi Operasional**

Definisi operasional menjelaskan bagaimana suatu variabel diukur dalam penelitian, termasuk indikator dan pernyataan yang digunakan dalam instrumen penelitian (Sugiyono, 2023). Tujuannya adalah untuk mengubah variabel abstrak menjadi data yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik. Berikut adalah penjelasan definisi konseptual dan operasional penelitian ini:

Tabel 3.2 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional Variabel

| Variabel               | Definisi Operasional  | Indikator   | Item   |
|------------------------|---|---|--|
| Literasi Digital (X1)  | Literasi digital diukur dari kemampuan responden dalam memahami, menggunakan, dan memanfaatkan teknologi digital secara efektif serta mampu menjaga keamanan informasi dalam penggunaan aplikasi BRImo (Gilster,1997;UNESCO,2019) | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemampuan menggunakan fitur aplikasi BRImo</li> <li>2. Pemanahaman pengaturan keamanan digital</li> <li>3. Kemampuan menilai informasi keuangan daring</li> <li>4. Kebiasaan mencari panduan <i>online</i></li> <li>5. Kesadaran terhadap risiko</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya mampu mengoperasikan fitur-fitur seperti cek saldo dan <i>transfer</i>.</li> <li>2. Saya mengetahui cara mengatur dan mengubah fitur keamanan di BRImo, seperti PIN, OTP, atau biometrik.</li> <li>3. Saya selalu percaya diri menggunakan berbagai fitur BRImo tanpa memerlukan bantuan orang lain</li> <li>4. Saya terbiasa mencari panduan atau informasi daring Ketika menghadapi kendala penggunaan BRImo.</li> <li>5. Saya mengikuti informasi terbaru tentang fitur dan keamanan BRImo dari sumber resmi BRI.</li> </ol> |
| Persepsi Keamanan (X2) | Persepsi keamanan diukur dari keyakinan pengguna bahwa penggunaan BRImo aman, transaksi terlindungi, dan data pribadi tidak mudah disalahgunakan oleh pihak lain.   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. perlindungan data pribadi pengguna</li> <li>2. keamanan proses transaksi digital</li> <li>3. efektivitas sistem autentikasi (PIN, OTP, biometrik)</li> <li>4. kekhawatiran terhadap kebocoran data</li> <li>5. kepercayaan terhadap respons bank</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya yakin data pribadi saya aman saat menggunakan BRImo.</li> <li>2. Saya percaya transaksi yang dilakukan melalui BRImo terlindungi dengan baik.</li> <li>3. Saya yakin sistem otentifikasi BRImo, seperti PIN, OTP, dan Biometrik bekerja dengan baik untuk menjaga keamanan.</li> <li>4. Saya percaya BRImo terus meningkatkan</li> </ol>  |

|   |   |  |  |
|---|---|--|--|
|   |   | dalam menangani keamanan   | sistem keamanannya untuk memberikan perlindungan yang lebih baik kepada pengguna.  |
| Penggunaan Digital <i>Payment</i> (X3)  | Kebiasaan penggunaan digital <i>Payment</i> diukur dari intensitas dan konsistensi responden dalam menggunakan layanan digital <i>payment</i> seperti BRImo untuk kegiatan transaksi keuangan sehari-hari. (Bank Indonesia, 2022; Putri & Rahmawati,2023) | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. frekuensi penggunaan BRImo untuk transaksi</li> <li>2. preferensi terhadap pembayaran non-tunai</li> <li>3. kenyamanan dalam transaksi digital</li> <li>4. Konsisten penggunaan aplikasi yang sama</li> <li>5. Kebiasaan menggunakan aplikasi dalam pengaturan keuangan</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya sering memanfaatkan BRImo untuk melakukan pembayaran, top-up, dan transaksi finansial lainnya.</li> <li>2. Saya selalu nyaman melalukan transaksi digital melalui fitur cepat BRImo, seperti QRIS atau scan.</li> <li>3. Saya selalu menganggap transaksi melalui BRImo lebih efisien dibandingkan metode pembayaran lainnya.</li> <li>4. Saya menggunakan BRImo untuk sebagian besar transaksi keuangan pribadi yang saya lakukan.</li> <li>5. Saya selalu terbantu fitur-fitur pembayaran di BRImo dalam mengelola keuangan harian.</li> <li>6. Saya lebih memilih menggunakan BRImo untuk transaksi digital karena prosesnya praktis dan mudah digunakan.</li> </ol> |
| Kaputusan Penggunaan Aplikasi BRImo (Y) | Keputusan penggunaan BRImo diukur dari kecenderungan responden untuk memilih, menggunakan, dan terus  | 1. Niat untuk terus menggunakan BRImo  | 1. Saya memiliki niat untuk terus menggunakan BRImo sebagai  |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  | <p>menggunakan BRImo sebagai aplikasi utama dalam aktivitas perbankan digital. (Kotler &amp; Keller,2016; Sugiyano,2023)</p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Rekomendasi kepada orang lain</li> <li>3. Persepsi manfaat dibandingkan risiko</li> <li>4. Keputusan untuk tetap menggunakan meski ada gangguan</li> <li>5. Penggunaan rutin dalam kegiatan finansial</li> </ol> | <p>aplikasi perbankan digital saya.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Saya menggunakan BRImo secara konsisten dalam aktivitas keuangan sehari-hari.</li> <li>3. Saya menilai fitur-fitur BRImo sudah memenuhi kebutuhan saya dalam bertransaksi digital</li> <li>4. Saya mendapatkan pengalaman transaksi yang praktis dan efisien saat menggunakan BRImo.</li> <li>5. Saya berencana menggunakan BRImo untuk lebih banyak keperluan finansial ke depan.</li> <li>6. Saya menggunakan BRImo untuk mengatur dan memantau keuangan pribadi dengan lebih mudah.</li> <li>7. Saya mendapatkan pengalaman penggunaan BRImo yang sesuai dengan kebutuhan saya sebagai pengguna layanan perbankan digital.</li> </ol> |
|--|--|--|--|

