

Evaluasi Faktor Penerimaan SuperApp Wondr by BNI pada Nasabah Perbankan Digital di Indonesia dengan Model Modifikasi TAM

Ardilla Firosya^{*1}, Arista Pratama², Tri Puspa Rinjeni³

^{1,2,3}Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Indonesia

Email: ¹ardillafirsya34@gmail.com, ²aristapratama.si@upnjatim.ac.id,
³puspa.rinjeni.fasilkom@upnjatim.ac.id

Abstrak

SuperApp Wondr by BNI adalah aplikasi transformasi perbankan digital dari *BNI Mobile Banking* yang mengintegrasikan berbagai layanan untuk pengalaman lebih efisien.. Transisi dari *BNI mobile* ke *Wondr by BNI* sebagai teknologi baru menghadapi tantangan dalam adopsi pengguna. Beberapa tantangan dalam penerapan teknologi, seperti penyesuaian sistem, optimalisasi fitur, dan peningkatan stabilitas layanan, dapat mempengaruhi pengalaman pengguna serta tingkat kepercayaan nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi faktor penerimaan *SuperApp Wondr by BNI* menggunakan model modifikasi TAM. Analisis dilakukan dengan teknik *Partial Least Square-Structural Equation Model* (PLS-SEM) menggunakan bantuan software SmartPLS 4 pada 384 responden, yang ditentukan berdasarkan perhitungan rumus *Lamashow* dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*, *perceived risk* dan *security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*, dan variabel *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *trust*, dan *reward* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioural intention*. Sedangkan *perceived risk* dan *security* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioural intention*. Temuan ini memberikan wawasan bagi industri perbankan digital dalam meningkatkan strategi adopsi teknologi dengan memperkuat kepercayaan, meningkatkan manfaat yang dirasakan pengguna, serta menawarkan insentif yang lebih menarik.

Kata kunci: *Mobile banking, SEM-PLS, SuperApp, TAM, Wondr by BNI*

Evaluation of SuperApp Wondr by BNI Acceptance Factors on Digital Banking Customers in Indonesia with Modified TAM Model

Abstract

SuperApp Wondr by BNI is a digital banking transformation application from *BNI Mobile Banking* that integrates various services for a more efficient experience. The transition from *BNI mobile* to *Wondr by BNI* as a new technology faces challenges in user adoption. Several challenges in implementing technology, such as system adjustments, feature optimization, and increasing service stability, can affect user experience and consumer trust levels. This study aims to trigger the acceptance factor of *SuperApp Wondr by BNI* using the modified TAM model. The analysis was carried out using the *Partial Least Square-Structural Equation Model* (PLS-SEM) technique using the assistance of SmartPLS 4 software on 384 respondents, which were determined based on the calculation of the *Lamashow* formula with a *purposive sampling* technique. The results showed that *perceived ease of use* had a positive and significant effect on *perceived benefits*, *perceived risk* and *security* had a positive and significant effect on *trust*, and the variables *perceived ease of use*, *perceived benefits*, *trust*, and *rewards* had a positive and significant effect on *behavioral intentions*. While *perceived risk* and *security* did not have a significant effect on *behavioral intentions*. These findings provide insights for the digital banking industry in improving technology implementation strategies by strengthening trust, increasing perceived benefits for users, and offering more attractive incentives.

Keywords: *Mobile banking, SEM-PLS, SuperApp, TAM, Wondr by BNI*

1. PENDAHULUAN

Pemanfaatan internet tentunya menjadi landasan yang penting dalam memperkuat kemajuan teknologi di era digital saat ini. Berdasarkan laporan yang disurvei oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia)

menyatakan bahwa tingkat penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 79.5% atau sekitar 221 juta pengguna pada tahun 2024 [1]. Perkembangan ini mendorong peningkatan adopsi layanan digital, termasuk dalam sektor perbankan. Salah satu tren utama yang muncul adalah *SuperApp* yaitu aplikasi yang mengintegrasikan berbagai layanan digital dalam satu platform [2]. Ipsos mendefinisikan *SuperApp* sebagai aplikasi yang menawarkan lebih dari tiga layanan digital, seperti *ride-hiling*, *e-commerce*, pembayaran, pesan-antar, dan belanja kebutuhan sehari-hari [3]. Kehadiran *SuperApp* mengubah kebiasaan masyarakat dalam bertransaksi dan mengakses layanan keuangan [4].

