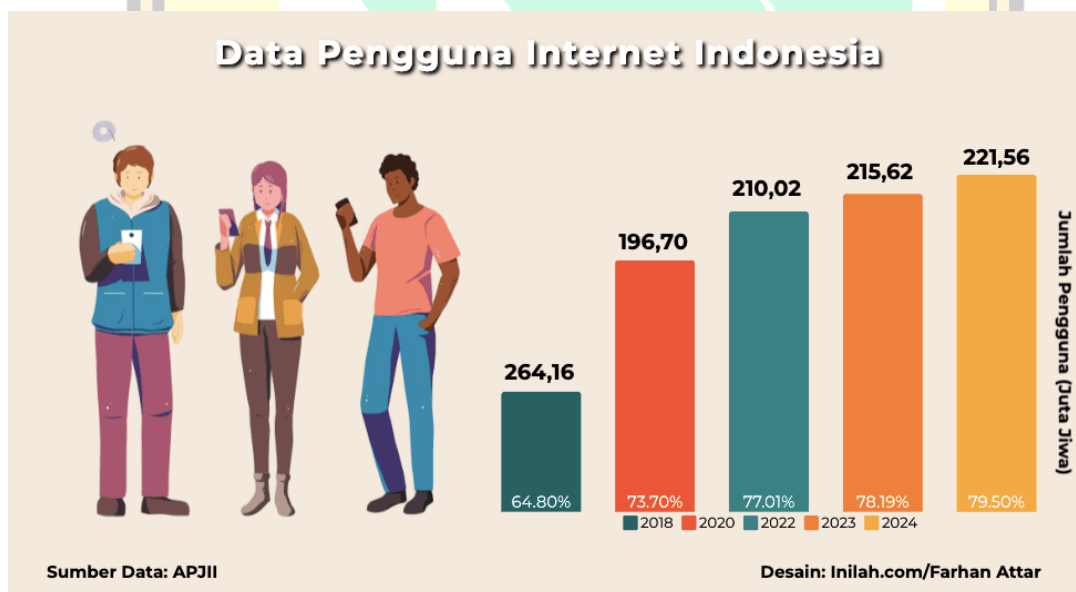


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan bidang teknologi informasi, terutama pada aspek internet, menunjukkan laju pertumbuhan yang luar biasa pada era digital modern. Di Indonesia penetrasi internet mengalami peningkatan per tahunnya, dapat dilihat pada hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2024. Total penduduk terkoneksi internet tahun 2024 yaitu 221 juta jiwa dari total penduduk Indonesia yang tercatat yaitu 278 juta jiwa.



Gambar 1 Data Pengguna Internet Indonesia
Sumber: APJII 2025

Pertumbuhan konsumen internet yang melonjak setiap tahunnya mendorong berbagai macam inovasi teknologi dan digitalisasi di berbagai aspek dan sektor

kehidupan, tidak terkecuali pada sektor keuangan. Salah satu bentuk inovasi dan digitalisasi dalam sektor keuangan adalah munculnya layanan bank digital. Bank digital merupakan bentuk bank dimana operasionalnya berfokus dilakukan secara digital, hal ini membantu nasabah dalam kegiatan transaksi keuangan tanpa harus mengunjungi kantor fisik atau kantor cabang (Indriasari et al., 2022).

Saat ini, semakin banyak bank berbasis internet yang muncul sebagai bank digital secara murni ataupun bank non-digital yang diubah bentuk menjadi bank digital. Transformasi ini ditandai dengan perubahan layanan operasional yang awalnya dilakukan pada kantor fisik menjadi layanan yang sepenuhnya berbasis digital melalui aplikasi (Baimagambet et al., 2020). Perbandingan bank non-digital dan bank digital terlihat pada tabel.