*Sumber : Data Diolah Penulis (2025)*

### 3.7 Pengujian Instrumen

Pengujian instrumen penelitian harus dilakukan untuk memastikan bahwa mereka menghasilkan data yang akurat. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk memastikan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner mengukur nilai yang diperlukan (*valid*) dan

konsisten (reliabel) ketika digunakan pada waktu yang berbeda. Sebagai contoh, validitas dan reliabilitas instrumen diuji:

### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menentukan seberapa tepat pernyataan kuesioner dapat menganalisis variabel yang diteliti. Jika ada hubungan yang signifikan secara statistik antara skor butir pertanyaan dan skor total, instrumen tersebut dianggap *valid*, menurut Ghozali (2018). Rumus Validitas (Korelasi *Product Moment Pearson*) Rumus dasar yang digunakan adalah:

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Rumus 3.2 *Karl Pearson*

Keterangan:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi antara skor item (X) dan skor total (Y)

$N$  = jumlah responden

$\sum XY$  = jumlah hasil kali antara skor item dan skor total Kriteria Keputusan:

Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (pada  $\alpha = 0,05$ ), maka item *valid*

Jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ , maka item tidak *valid*

Pengujian validitas dilakukan melalui uji coba instrumen terhadap 30 responden yang diambil dari total populasi sebanyak 400 responden. Dalam pengujian ini, skor setiap butir pernyataan (X) dikorelasikan dengan skor total (Y). Hasil perhitungan koefisien korelasi ( $r_{hitung}$ ) kemudian dibandingkan dengan nilai  $r_{tabel}$  pada taraf signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n - 2$ . Item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai  $r_{hitung}$  lebih besar daripada  $r_{tabel}$ .

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas

| Variabel                                | Item | r <sub>hitung</sub> | Signifikan | r <sub>tabel</sub> | Keterangan |
|---|------|---------------------|------------|--------------------|------------|
| Literasi Digital (X1)                   | X1.1 | 0,854               | 0,001      | 0,361              | Valid      |
|   | X1.2 | 0,907               | 0,001      | 0,361              | Valid      |
|   | X1.3 | 0,771               | 0,001      | 0,361              | Valid      |
|   | X1.4 | 0,882               | 0,001      | 0,361              | Valid      |
|   | X1.5 | 0,800               | 0,001      | 0,361              | Valid      |
| Persepsi Keamanan (X2)                  | X2.1 | 0,906               | 0,001      | 0,361              | Valid      |
|   | X2.2 | 0,888               | 0,001      | 0,361              | Valid      |
|   | X2.3 | 0,848               | 0,001      | 0,361              | Valid      |
|   | X2.4 | 0,877               | 0,001      | 0,361              | Valid      |
| Penggunaan Digital Payment (X3)         | X3.1 | 0,899               | 0,001      | 0,361              | Valid      |
|   | X3.2 | 0,702               | 0,001      | 0,361              | Valid      |
|   | X3.3 | 0,906               | 0,001      | 0,361              | Valid      |
|   | X3.4 | 0,868               | 0,001      | 0,361              | Valid      |
|   | X3.5 | 0,915               | 0,001      | 0,361              | Valid      |
|   | X3.6 | 0,858               | 0,001      | 0,361              | Valid      |
| Keputusan Penggunaan Aplikasi BRIMO (Y) | Y1   | 0,864               | 0,001      | 0,361              | Valid      |
|   | Y2   | 0,846               | 0,001      | 0,361              | Valid      |
|   | Y3   | 0,825               | 0,001      | 0,361              | Valid      |
|   | Y4   | 0,895               | 0,001      | 0,361              | Valid      |
|   | Y5   | 0,816               | 0,001      | 0,361              | Valid      |
|   | Y6   | 0,904               | 0,001      | 0,361              | Valid      |
|   | Y7   | 0,881               | 0,001      | 0,361              | Valid      |

