

Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Penggunaan Produk Layanan Digital Bank Syariah di DKI Jakarta = Factors Influencing the Use of Islamic Bank Digital Service Products in Jakarta

Nasir Tajul Aripin, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20527323&lokasi=lokal>

Abstrak

Tingkat literasi dan inklusi keuangan syariah yang masih rendah mengharuskan Bank Syariah menerbitkan produk dan layanan yang berbasis digital sebagai langkah adaptif terhadap transformasi teknologi.

Kemunculan bank digital telah memperkuat pentingnya menyediakan layanan perbankan digital yang lebih mudah, lebih efisien dan lebih nyaman. Penelitian dilakukan untuk menganalisa pengaruh intensi nasabah dalam penerimaan dan penggunaan layanan digital Bank Syariah yang ada di wilayah DKI Jakarta dengan menggunakan model teori UTAUT 2. Pemilihan wilayah DKI Jakarta dinilai penting karena memiliki tingkat literasi dan inklusi keuangan syariah yang paling tinggi dibandingkan wilayah lainnya. Metodologi penelitian yang digunakan penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Berdasarkan hasil penelitian ini ditemukan bahwa social influence, facilitating conditions, habit, dan hedonic motivation memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap behavioral intention layanan digital Bank Syariah, sedangkan effort expectancy tidak berpengaruh signifikan. Performance expectancy dan price value tidak berpengaruh terhadap behavioral intention, sementara behavioral intention memiliki pengaruh secara langsung terhadap use behavior. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan literatur akademik dan masukan bagi Bank Syariah untuk meningkatkan kualitas layanan dan menjaga loyalitas nasabah.

.....The weak level of Islamic financial literacy and inclusion requires Islamic banks to issue digital-based products and services as an adaptive step towards technological transformation. The emergence of digital banks has reinforced the importance of providing digital banking services that are easier, more efficient, and more convenient. The study was conducted to analyse the effect of customer intentions in accepting and using Islamic Bank digital services in Jakarta using the UTAUT 2 theory model. The selection of the Jakarta area is considered important because it has the highest level of Islamic financial literacy and inclusion compared to other regions. The research methodology used in this study was quantitative descriptive with Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) techniques. Based on the results of this study, it was found that social influence, facilitating conditions, habit, and hedonic motivation have a positive and significant influence on behavioral intention of Islamic Bank digital services, while effort expectancy has no significant effect. Performance expectancy and price value have no effect on behavioral intention, while behavioral intention has a direct influence on user behavior. The results of this study are expected to be additional academic literature and input for Islamic banks to improve service quality and maintain customer loyalty.