Tabel 1 Perbedaan Bank Digital dan Bank Non-Digital

Aspek	Bank Digital	Bank Non-Digital
Target Nasabah	Generasi milenial dan Z yang familiar dengan perkembangan teknologi	Masyarakat umum, semua segmen masyarakat
Tingkat Bunga	Lebih kompetitif karena tanpa kantor fisik menyebabkan tarif operasional murah	Tinggi-rendahnya beragam sesuai strategi bank
Fitur atau Layanan	Berpusat secara mobile dan layanan 24 jam	Perpaduan antara layanan digital dan kantor fisik
Popularitas	Digemari oleh kalangan muda	Dikenal secara luas
Ketersediaan Layanan	Berupa transaksi digital	Melayani secara digital dan tatap muka melalui kantor fisik
Biaya Admin	Biaya rendah bahkan gratis	Dikenakan biaya administrasi

Sumber: Bank Raya, 2024

Masyarakat Indonesia secara umum telah mengenal dan mulai menggunakan bank digital yang berkembang beberapa tahun terakhir. Kehadiran bank digital seperti Seabank, Bank Jago, Jenius, Bank Neo, Superbank, Blu by BCA Digital, AlloBank, Bank Raya, Digi Bank, Krom Bank, dan bank digital lainnya, memberikan kemudahan

transaksi yang lebih efisien, cepat, dan hemat biaya. Hal ini membuat bank digital menjadi pilihan alternatif bagi generasi muda yang mengutamakan kenyamanan dan kepraktisan dalam bertransaksi. Semakin banyaknya kehadiran bank digital memberikan masyarakat kebebasan untuk memilih bank digital yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhannya. Pada tahun 2021 pengguna bank digital diproyeksikan sebanyak 47,7 juta pengguna, 2022 sebanyak 59,96 juta pengguna dan pada tahun 2026 diproyeksikan akan mencapai angka 74,8 juta pengguna (Ramadhani & Sofia, 2024). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Samini (2020) terdapat lima aplikasi bank digital yang menjadi favorit dan digunakan masyarakat Indonesia, terdiri dari Bank Jago, Blu, Line Bank, Seabank, dan Neobank. Tingginya tingkat adopsi terhadap bank-bank tersebut mencerminkan semakin besarnya kepercayaan masyarakat, khususnya generasi muda, terhadap layanan keuangan digital yang inovatif, mudah diakses, dan aman digunakan.

Tingkat adopsi dan trend positif tersebut dapat dilihat dari data empiris terkait transaksi dan preferensi pengguna. Bank Indonesia (BI) melaporkan jumlah pembayaran melalui perbankan digital pada Mei 2024 menyentuh Rp5.570,49 triliun dimana menunjukkan peningkatan sebesar 10,82% secara tahunan (Dani, 2024). Survei lainnya yang dilakukan pada tahun 2025, menunjukkan Gen Z dan Milenial sebagai pengguna aktif utama bank digital, dengan persentase mencapai 60% pengguna dari total seluruh responden survei (Samini, 2025). Fakta ini diperkuat oleh laporan *Visa Consumer Payment Attitudes Study*, yang menunjukkan minat generasi muda terhadap layanan perbankan digital di Indonesia naik secara signifikan beberapa

tahun terakhir. Data tersebut mengungkap sebanyak 91% dari Gen Z di Indonesia menyatakan keinginan untuk memiliki rekening di bank digital. Angka ini mengalami pertumbuhan dari 75% pada tahun 2020, naik menjadi 88% di tahun 2022, dan semakin meningkat hingga 91% pada pertengahan 2023. Hal ini mencerminkan tren adopsi layanan keuangan digital yang terus berkembang di kalangan anak muda.

Temuan tersebut didukung oleh survei yang dilakukan IPSOS pada tahun 2025, dimana pengguna bank digital di Indonesia didominasi oleh Gen Z dan milenial dengan rentang usia 18 hingga 44 tahun. Gen Z dinilai lebih familiar dan memiliki tingkat adaptif yang cenderung tinggi terhadap perkembangan teknologi digital, termasuk penggunaan layanan bank digital (Suhartadi, 2025). Kecenderungan mereka untuk mengadopsi dengan cepat berbagai inovasi digital, khususnya dalam sektor layanan keuangan, menjadikan mereka kelompok penting dalam mendorong pertumbuhan dan pengembangan industri bank digital di Indonesia.