Sumber : Output SPSS 31 (Data Diolah)

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 3.3 menunjukkan bahwa semua item pernyataan variabel seluruh item dalam penelitian ini memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , sehingga item-item pernyataan kuesioner dapat dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian. Secara keseluruhan, instrument penelitian ini memenuhi kriteria validitas dan dapat diandalkan untuk menggambarkan variabel dalam penelitian ini.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi seberapa konsisten atau akurat jawaban responden terhadap topik-topik yang dibahas dalam kuesioner. Sugiyono (2023) menyatakan bahwa suatu instrumen dikatakan reliabel jika hasil pengukurannya menunjukkan konsistensi dalam kondisi yang sama. Dalam penelitian ini, reliabilitas diuji menggunakan metode Cronbach Alpha yang umum digunakan pada penelitian kuantitatif berbasis kuesioner likert. Rumus *Cronbach's Alpha*:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Rumus 3.3 *Cronbach's Alpha*

Keterangan:

$\alpha$  = nilai reliabilitas (*Cronbach's Alpha*)

$k$  = jumlah item pernyataan

$\sigma_i^2$  = varians skor tiap item

$\sigma_t^2$  = varians total skor seluruh item

Ghozali (2018) menunjukkan bahwa dapat *Cronbach's Alpha* diterima jika  $> 0,6$ . Semakin dekat *Cronbach's Alpha* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsisten internal. Setelah dilakukan uji validitas, pengujian kemudian melakukan uji reliabilitas pada masih instrument variabel X1, variabel X2, variabel X3, dan Variabel Y menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* dengan bantuan program SPSS. Hasil pengujian reliabilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel                                | Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i> | Koefisien r | Simpulan         |
|---|-----------------------------------|-------------|------------------|
| Literasi Digital (X1)                   | 0,895                             | 0,81-0,999  | Sangat Realiabel |
| Persepsi Keamanan (X2)                  | 0,902                             | 0,81-0,999  | Sangat Realiabel |
| Penggunaan Digital Payment (X3)         | 0,928                             | 0,81-0,999  | Sangat Realiabel |
| Keputusan Penggunaan Aplikasi BRImo (Y) | 0,940                             | 0,81-0,999  | Sangat Realiabel |

Sumber : Output 31 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 3.4 hasil uji reliabilitas untuk empat variabel yang dianalisis dalam penelitian ini, yaitu Literasi Digital (X1), Persepsi Keamanan (X2), Penggunaan Digital *Payment* (X3), dan Keputusan Penggunaan Aplikasi BRImo (Y). Nilai koefisien *Cronbach's Alpha* untuk variabel Literasi Digital (X1) adalah 0,895 yang berada dalam rentang 0,81-0,999, menunjukkan reliabilitas yang tinggi. Kemudian variabel Persepsi Keamanan (X2) memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,902 yang berada dalam rentang 0,81-0,999, menunjukkan reliabilitas yang tinggi. Sementara itu, variabel Penggunaan Digital *Payment* (X3) memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,928 yang berada dalam rentang 0,81-0,999, menunjukkan reliabilitas yang tinggi. Adapun variabel Keputusan Penggunaan Aplikasi BRImo (Y) memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,940 yang berada dalam rentang 0,81-0,999, menunjukkan reliabilitas yang tinggi. Secara keseluruhan, hasil uji ini mengindikasikan bahwa instrument penelitian memiliki Tingkat konsistensi internal yang baik, dengan semua variabel menunjukkan reliabilitas tinggi.

### **3.8 Teknik Analisis Data**

Tiga tahap utama analisis data dilakukan dalam penelitian ini: analisis deskriptif, pemeriksaan asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda. Tujuan dari ketiga tahap ini adalah untuk memastikan bahwa data memenuhi asumsi statistika yang diperlukan dan untuk menguji hipotesis penelitian dengan benar. Program statistik seperti SPSS, Stata, dan R digunakan untuk melakukan analisis (Ghozali, 2018; Sugiyono, 2023).

#### **3.8.1 Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif digunakan untuk membantu peneliti dan pembaca memahami karakteristik data lebih baik sebelum melakukan uji inferensial. Tujuan analisis deskriptif adalah untuk menjelaskan distribusi skor dan karakteristik responden untuk masing-masing variabel penelitian (Menurut Hair dkk, 2014).