Salah satu inovasi *SuperApp mobile banking* yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah *SuperApp Wondr* by BNI. Persaingan di sektor *fintech* yang semakin ketat dengan hadirnya bank digital baru dan berbagai aplikasi *fintech* non-bank membuat BNI melakukan strategi dengan terus berinovasi dan menawarkan *value-added service* kepada nasabahnya melalui *SuperApp Wondr* by BNI. Bank Negara Indonesia (BNI) meluncurkan *Wondr* by BNI pada Juli 2024 sebagai transformasi dari *BNI mobile banking* guna meningkatkan kemudahan akses terhadap layanan keuangan dan non-keuangan bagi nasabahnya. Direktur utama BNI, Royke Tumilar, mengungkapkan bahwa aplikasi ini telah diunduh lebih dari 2 juta kali dan mengalami peningkatan pengguna aktif bertransaksi sebesar 200% dibandingkan dengan *BNI mobile banking* sebelumnya [5]. *Wondr* by BNI mengintegrasikan berbagai layanan keuangan dan non-keuangan dalam satu platform yang dilengkapi dengan tiga dimensi finansial utama (*Insight*, Transaksi, dan *Growth*) yang mencerminkan konsep masa lalu, masa kini, dan masa depan.

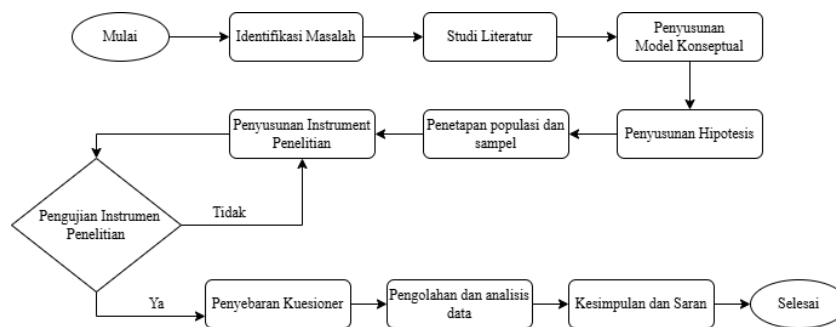
Namun, keberhasilan ini menghadirkan tantangan baru saat nasabah harus beralih ke *SuperApp wondr* by BNI. Melalui laman ulasan pada *App Store* yang terkait dengan *SuperApp Wondr* by BNI, banyak pengguna memberikan keluhan terkait berbagai masalah yang pengguna alami. Beberapa keluhan meliputi transaksi QRIS yang bermasalah, gangguan sistem yang mengharuskan pengguna mencoba login berulang kali, serta verifikasi wajah yang memakan waktu lama saat proses registrasi [6]. Permasalahan tersebut menciptakan kekhawatiran tentang keandalan sistem dan keamanan *SuperApp wondr* by BNI serta menimbulkan ketidakpercayaan nasabah terhadap transformasi digital yang dilakukan oleh BNI. Sebagai produk transformasi keuangan digital yang relatif baru, pengguna masih dalam tahap penyesuaian dengan fitur dan layanan di *Wondr* by BNI. Transisi dari *BNI Mobile* ke *Wondr* by BNI perlu dilakukan secara hati-hati agar pengguna lama merasa aman, nyaman, dan yakin bahwa perubahan ini akan membawa peningkatan kualitas layanan, bukan menimbulkan masalah baru. Dalam upaya mempertahankan kepercayaan nasabah lama *BNI mobile banking* selama transisi ke *SuperApp wondr* by BNI, penting untuk memahami penerimaan pengguna terhadap perubahan tersebut.

Untuk memahami penerimaan pengguna terhadap perubahan tersebut, penelitian ini menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM) yang telah dimodifikasi. Model ini didasarkan pada penelitian terdahulu oleh Yohannes Kurniawan, Kelly, dan Vionita (2024) dengan 7 variabel diantaranya tiga kunci utama yang ada pada metode TAM milik Davis yaitu *Perceived Usefulness*, *Perceived ease of use*, dan *Behaviour Intention* dan variabel tambahan yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya *Perceived Risk* (PR), *Trust* (T), *Reward* (R), dan *Security* (S) [7]. Beberapa penelitian sebelumnya memiliki relevansi terkait adopsi *mobile banking* dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian oleh Yohannes Kurniawan, Kelly, dan Vionita (2024) menunjukkan bahwa *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *trust*, dan *reward* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* atau niat pengguna dalam menggunakan *mobile banking*, sedangkan *perceived risk* dan *security* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention* atau niat pengguna dalam menggunakan *mobile banking* di Indonesia [7]. Penelitian lain oleh Rabbani, G. M. S. (2016) menunjukkan bahwa *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *trust* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention* untuk mengadopsi *mobile banking*, sementara *perceived risk* memiliki pengaruh negatif terhadap *behavioral intention* untuk mengadopsi *mobile banking* [8].