Untuk memahami perilaku Gen Z dalam proses penerimaan adopsi bank digital dapat dijelaskan dengan menggunakan pendekatan UTAUT2 (*Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2*). Model ini diperkenalkan oleh Venkatesh et al. pada tahun 2012. Perkembangan teori penerimaan teknologi berawal dari upaya para peneliti untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku individu dalam menggunakan sistem baru. Teori awal seperti Theory of Reasoned Action (TRA) dan Theory of Planned Behavior (TPB) menjelaskan bahwa niat seseorang untuk berperilaku dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, serta persepsi terhadap kemampuan diri (Fishbein & Ajzen, 1975; Ajzen, 1991). Namun, kedua teori ini

belum mempertimbangkan variabel-variabel yang bersifat teknis dan situasional, sehingga penerapannya dalam konteks penggunaan teknologi informasi menjadi terbatas. Selanjutnya, Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1986) mulai memperkenalkan konsep *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* sebagai faktor utama penerimaan teknologi. Meskipun model ini banyak digunakan, TAM masih dianggap terlalu sederhana karena tidak menampung aspek sosial, kebiasaan pengguna, serta dukungan lingkungan yang juga berpengaruh terhadap keputusan seseorang untuk menggunakan teknologi. *Performance Expectancy* dapat diartikan seberapa besar individu yakin bahwa menggunakan sistem mampu menaikkan tingkat efektivitas atau hasil kinerja mereka (Rithmaya et al., 2024).

Berbagai teori perilaku seperti TRA, TPB, dan TAM awalnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan teknologi, namun ketiganya memiliki keterbatasan karena belum mempertimbangkan faktor sosial, kebiasaan, dan kondisi pendukung pengguna. Untuk mengatasi hal tersebut, Venkatesh et al. (2003) mengembangkan UTAUT dengan menggabungkan delapan model perilaku teknologi sehingga mampu menjelaskan niat dan penggunaan teknologi secara lebih komprehensif. Meski demikian, UTAUT masih berfokus pada konteks organisasi yang bersifat wajib. Oleh karena itu, Venkatesh, Thong, dan Xu (2012) menyempurnakannya menjadi UTAUT2 dengan menambahkan konstruk *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit* agar lebih sesuai dengan perilaku pengguna individu dalam konteks sukarela seperti penggunaan aplikasi digital dan layanan keuangan berbasis teknologi.

Dalam model UTAUT2 faktor pertama yang dianggap penting dalam penerimaan teknologi adalah *Performance Expectancy*. *Performance Expectancy* memiliki peran krusial dalam membangun pandangan Gen Z terhadap keuntungan nyata yang ditawarkan oleh layanan bank digital, seperti efisiensi dalam bertransaksi, waktu yang lebih hemat, serta kemudahan dalam memperoleh informasi keuangan secara instan (Trianesti & Balqiah, 2025). Sejumlah studi membuktikan bahwa *Performance Expectancy* secara signifikan mempengaruhi *Behavioral Intention* pada pengaplikasian sistem keuangan digital, termasuk mobile banking dan bank digital.

Selain pandangan mengenai manfaat kinerja, faktor kemudahan dalam penggunaan juga menjadi aspek penting dalam keputusan Gen Z untuk mengadopsi teknologi. Aspek ini tercermin melalui variabel *Effort Expectancy*, yaitu sejauh mana seseorang merasakan kemudahan saat mengoperasikan suatu sistem teknologi. Ketika aplikasi bank digital dirancang dengan desain yang ramah pengguna dan alur navigasi yang simpel, hal ini meningkatkan kenyamanan pengguna, terutama bagi individu yang baru pertama kali menggunakan layanan keuangan digital. Dalam konteks pemanfaatan aplikasi bank digital, kemudahan yang dimaksud mencakup akses yang praktis terhadap menu, kelancaran dalam melakukan transaksi, hingga proses registrasi yang tidak rumit. Gen Z, sebagai golongan masyarakat yang lahir dan tumbuh pada era pesatnya pertumbuhan teknologi digital, sangat menghargai kecepatan dan kemudahan dalam mengakses layanan keuangan. Tampilan aplikasi yang kompleks atau proses login yang lamban dapat mengurangi minat Gen Z dalam menggunakan layanan perbankan digital (Fitriah & Garbo, 2024). Fenomena ini terlihat dari semakin

banyaknya keluhan pengguna bank digital di media sosial, yang menilai bahwa desain aplikasi terlalu rumit atau kurang ramah pengguna. Kondisi tersebut kerap kali mendorong pengguna untuk menghapus aplikasi dari perangkat mereka (Annas et al., 2025).