### A. *Mean* (rata-rata)

Rata-rata atau *mean* adalah analisis nilai sekumpulan data yang menunjukkan jumlah individu. Dihitung dengan menjumlahkan semua nilai dalam kelompok, kemudian membaginya dengan jumlah individu.

$$x = \frac{\sum x_i}{n} = \frac{1}{n} = (X_1 + X_2 + \dots + X_n)$$

#### Rumus 3.4 *Mean*

Keterangan :

$X$  : rata-rata atau *mean*

$\sum X_i$  : jumlah seluruh nilai data

$n$  : jumlah data atau responden

### b. *Median* (Nilai Tengah)

*Median* Adalah Nilai yang membagi data menjadi dua bagian identik dapat ditemukan dengan menggunakan median, yang merupakan analisis dari nilai tengah data yang telah diurutkan dari terkecil ke terbesar atau terbesar ke terkecil. Rumus *median* adalah sebagai berikut:

$$Med = L + \left( \frac{\frac{2}{n} + F}{Fm} \right) \cdot i$$

#### Rumus 3.5 *Median*

Keterangan :

Med : *median* atau nilai Tengah

L : tepi bawah kelas *median*

n : banyak data

F<sub>m</sub> : frekuensi kelas *median*

F : frekuensi kumulatif sebelum kelas median i : interval kelas

c. Standar Deviasi

Rumus modus adalah analisis nilai kumpulan data yang muncul dengan frekuensi tertinggi atau yang paling sering terjadi dalam kelompok tersebut.

$$M_0 = L_0 + \frac{d_1}{d_1 + d_2} \times c$$

Rumus 3.6 Standar Deviasi

Keterangan:

M<sub>0</sub> : modus

L<sub>0</sub> : tepi bawah kelas dari kelas terdapatnya modus

d<sub>1</sub> : selisih antara frekuensi kelas terdapatnya modus dengan frekuensi sebelumnya

d<sub>2</sub> : selisih frekuensi kelas modus dengan frekuensi sebelumnya

c : interval kelas

### 3.8.2 Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Linearitas

Tujuan uji linearitas adalah untuk mengetahui apakah hubungan antara masing- masing variabel bebas literasi digital, persepsi keamanan, dan penggunaan digital *payment* dan variabel terikat dapat dimodelkan secara linier. Metode ini menggunakan pemeriksaan grafik dan analisis statistik:

- Visualisasi: *plot scatterplot* antara nilai terprediksi dan nilai residual, dan *plot partial regression* untuk setiap prediktor. Pola teratur berbentuk kurva

menunjukkan kemungkinan hubungan non-linear, sedangkan pola titik acak di sekitar garis 0 menunjukkan linearitas (Gujarati, 2003).

- Uji tambahan: Peneliti menggunakan uji spesifikasi model, seperti RESET, jika diperlukan untuk mengidentifikasi apakah bentuk polinomial atau interaksi harus dimasukkan. Keandalan diagnosis: Kombinasi uji grafik dan uji spesifikasi membuat kesimpulan lebih dapat dipercaya karena grafik sensitif untuk mengidentifikasi pola non-linear yang halus, dan uji statistik memberi nilai signifikansi.

Jika terjadi non-linearitas tindakan tambahan dapat berupa transformasi variabel (misalnya, log atau akar), penambahan suku kuadrat, atau pemodelan non-linier (misalnya regresi polinomial atau non-parametrik). Menurut Ghozali (2018), linearitas kemudian diuji ulang untuk memastikan bahwa perbaikan tersebut berhasil.

#### **b. Uji Normalitas**

Uji normalitas diuji pada residual bukan data mentah. Asumsi normalitas residual diperlukan agar uji inferensial (uji t dan F) memiliki validitas yang baik. Ini terutama berlaku untuk sampel yang kecil.

- *Visual*: plot Q-Q normal, atau plot probabilitas, dan histogram residual. Titik yang berdekatan dengan garis diagonal pada plot Q-Q menunjukkan bahwa residual hampir normal.
- Uji statistik: *Shapiro-Wilk* disarankan untuk sampel kecil, tetapi *Kolmogorov-Smirnov* dan *Lilliefors* biasanya digunakan untuk sampel yang lebih besar. Dilaporkan juga ukuran *skewness* dan kurtosis untuk menunjukkan simpangan dari normalitas.
- Pertimbangkan ukuran sampel: *Central Limit Theorem* (CLT) memungkinkan uji-uji parameter tetap menjadi *valid* meskipun ada deviasi kecil dari normalitas jika sampel besar (misalnya, lebih dari 200). Namun, pelaporan tetap harus jujur dan langkah perbaikan dipertimbangkan (Ghozali, 2018).

Jika residual tidak normal, lakukan hal-hal berikut: transformasi variabel dependen (*log*, *square root*), menggunakan estimator robust atau teknik *bootstrap* untuk inferensi (*p-value* dan interval kepercayaan), dan memberikan laporan transparan tentang hasil sebelum dan setelah perbaikan.

### c. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas terjadi ketika dua atau lebih variabel independen memiliki korelasi yang sangat tinggi satu sama lain. Ini menyebabkan koefisien regresi yang tidak stabil dan interval standar *error* yang lebih besar.