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi faktor penerimaan pengguna *SuperApp Wondr* by BNI menggunakan model TAM yang dimodifikasi. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana pengguna merespons *SuperApp Wondr* by BNI, serta faktor-faktor penerimaan yang dapat mendorong adopsi dan penggunaan berkelanjutan dari aplikasi tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Tahapan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada metode penelitian kuantitatif yang diambil dari sugiyono (2013). Tahapan penelitian memberikan gambaran komprehensif mengenai proses penelitian yang dilakukan dari tahap awal pengumpulan informasi hingga diperoleh hasil akhir penelitian. Berikut tahapan penelitian yang dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

2.1. Identifikasi Masalah

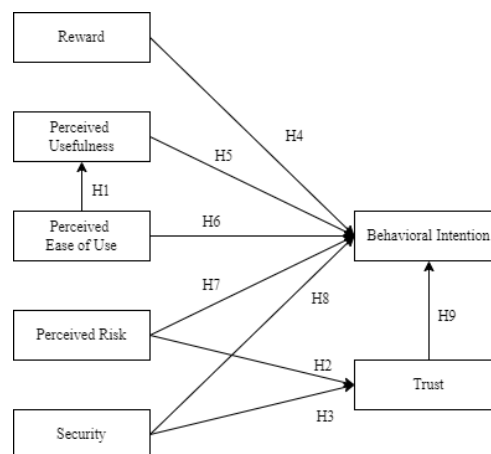
Tahap identifikasi masalah digunakan untuk memahami dan mengetahui inti permasalahan dalam penelitian ini, serta mencari solusi atau perbaikan yang dapat meningkatkan penerimaan aplikasi Wondr by BNI.

2.2. Studi Literatur

Studi literatur merupakan proses pengkajian data dari berbagai sumber referensi termasuk buku dan hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik yang sedang diteliti untuk memperoleh landasan teori yang mendasari permasalahan yang akan diteliti [9]. Penelitian ini melibatkan pencarian berbagai dokumen seperti jurnal ilmiah, buku, dan sumber-sumber referensi lainnya yang berkaitan erat dengan topik dan metode yang membahas faktor-faktor penerimaan teknologi informasi terkait *mobile banking*, serta penelitian sebelumnya yang menggunakan model TAM yang dimodifikasi.

2.3. Penyusunan Model Konseptual (kurang pengertian per variabel)

Model konseptual yang digunakan untuk mengevaluasi faktor penerimaan *SuperApp* Wondr by BNI mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh [7] menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dimodifikasi. Model konseptual yang digunakan seperti pada Gambar 1.



Gambar 2. Model Konseptual

Model tersebut menggunakan 7 variabel diantaranya tiga kunci utama yang ada pada model TAM milik Davis yaitu *Perceived Usefulness* (PU) sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaan [10], *Perceived ease of use* (PE) sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan sistem akan bebas dari usaha [10], dan *Behavioural Intention* (BI) sebagai kondisi dimana seseorang secara sadar berencana untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu [11]. Selain itu, Variabel tambahan yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya *Perceived Risk* (PR) sebagai perasaan yang dimiliki pengguna saat memutuskan apakah akan menggunakan suatu produk atau layanan atau tidak [7], *Trust* (T) sebagai keyakinan yang dimiliki konsumen terhadap kemampuan penyedia layanan untuk memberikan layanan yang andal melalui internet [12], *Reward* (R) sebagai bentuk rasa terima kasih yang diberikan kepada seseorang dalam bentuk dana atau non-dana atas aktivitas atau kontribusinya [7], dan *Security* (S) sebagai sejauh

mana seseorang merasa bahwa aplikasi perbankan digital menyediakan mekanisme yang aman untuk melindungi transaksi dan data serta informasi pribadi pengguna [7]. Modifikasi model ini bertujuan untuk lebih memahami faktor-faktor spesifik yang mempengaruhi penerimaan teknologi dalam konteks *mobile banking*, terutama dengan menambahkan variabel eksternal seperti *Perceived Risk (PR)*, *Trust (T)*, *Reward (R)*, dan *Security (S)*.