Menurut Venkatesh, *Social Influence* merujuk pada tingkat keyakinan suatu individu terhadap individu lain yang dianggap signifikan seperti keluarga, teman dekat, atau tokoh berpengaruh mengharapkan dirinya untuk menggunakan suatu teknologi. Sebelum mencoba aplikasi baru, termasuk layanan perbankan digital, Gen Z umumnya mempertimbangkan opini dari rekan sebaya serta rekomendasi yang disampaikan oleh influencer (Marketing & Communications, 2025). Penelitian yang dilakukan di wilayah perkotaan besar seperti Surabaya menunjukkan bahwa dukungan dan rekomendasi yang berasal dari komunitas daring serta kelompok sebaya memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan ketertarikan Gen Z atas penggunaan mobile banking dan teknologi finansial. Temuan ini menegaskan pengaruh sosial dalam jaringan pertemanan digital menjadi faktor penting dalam membentuk adopsi teknologi keuangan di kalangan generasi muda (Saputra, 2025). Oleh karena itu, menyertakan variabel *Social Influence* dalam penelitian yang berfokus pada Gen Z di Provinsi Jambi menjadi relevan, guna mengidentifikasi apakah pengaruh sosial menjadi faktor terhadap niat adopsi layanan keuangan berbasis teknologi.

Dalam konteks penggunaan bank digital oleh Gen Z, *Facilitating Condition* memiliki relevansi yang besar. Gen Z dikenal sebagai *digital native* yang sangat akrab dengan teknologi, namun tingkat pemanfaatan bank digital tetap dipengaruhi oleh

kondisi pendukung, seperti ketersediaan perangkat *smartphone* yang memadai, akses internet yang stabil, literasi digital, serta adanya layanan pelanggan yang responsif (Khan et al., 2021). Jika faktor-faktor tersebut tidak terpenuhi, maka meskipun pengguna memiliki niat, penggunaan layanan digital dapat terhambat.

Pada faktor lainnya *Hedonic Motivation* menggambarkan kepuasan dan euforia yang dirasakan individu ketika menggunakan teknologi (Venkatesh et al., 2012). Bagi Gen Z, aspek kesenangan menjadi faktor penting dalam adopsi bank digital karena mereka cenderung mencari pengalaman yang interaktif, praktis, dan menyenangkan. Fenomena ini terlihat dari intensitas penggunaan aplikasi digital di Indonesia, di mana rata-rata masyarakat menghabiskan lebih dari 3 jam per hari untuk aktivitas berbasis hiburan dan interaksi online (Meltwater, 2024). Oleh karena itu, motivasi hedonis perlu diteliti lebih lanjut untuk memahami pengaruhnya terhadap niat menggunakan bank digital di Provinsi Jambi.

Selanjutnya *Price Value* diartikan sebagai pertimbangan kognitif individu terhadap keseimbangan antara keuntungan yang diterima dengan anggaran yang dipergunakan untuk mengoperasikan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2012). Faktor ini menjadi penting karena pengguna tetap mempertimbangkan apakah biaya yang harus dibayar sebanding dengan nilai yang didapatkan. Survei Populix (2024) menemukan bahwa sekitar 56% responden menyebut biaya admin/transfer rendah sebagai alasan penting memilih bank digital

Selain itu, Venkatesh et al. (2012) menyatakan faktor *Habit* memiliki relevansi yang sangat besar. Generasi muda, khususnya Gen Z, merupakan digital native yang

terbiasa menggunakan smartphone dan internet sejak usia dini. Survei Ipsos pada tahun 2025 menunjukkan bahwa Gen Z di Indonesia memiliki intensitas penggunaan layanan digital yang sangat tinggi, dengan 76% responden secara rutin melakukan *top-up* e-wallet, 71% menggunakan QRIS untuk pembayaran, dan 70% melakukan transfer antar-bank. Tingginya angka ini menandakan bahwa layanan digital bukan sekadar pilihan, melainkan telah menjadi bagian dari rutinitas finansial sehari-hari generasi muda (Putri, 2025).