- Uji Deteksi numerik dan visual: gambaran awal diberikan oleh matriks korelasi antar variabel. Nilai korelasi antar X yang sangat tinggi, seperti 0,8, menjadi sinyal peringatan. Untuk keputusan akhir, ukuran diagnostik digunakan, yang biasanya digunakan dalam literatur.
- Keandalan: penelitian menjadi lebih *valid* ketika dibantu oleh indikator numerik dalam pemeriksaan matriks korelasi, karena korelasi sederhana kadang-kadang menutupi efek multivariat yang hanya dapat dilihat melalui ukuran diagnostik.

Referensi metodologis (Hair et al., 2014) menyarankan pemeriksaan yang melibatkan beberapa metode. Jika ditemukan multikolinearitas, langkah-langkah berikut dapat diambil. Variabel yang tumpang tindih dapat dihilangkan atau digabungkan, dimensi dapat dikurangi dengan teknik seperti PCA, atau metode estimasi alternatif yang lebih toleran terhadap kolinearitas dapat digunakan. Jika peneliti telah membuat keputusan untuk mempertahankan variabel yang berkorelasi, mereka harus menjelaskan alasan teoritis di balik keputusan tersebut.

### d. Uji heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi ketika varian residual tidak konstan di antara level prediksi. Ini menyebabkan kesalahan standar tidak valid dan mengurangi efisiensi estimator OLS.

- *Visual*: residual standar *scatterplot* terhadap nilai yang diprediksi. Pola kipas atau sistematis menunjukkan heteroskedastisitas, sedangkan pola menyebar acak menunjukkan homoskedastisitas.
- Uji statistik: untuk pengambilan keputusan, uji formal seperti tes *White* atau *Breusch-Pagan* digunakan. Karena setiap uji memiliki kepekaan yang berbeda terhadap jenis heteroskedastisitas yang berbeda, penggabungan tes formal dan grafik memperkuat kesimpulan.
- Keandalan: Kesimpulan lebih dapat dipercaya jika hasil dari satu uji statistik dan grafik konsisten. Jika hasil tidak konsisten, lakukan analisis sensitivitas (seperti *White* dan *Glejser*) untuk memastikan penelitian.

Selanjutnya jika ada heteroskedastisitas lakukan hal-hal berikut: menggunakan rasio standar yang kuat (koreksi *White*) untuk inferensi, melakukan transformasi variabel (misalnya, log), atau menggunakan pendekatan *Weighted Least Squares* (WLS). Laporan metode perbaikan dan perbandingan hasil sebelum dan sesudah sangat penting.

### 3.8.3 Teknik Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah metode analisis data yang digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen dalam kasus di mana variabel independen berjumlah dua atau lebih (Sugiyono, 2023). Pemilihan metode ini sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengevaluasi bagaimana literasi digital, persepsi keamanan, dan penggunaan digital *payment* memengaruhi keputusan nasabah

BRImo di Kantor Cabang Tanjung Karang dan Kantor Cabang Teluk Betung. Pengolahan data dilakukan menggunakan program statistik IBM SPSS versi 31.

Program ini menghitung nilai koefisien regresi, uji signifikansi (uji t dan uji F), dan koefisien determinasi ( $R^2$  dan  $R^2$  yang disesuaikan) untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan dan parsial. Adapun bentuk umum persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

### Rumus 3.7 Model Regresi Linier Berganda

Keterangan:

$Y$  = Keputusan penggunaan BRImo

$X_1$  = Literasi digital

$X_2$  = Persepsi keamanan

$X_3$  = Penggunaan digital *payment*

$\beta_0$  = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  = b regresi dari masing-masing variabel independen

$\varepsilon$  = *Error* atau residual (faktor lain di luar model)

### 3.9 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah proses untuk memastikan bahwa tanggapan sementara terhadap rumusan masalah penelitian benar. Untuk memastikan apakah pengaruh yang diharapkan benar-benar signifikan secara empiris, hipotesis harus diuji secara statistik (Sugiyono, 2023). Untuk memastikan bahwa variabel literasi digital ( $X_1$ ), persepsi keamanan ( $X_2$ ), dan penggunaan digital *payment* ( $X_3$ ) memengaruhi keputusan BRImo ( $Y$ ). Uji t (parsial) dan F (simultan) adalah dua tahap utama dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menguji hipotesis.

#### 3.9.1 Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan seberapa besar literasi digital, persepsi keamanan, dan

penggunaan digital *payment* berdampak pada keputusan untuk menggunakan BRImo. Ini adalah hipotesis yang dicoba:

- H<sub>0</sub>: Setiap variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan BRImo.
- H<sub>a</sub>: Masing-masing variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan BRImo.

Tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$  (lima persen) digunakan untuk melakukan pengujian. Nilai  $t_{hitung}$  diperoleh dari hasil analisis regresi menggunakan SPSS versi 31, dan kemudian dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  berdasarkan derajat kebebasan ( $df = n - k - 1$ ), di mana  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah variabel independen. Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel} \rightarrow H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak (tidak berpengaruh signifikan).
2. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel} \rightarrow H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (berpengaruh signifikan).
3. Jika nilai signifikansi (Sig.)  $> 0,05 \rightarrow H_0$  diterima.
4. Jika nilai signifikansi (Sig.)  $< 0,05 \rightarrow H_0$  ditolak.