2.4. Penyusunan Hipotesis Penelitian

Berdasarkan dengan model konseptual yang telah ditentukan, terdapat sembilan hipotesis untuk penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. H1 : *Perceived Ease of use (PE)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness (PU)* untuk menggunakan aplikasi Wondr by BNI.
2. H2 : *Perceived Risk (PR)* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Trust (T)* untuk menggunakan aplikasi Wondr by BNI.
3. H3 : *Security (S)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust (T)* untuk menggunakan aplikasi Wondr by BNI.
4. H4 : *Reward (R)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention (BI)* untuk menggunakan aplikasi Wondr by BNI
5. H5 : *Perceived Usefulness (PU)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention (BI)* untuk menggunakan aplikasi Wondr by BNI
6. H6 : *Perceived Ease of use (PE)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention (BI)* untuk menggunakan aplikasi Wondr by BNI.
7. H7 : *Perceived Risk (PR)* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention (BI)* untuk menggunakan aplikasi Wondr by BNI.
8. H8 : *Security (S)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention (BI)* untuk menggunakan aplikasi Wondr by BNI.
9. H9 : *Trust (T)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention (BI)* untuk menggunakan aplikasi Wondr by BNI.

2.5. Penetapan Populasi dan Sampel

2.5.1. Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna *SuperApp Wondr by BNI* yang terdapat di Indonesia dimana telah mencapai sekitar 2 juta lebih sampai dengan Agustus 2024 berdasarkan pernyataan Direktur utama BNI, Royke Tumilaar, yang dilansir di situs “kumparanBISNIS” [5]. Penetapan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Lameshow* karena hingga saat ini jumlah pengguna *SuperApp Wondr by BNI* masih belum memiliki data pasti yang stabil akibat masa transisi dari aplikasi BNI *mobile*. Menurut [13] perhitungan jumlah sampel dengan pendekatan rumus *Lameshow* dapat digunakan untuk menghitung total populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti. Perhitungan Rumus *Lameshow* dalam menentukan jumlah sampel sebagai berikut.

$$n = \frac{z^2 \cdot P \cdot (1-P)}{e^2} \quad (1)$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

z : Nilai tingkat kepercayaan (1.96 dengan tingkat kepercayaan 95%)

P : Maksimal estimasi = 0.5

e : Batas toleransi kesalahan (*error tolerance* 5% atau 0.05)

Maka:

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot (1-0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16$$

$$n = 384 \text{ responden}$$

Dari hasil perhitungan rumus *Lameshow* yang menggunakan tingkat kepercayaan 95% dengan batas toleransi kesalahan 5% menunjukkan bahwa jumlah sampel minimum yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 384.16 atau dibulatkan menjadi 384 responden.

2.5.2. Teknik Sampling

Pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2017), *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel di mana tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Sedangkan *purposive sampling* merupakan pengambilan sampel dari populasi yang telah ditetapkan dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Teknik ini digunakan karena penelitian Wondr by BNI memerlukan responden yang sesuai dengan kriteria tertentu untuk memastikan data yang diperoleh relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria yang ditetapkan adalah pengguna aktif Wondr by BNI di Indonesia yang telah menggunakan layanan aplikasi minimal tiga kali dengan aktivitas meliputi penggunaan fitur utama seperti transaksi, *insight*, dan *growth*.

2.6. Penyusunan Instrumen Penelitian

Berikut merupakan rangkuman instrumen penelitian yang telah disusun berdasarkan model konseptual yang digunakan dalam penelitian ini, sebagaimana disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Instrumen Pernyataan

No	Variabel	Item	Indikator Pertanyaan	Sumber
1.	<i>Reward (R)</i>	R1	Saya senang menggunakan aplikasi Wondr by BNI karena dapat memberikan banyak manfaat.	[7], [14]
		R2	Saya senang menggunakan aplikasi Wondr by BNI karena merasa telah menghemat uang melalui fitur hadiah yang tersedia.	
		R3	Penerapan aplikasi Wondr by BNI memberikan banyak keuntungan bagi saya, terutama dalam bentuk promo potongan harga	
		R4	Saya senang menggunakan aplikasi Wondr by BNI karena banyaknya penawaran <i>cashback</i> .	
2.	<i>Trust (T)</i>	T1	Saya percaya aplikasi Wondr by BNI tidak akan membocorkan informasi pribadi kepada pihak ketiga	[7], [15], [16]
		T2	Saya merasa aman saat menggunakan aplikasi Wondr by BNI	
		T3	Layanan aplikasi Wondr by BNI terpercaya	
		T4	Informasi yang diberikan pada proses aplikasi Wondr by BNI dapat dipercaya	
3.	<i>Perceived Ease of Use (PE)</i>	PE1	Keterlibatan saya terhadap aplikasi Wondr by BNI mudah dipahami	[7], [17], [18], [19]
		PE2	Saya merasa sangat mudah untuk mempelajari cara menggunakan aplikasi Wondr by BNI	
		PE3	Saya merasa sangat mudah menggunakan aplikasi Wondr by BNI	
		PE4	Saya merasa cepat terampil dalam menggunakan aplikasi Wondr by BNI	
4.	<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	PU1	Dengan menggunakan aplikasi Wondr by BNI, saya dapat mengontrol transaksi saat berbelanja dengan fitur <i>Insight</i> .	[7], [17], [18]
		PU2	Aplikasi Wondr by BNI menyediakan berbagai	