Dalam konteks penggunaan bank digital, dua aspek penting lainnya yang seringkali menjadi pertimbangan pengguna namun belum terakomodasi dalam UTAUT2 adalah faktor *Trust* dan *Security*. *Trust* menjadi bagian penting dalam memutuskan menggunakan teknologi, tidak terkecuali teknologi bidang keuangan bank digital. Pertimbangan tersebut dilakukan karena pengguna menyerahkan data dan transaksi tanpa interaksi fisik langsung. Ketika tingkat kepercayaan tinggi, pengguna akan lebih nyaman dan yakin untuk bertransaksi melalui platform digital. Selaras dengan studi (Sirait et al., 2024) memaparkan *Trust* memengaruhi signifikan atas keputusan penggunaan bank digital. Dalam konteks layanan berbasis kepercayaan tinggi seperti bank digital, penambahan variabel *Trust* dapat menganalisis sejauh mana kepercayaan memengaruhi *Behavioral Intention* layanan bank digital.

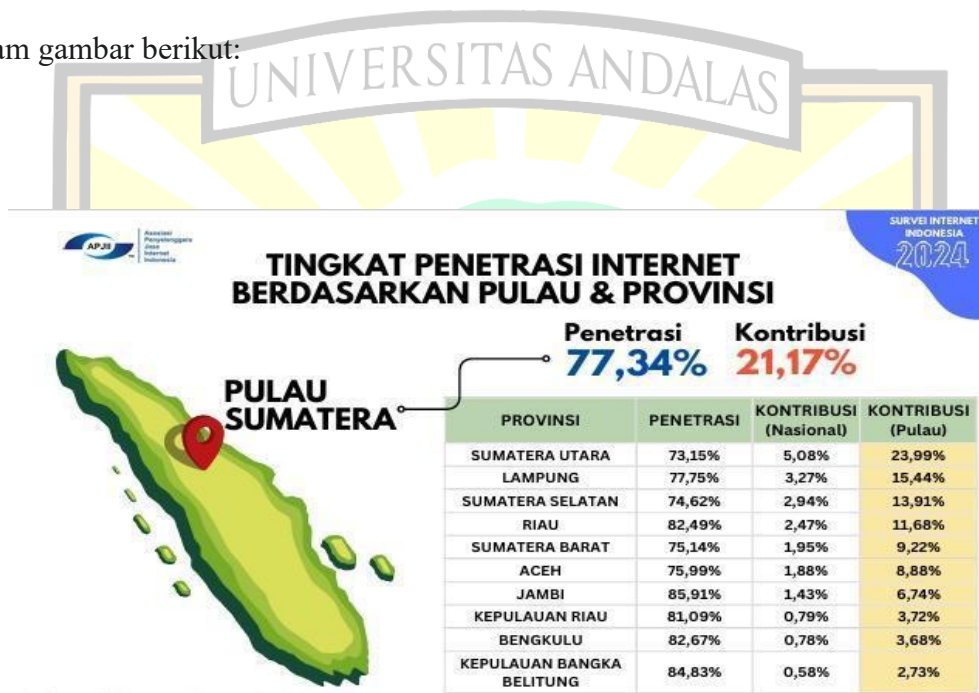
Security menjadi faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi kesediaan masyarakat mengadopsi bank digital. Meskipun bank digital menawarkan berbagai manfaat dan kemudahan, sebagian masyarakat masih menunjukkan keraguan atau enggan beralih ke layanan ini, terutama karena kekhawatiran terkait aspek keamanan.

Merebaknya kejahatan siber pada sektor perbankan seperti skimming, carding, phishing, malware, dan hacking (Balaka et al., 2024) telah menjadikan konsumen lebih kritis dalam menentukan layanan pembayaran digital yang aman dan terpercaya. Persepsi keamanan yang rendah dapat menjadi faktor penghambat utama, membuat pengguna enggan menggunakan bank digital meskipun menawarkan berbagai kemudahan dan fitur menarik lainnya. Informasi nasabah memiliki nilai yang sangat tinggi dan oleh karena itu, harus dijaga kerahasiaannya secara maksimal sesuai dengan standar perbankan (Balaka et al., 2024).