Dengan demikian, apabila hasil uji menunjukkan nilai *Sig.*  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang diuji memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan BRImo.

### 3.9.2 Uji F (Simultan)

Uji F dimaksudkan untuk menentukan apakah semua variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara bersamaan atau simultan (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk

menentukan apakah literasi digital (X1), persepsi keamanan (X2), dan penggunaan digital *payment* (X3) secara bersamaan berpengaruh terhadap keputusan untuk menggunakan BRImo (Y). Berikut ini adalah hipotesis yang diuji:

- H<sub>0</sub>: Literasi digital, persepsi keamanan, dan penggunaan digital *payment* tidak berdampak signifikan secara bersamaan terhadap keputusan untuk menggunakan BRImo.
- H<sub>a</sub>: Literasi digital, persepsi keamanan, dan penggunaan digital *payment* memengaruhi keputusan BRImo.

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel} \rightarrow H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak (tidak ada pengaruh simultan).
2. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel} \rightarrow H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (terdapat pengaruh simultan).
3. Jika nilai signifikansi (Sig.)  $< 0,05 \rightarrow H_0$  ditolak, artinya model regresi signifikan secara simultan.

Apabila hasil uji F menunjukkan *Sig.*  $< 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel bebas bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan BRImo.

### 3.10 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi dapat digunakan untuk menentukan seberapa besar kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variasi perubahan yang terjadi pada variabel dependen (Sugiyono, 2023). Nilai  $R^2$ , juga dikenal sebagai *R-Square*, menunjukkan proporsi variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh kombinasi semua variabel independen dalam model regresi. Nilai  $R^2$  yang lebih tinggi (mendekati 1) menunjukkan bahwa model memiliki kapasitas yang lebih besar untuk menjelaskan variasi keputusan penggunaan BRImo, sedangkan nilai  $R^2$  yang lebih rendah menunjukkan bahwa variabel independen tidak dapat menjelaskan dengan baik variabel dependen. Tabel berikut menunjukkan interpretasi umum dari nilai koefisien determinasi:

**Tabel 3.5 Uji Koefisien Determinasi**

| <b>Interval Koefisien</b> | <b>Tingkat Hubungan</b> |
|---------------------------|-------------------------|
| 0,00-0,19                 | Sangat rendah           |
| 0,20-0,39                 | Rendah                  |
| 0,40-0,59                 | Sedang                  |
| 0,60-0,79                 | Kuat                    |
| 0,80-1,00                 | Sangat Kuat             |

*Sumber : Sugiyono (2013)*

Penelitian ini juga menggunakan Adjusted R<sup>2</sup>. Ini adalah nilai R<sup>2</sup> yang telah disesuaikan dengan jumlah variabel independen. Ini lebih tepat digunakan dalam model yang memiliki lebih dari satu variabel bebas karena mempertimbangkan kemungkinan penambahan variabel yang tidak relevan. Oleh karena itu, nilai R<sup>2</sup> dan nilai R<sup>2</sup> yang disesuaikan akan menunjukkan seberapa besar variabel literasi digital, persepsi keamanan, dan penggunaan digital *payment* dapat mempengaruhi pilihan pelanggan yang berbeda untuk menggunakan BRImo di Kota Bandar Lampung.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh literasi digital, persepsi keamanan, dan penggunaan digital *payment* terhadap pengambilan keputusan masyarakat Bandar Lampung dalam menggunakan aplikasi BRImo dari Bank Rakyat Indonesia, beberapa kesimpulan dapat ditarik sebagai berikut:

1. Literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat Bandar Lampung dalam menggunakan aplikasi BRImo. Semakin tinggi kemampuan individu dalam memahami dan memanfaatkan teknologi digital, semakin besar kecenderungan untuk menggunakan BRImo.
2. Persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan BRImo. Semakin tinggi tingkat rasa aman terhadap perlindungan data dan transaksi, semakin kuat keputusan masyarakat untuk menggunakan aplikasi tersebut.
3. Penggunaan digital *payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan BRImo. Semakin sering masyarakat melakukan transaksi non-tunai, semakin tinggi kemungkinan mereka memilih BRImo sebagai sarana transaksi keuangan.
4. Secara simultan, literasi digital, persepsi keamanan, dan Penggunaan digital *payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat Bandar Lampung dalam menggunakan aplikasi BRImo. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan dipengaruhi oleh kombinasi kemampuan digital, kepercayaan terhadap keamanan sistem, serta kebiasaan transaksi non-tunai.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi digital di sektor perbankan tidak hanya bergantung pada inovasi teknologi, tetapi juga pada kesiapan pengguna dalam hal literasi digital, persepsi keamanan, dan penggunaan digital *payment*. Oleh karena itu, peningkatan edukasi digital, penguatan sistem keamanan, dan pengembangan fitur pembayaran terintegrasi menjadi langkah penting untuk mendorong penggunaan aplikasi perbankan digital secara berkelanjutan.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh literasi digital, persepsi keamanan, dan penggunaan digital *payment* terhadap keputusan masyarakat Bandar Lampung dalam menggunakan aplikasi BRImo dari Bank Rakyat Indonesia, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