Riset yang dilakukan Populix menyatakan bahwa pesatnya pertumbuhan perbankan di Indonesia dipengaruhi oleh sejumlah faktor mulai dari keamanan input data dan kegiatan transaksi, fleksibilitas menggunakan aplikasi, fitur aplikasi yang lengkap, integrasi layanan keuangan yang lain, dan promo tertentu menjadi fitur-fitur yang diinginkan dalam layanan bank digital (Gading, 2024).

Berdasarkan survei APJII terhadap pengguna internet di Indonesia, pengguna internet terbanyak dilakukan oleh Gen Z (kelahiran tahun 1997-2012) sebanyak 34.40%, kemudian Milenial (orang yang lahir tahun 1981-1996) sejumlah 30.62%, Gen X (orang yang lahir 1965-1980) 18.98%, Post Gen Z (orang yang lahir 2013-Sekarang) 9.17%, Baby Boomers (orang yang lahir 1946-1964) 6.58%, dan Pre Boomer (orang yang lahir <1945) 0,24%. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengguna internet berasal dari kalangan Gen Z dan Milenial, yang dikenal adaptif terhadap teknologi digital dan aktif dalam memanfaatkan layanan berbasis daring.

Dari sisi penetrasi internet, jumlah pengguna internet di Pulau Sumatra yaitu 77.34% atau setara dengan 21.17% dari seluruh pengguna internet di Indonesia. Provinsi Jambi penetrasi internet paling tinggi diantara provinsi lainnya di pulau Sumatra yaitu mencapai 85.91%. (APJII, 2024). Rincian data tersebut dapat dijelaskan dalam gambar berikut:



Gambar 2 Tingkat Penetrasi Internet Berdasarkan Pulau & Provinsi
Sumber: APJII, 2025

Dalam adopsi model UTAUT2 pada penelitian terdahulu terdapat perbedaan hasil temuan, seperti pada penelitian (Taufan & Wardani, 2023) menemukan variabel *Performance expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, *Price Value* dan *Trusts* memengaruhi atas *Behavioral Intention*. Penelitian yang ditulis oleh (Kahea et al., 2023) menunjukkan hasil *Behavioral Intention*, tidak dipengaruhi *Trust*, *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*. Pada penelitian lain oleh

(Cassandra & Bernanda, 2024a) menyatakan bahwa tidak ditemukan *Behavioral Intention* dipengaruhi variabel *Social Influence* dan *Hedonic Motivation*.

Kesenjangan penelitian dalam studi ini terletak pada terbatasnya kajian terdahulu yang mengintegrasikan secara menyeluruh variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, *Habit*, *Trust*, dan *Security* dalam satu model analisis untuk menjelaskan perilaku adopsi layanan digital di Indonesia. Penelitian sebelumnya umumnya hanya menyoroti sebagian faktor utama dari model UTAUT2, seperti *Performance Expectancy* dan *Effort Expectancy*, tanpa memperhitungkan aspek *Trust* dan *Security* yang memiliki peran penting dalam konteks layanan berbasis teknologi finansial. Selain itu, sebagian besar studi dilakukan di daerah lain dengan kondisi sosial, budaya, dan tingkat literasi digital yang berbeda, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasi ke konteks pengguna di seluruh Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kekosongan tersebut dengan mengkaji seluruh variabel yang relevan, guna memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai niat dan perilaku penggunaan bank digital.

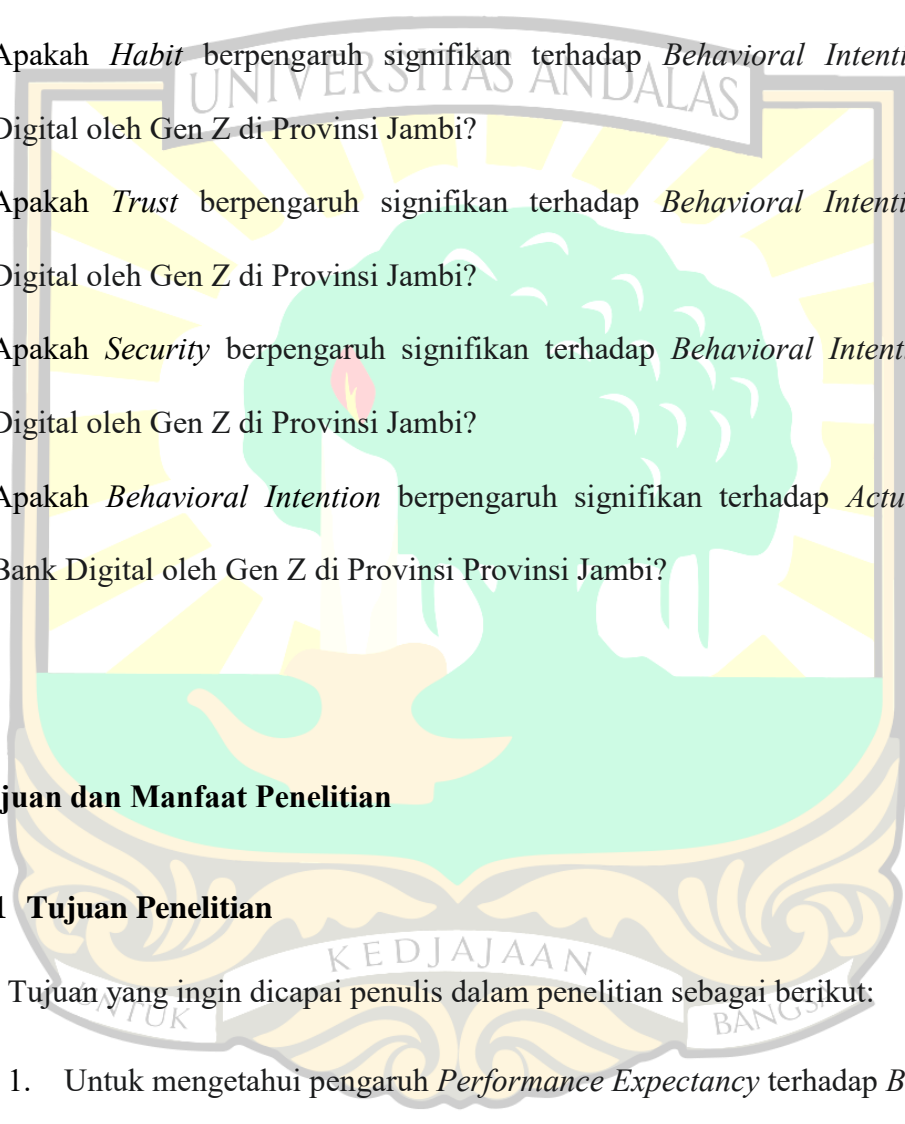
Dari hasil dari pemaparan tersebut, peneliti berminat melakukan penelitian lebih dalam terkait analisis faktor yang terdapat dalam model UTAUT2 terhadap adopsi bank digital. Sehingga penulis mengangkat penelitian dengan judul “**Analisis Faktor Yang Memengaruhi Adopsi Bank Digital Oleh Gen Z Di Provinsi Jambi Menggunakan Modifikasi Model UTAUT2**”. Fokus pada Provinsi Jambi, dikarenakan distribusi penduduk yang tidak merata, jambi memiliki jumlah penduduk

3,76 juta jiwa dengan 16% tinggal di daerah perkotaan, sedangkan selebihnya tersebar di wilayah pedesaan (Badan Pusat Statistik, 2025). Berdasarkan statistik perbankan indonesia Provinsi jambi tergolong memiliki jumlah kantor bank lebih sedikit dibandingkan provinsi lainnya, hal ini mengartikan adanya keterbatasan akses ke bank menjadikan bank digital sebagai alternatif yang potensial. Sementara itu Gen Z dipilih sebagai responden karena dinilai generasi yang lebih dekat dengan penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. hingga saat ini kajian akademik yang secara khusus membahas penggunaan bank digital pada tingkat provinsi menggunakan UTAUT2 terkhusus pada Provinsi Jambi sangat terbatas, sehingga penelitian ini penting untuk mengisi kesenjangan penelitian serta memberikan gambaran perilaku adopsi bank digital pada konteks wilayah non-metropolitan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah yang diajukan meliputi:

1. Apakah *Performance Expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* Bank Digital oleh Gen Z di Provinsi Jambi?
2. Apakah *Effort Expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* Bank Digital oleh Gen Z di Provinsi Jambi?
3. Apakah *Social Influence* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* Bank Digital oleh Gen Z di Provinsi Jambi?
4. Apakah *Facilitating Condition* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* Bank Digital oleh Gen Z di Provinsi Jambi?