### **1. Saran Praktis**

Bagi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk sebagai pengelola aplikasi BRImo, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penguatan sistem keamanan dan perlindungan data pribadi perlu menjadi prioritas strategis guna menjaga serta meningkatkan kepercayaan nasabah. Transparansi informasi terkait mekanisme keamanan transaksi juga penting untuk memperkuat persepsi keamanan pengguna. Selain itu, pengembangan ekosistem pembayaran digital melalui perluasan kerja sama dengan berbagai merchant serta peningkatan kemudahan dan kecepatan transaksi dalam aplikasi dapat mendorong terbentuknya kebiasaan penggunaan yang berkelanjutan. Di sisi lain, mengingat literasi digital memiliki tingkat pengaruh yang relatif lebih rendah, diperlukan upaya peningkatan melalui pengembangan fitur edukasi berbasis aplikasi, seperti tutorial singkat, panduan penggunaan yang sistematis, serta notifikasi edukatif yang kontekstual. Penguatan layanan pusat bantuan yang informatif juga dapat mendukung peningkatan pemahaman pengguna. Dengan demikian,

optimalisasi fitur edukatif diharapkan mampu meningkatkan literasi digital dan mendorong keputusan penggunaan aplikasi BRImo secara berkelanjutan.

## **2. Saran Teoritis**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi keamanan merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan penggunaan BRImo. Penelitian ini memperkuat teori perilaku konsumen digital yang menempatkan aspek kepercayaan dan persepsi risiko sebagai determinan utama dalam adopsi layanan keuangan berbasis teknologi. Literasi digital yang tetap berpengaruh positif namun memiliki kontribusi paling kecil menunjukkan bahwa kemampuan teknis pengguna berperan sebagai faktor pendukung, bukan sebagai penentu utama keputusan. Sementara itu, pengaruh penggunaan digital *payment* menegaskan pentingnya pendekatan perilaku berbasis habit dalam menjelaskan intensitas dan keberlanjutan penggunaan layanan perbankan digital. Untuk pengembangan penelitian selanjutnya, disarankan agar model penelitian diperluas dengan menambahkan variabel lain seperti persepsi kemudahan penggunaan, kualitas sistem, kualitas layanan digital, tingkat kepercayaan, maupun kepuasan pengguna guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif. Selain itu, penelitian dapat dilakukan pada wilayah atau provinsi lain di Indonesia untuk menguji konsistensi penelitian serta mengidentifikasi kemungkinan perbedaan karakteristik pengguna.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Antara News. (2025, Juli 30). *Pengguna BRImo di Region 5 Bandar Lampung Capai 1,67 Juta Nasabah*.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2017). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bank Indonesia. (2022). *Laporan Ekonomi dan Keuangan Digital Indonesia 2022*.
- Bank Indonesia. (2024). *Statistik Sistem Pembayaran dan Transaksi Digital Indonesia 2024*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bank Rakyat Indonesia (BRI). (2023). *Laporan Tahunan BRI 2023*. Jakarta: PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.
- Bank Rakyat Indonesia (BRI). (2024). *BRI Annual Report & BRImo Digital Performance Update*. Jakarta: BRI Corporate Communication.
- Bank Indonesia. (2025). *Statistik Sistem Pembayaran Indonesia*.
- Bernadi Kurniawan. (2025). *Pernyataan Regional CEO BRI Region 5 Bandar Lampung tentang Transformasi Digital*. Antara News Lampung, 30 Juli 2025.
- CNBC Indonesia. (2025). *Transaksi Bank Digital Tumbuh 40,1%, Didominasi Gen Z & Milenial*.

- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th ed.)*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Elysa, N. S., dkk. (2023). *Evaluasi User Experience Aplikasi BRImo dengan Metode UEQ*. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 7(1), 20–33.
- Elysa, R., Prasetyo, B., & Hermawan, R. (2023). *Digital Literacy and User Behavior in Mobile Banking Adoption*. *Jurnal Ilmu Manajemen Digital*, 5(2), 110–124.
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). *Predicting e-services adoption: A perceived risk facets perspective*. *International Journal of Human- Computer Studies*, 59(4), 451–474.
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). *Predicting E-Services Adoption: A Perceived Risk Facets Perspective*. *International Journal of Human- Computer Studies*, 59(4), 451–474.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*.
- Gilster, P. (1997). *Digital Literacy*. New York: John Wiley & Sons.
- Gujarati, D. N. (2003). *Basic Econometrics (4th ed.)*. New York: McGraw-Hill.
- Hapsari, R., & Nugroho, A. (2021). Pengaruh literasi digital terhadap penggunaan layanan perbankan digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 85–9
- Hidayat, R., & Lestari, M. (2022). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Mobile Banking*. *Jurnal Bisnis dan Keuangan Modern*, 4(3), 201–214.
- Ipsos Indonesia. (2025, Maret 14). *Riset Perilaku Konsumen Bank Digital di Indonesia*. Jakarta: Ipsos Indonesia.