- 
5. Apakah *Hedonic Motivation* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* Bank Digital oleh Gen Z di Provinsi Jambi?
 6. Apakah *Price Value* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* Bank Digital oleh Gen Z di Provinsi Jambi?
 7. Apakah *Habit* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* Bank Digital oleh Gen Z di Provinsi Jambi?
 8. Apakah *Trust* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* Bank Digital oleh Gen Z di Provinsi Jambi?
 9. Apakah *Security* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* Bank Digital oleh Gen Z di Provinsi Jambi?
 10. Apakah *Behavioral Intention* berpengaruh signifikan terhadap *Actual Usage* Bank Digital oleh Gen Z di Provinsi Provinsi Jambi?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* Bank Digital oleh Gen Z di Provinsi Jambi.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* Bank Digital oleh Gen Z di Provinsi Jambi.

3. Untuk mengetahui pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* Bank Digital oleh Gen Z di Provinsi Jambi.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Behavioral Intention* Bank Digital oleh Gen Z di Provinsi Jambi.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention* Bank Digital oleh Gen Z di Provinsi Jambi.
6. Untuk mengetahui pengaruh *Price Value* terhadap *Behavioral Intention* Bank Digital oleh Gen Z di Provinsi Jambi.
7. Untuk mengetahui pengaruh *Habit* terhadap *Behavioral Intention* Bank Digital oleh Gen Z di Provinsi Jambi.
8. Untuk mengetahui pengaruh *Trust* terhadap *Behavioral Intention* Bank Digital oleh Gen Z di Provinsi Jambi.
9. Untuk mengetahui pengaruh *Security* terhadap *Behavioral Intention* Bank Digital oleh Gen Z di Provinsi Jambi.
10. Untuk mengetahui pengaruh *Behavioral Intention* terhadap *Actual Usage* Bank Digital oleh Gen Z di Provinsi Jambi.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini menambah pengetahuan tentang bagaimana masyarakat Jambi terutama Gen Z, menerima dan menggunakan bank digital. Dengan menggunakan faktor keamanan dan kepercayaan ke dalam model UTAUT2.

2. Manfaat Praktis

- a Bagi bank digital: temuan dalam penelitian dapat digunakan dasar dalam mengimplementasikan strategi-strategi untuk mendapatkan pengguna atau nasabah baru dan melindungi loyalitas para nasabah.
- b Bagi penulis: penelitian yang dilakukan digunakan sebagai wawasan tambahan bagi penulis dalam menambah pemahaman terkait dengan faktor yang memengaruhi adopsi bank digital oleh Gen Z di Provinsi Jambi menggunakan model UTAUT2 yang telah dimodifikasi.
- c Bagi pembaca: menambah pengetahuan terkait pengaruh model UTAUT2 terhadap adopsi bank digital di Provinsi Jambi terutama pada Gen Z.

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi adopsi bank digital oleh Gen Z di Provinsi Jambi dengan menggunakan modifikasi model UTAUT2. Variabel yang dianalisis meliputi *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, *Habit*, *Trust*, dan *Security* yang dikaji pengaruhnya terhadap niat penggunaan (*Behavioral Intention*) serta penggunaan actual layanan bank digital (*Actual Usage*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode survey dengan penyebaran secara daring.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini dilakukan dengan runtutan penulisan berikut:

Bab I: Pendahuluan

Mencakup latar belakang atau fenomena, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, sistematika penulisan.

Bab II: Tinjauan Pustaka

Memaparkan teori berdasarkan literatur terdahulu, pengembangan hipotesis, dan kerangka penelitian.

Bab III: Metode Penelitian

Menerangkan desain, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, definisi variabel, dan metode dalam menganalisis data yang digunakan dalam penelitian.

Bab IV: Hasil dan Pembahasan

Penjelasan terkait dengan pembahasan hipotesis dan analisis yang mencakup analisis deskriptif, pengolahan data, serta uji hipotesis.

Bab V: Penutup

Berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian, serta saran.