- Jogiyanto, H. M. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. DataReportal.
- Kominfo. (2023). *Indeks Literasi Digital Nasional*.
- Kominfo. (2023). *Laporan Indeks Literasi Digital Indonesia Tahun 2023*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kurnia, S., & Choudrie, J. (2021). *Adoption of Mobile Banking in Emerging Economies: A Case Study Approach*. *Information Systems Frontiers*, 23(2), 411–430.
- Kusuma, H., & Susanti, D. (2022). Persepsi keamanan dan kepercayaan pengguna terhadap mobile banking. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan*, 14(1), 45–58.
- Lestari, S., & Prasetyo, E. (2021). Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan mobile banking. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 112–12
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2024). *Laporan Inklusi Keuangan Indonesia 2024*.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2024). *Laporan Perkembangan Fintech dan Inklusi Keuangan Digital*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: *A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluoto, H., & Pahnala, S. (2004). *Consumer acceptance of online banking: An extension of the technology acceptance model*. *Internet Research*, 14(3), 224–235.
- Populix. (2024). *Laporan Survei Mobile Banking Terpopuler di Indonesia 2024*.

- Prasetyo, A., & Hermawan, Y. (2022). *Pengaruh Literasi Digital terhadap Penggunaan Mobile Banking*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 67–75.
- Prasetyo, B., & Hermawan, R. (2022). *Pengaruh Literasi Digital terhadap Penggunaan Mobile Banking di Kalangan Mahasiswa*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital Indonesia*, 7(1), 45–59.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: Andi.
- Putri, D., & Rahmawati, E. (2023). *Pengaruh Kebiasaan Menggunakan Digital Payment terhadap Niat Menggunakan Mobile Banking*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(3), 112–121.
- Putri, S. A., & Rahmawati, N. (2023). *Digital Payment Habit and Consumer Switching Intention in Indonesia*. *International Journal of Financial Technology Studies*, 2(3), 74–89.
- Rahmawati, L., & Putra, I. G. (2022). *Pengaruh Literasi Digital, Keamanan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 112–124.
- Rahyana, A., & Abrianto, D. (2024). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Digital Payment di Indonesia*. *Jurnal Inovasi Ekonomi Digital*, 3(1), 55–68.
- Ramadhani, D. (2023). *Persepsi Keamanan dan Dampaknya terhadap Kepercayaan Pengguna Mobile Banking*. *Jurnal Teknologi dan Informasi Perbankan*, 4(2), 87–96.
- Ramadhani, F. (2023). *Persepsi Keamanan dan Kepercayaan pada Penggunaan Mobile Banking*. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 9(2), 45–57.

- Riyadi, S., & Hidayat, R. (2021). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Mobile Banking di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital Indonesia*, 3(1), 56–70.
- Riyanto, S. (2020). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Digital Payment di Indonesia*. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(2), 145–158.
- Rizky, M., & Putri, A. (2023). *Pengaruh persepsi keamanan dan kemudahan terhadap penggunaan dompet digital*. *Jurnal Sistem Informasi*, 19(2), 101–115.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations (5th ed.)*. Free Press.
- Sari, A., & Utomo, Y. (2022). *Inklusi Keuangan dan Transformasi Digital Perbankan di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Kontemporer*, 10(1), 65–79.
- Setyawan, D., & Rachmawati, T. (2023). *The Role of Digital Literacy and Trust in Mobile Banking Usage in Indonesia*. *Jurnal Teknologi Finansial Indonesia*, 2(4), 98–111.
- Statista. (2024). *Digital Payment and Mobile Banking Usage in Indonesia 2024*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suh, B., & Han, I. (2002). *Effect of trust on customer acceptance of Internet banking*. *Electronic Commerce Research and Applications*, 1(3–4), 247–263.
- Suharso, P., & Retnoningsih, A. (2017). *Kamus besar bahasa Indonesia*. Semarang: Widya Karya.
- UNESCO. (2019). *Digital Literacy Global Framework*. Paris: UNESCO Institute for Statistics.
- UNESCO. (2019). *Framework of Digital Literacy Skills*. Paris: UNESCO Institute for Information Technologies in Education.

- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
- Venkatesh, V., Thong, J.Y.L., & Xu, X. (2012). *Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the UTAUT Model*. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.
- World Bank. (2023). *Global Findex Database 2023: Financial Inclusion and Digital Payments*. Washington, DC: The World Bank.
- Yuliana, R., & Rahmawati, I. (2020). *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan mobile banking*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 85–96.