			fitur seperti <i>top up</i> , <i>e-wallet</i> , pembayaran tagihan, transfer melalui nomor <i>virtual account</i> , dan fitur bermanfaat lainnya	
		PU3	Aplikasi Wondr by BNI membuat transaksi lebih cepat.	[20], [21]
5.	<i>Perceived Risk (PR)</i>	PR1	Saya pikir ada kemungkinan informasi pribadi pengguna lebih mudah dicuri dengan menggunakan aplikasi Wondr by BNI	[7], [22]
		PR2	Sistem aplikasi Wondr by BNI berpotensi terjadi kesalahan sehingga tidak dapat merespon transaksi pembayaran dengan cepat.	
		PR3	Saya takut kehilangan uang saat melakukan transfer melalui aplikasi Wondr by BNI.	[20], [21]
6.	<i>Security (S)</i>	S1	Saya yakin aplikasi Wondr by BNI terjamin aman dalam melakukan aktivitas pembayaran dan transaksi	[7], [22]
		S2	Saya percaya bahwa aplikasi Wondr by BNI menggunakan data pribadi pengguna untuk kebutuhan pemrosesan transaksi	
		S3	Setiap data yang dikirim untuk pembayaran dan transaksi yang dilakukan di aplikasi Wondr by BNI aman dari serangan hacker	
7.	<i>Behavioural Intention (BI)</i>	B1	Saya mungkin akan menggunakan aplikasi Wondr by BNI dalam waktu dekat	[7], [23], [24], [25]
		B2	Jika ada kesempatan, saya akan menggunakan aplikasi Wondr by BNI	
		B3	Saya yakin penggunaan aplikasi wondr by BNI akan bermanfaat	
		B4	Saya memiliki persepsi positif terhadap penggunaan aplikasi Wondr by BNI	
		B5	Saya akan menggunakan aplikasi Wondr by BNI untuk menangani transaksi perbankan	

Secara keseluruhan, terdapat 26 pernyataan yang diajukan kepada responden dengan rincian 4 pernyataan terkait *reward*, 4 pernyataan terkait *trust*, 4 pernyataan terkait *perceived ease of use*, 3 pernyataan terkait *perceived usefulness*, 3 pernyataan terkait *perceived risk*, 3 pernyataan terkait *security*, dan 5 pernyataan terkait *behavioural intention*. Setiap pertanyaan dinilai menggunakan Skala Likert dengan 5 pilihan jawaban, mulai dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju," untuk mengukur tingkat penerimaan pengguna dalam menggunakan SuperApp Wondr by BNI.

Tabel 2. Skala Likert

Skala Ukuran	Keterangan
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

2.7. Pengujian Instrumen Penelitian

Pengujian instrumen dilakukan melalui *pilot study* sebelum penyebaran kuesioner guna menguji validitas dan reliabilitas. Sampel sebanyak 30 orang sudah cukup mewakili instrumen dalam pengujian validitas dan reliabilitas [26].

2.7.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menentukan apakah suatu alat ukur yang telah ditetapkan dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut [27] validitas dari tes atau instrumen mencerminkan tingkat akurasi alat

ukur dalam penelitian. Uji validitas juga menilai apakah suatu variabel dalam kuesioner sah atau valid. Uji validitas terdiri dari dua jenis yaitu uji validitas konvergen dan validitas diskriminan. Pada Uji validitas diskriminan dapat diukur berdasarkan hasil *loading factor* pada setiap item pernyataan. Suatu item dianggap valid jika nilai *loading factor* lebih besar dari 0.5. Sedangkan pada validitas konvergen juga dapat diukur dengan mempertimbangkan hasil AVE (*Average Variance Extracted*). Sebuah konstruk dianggap valid jika nilai AVE lebih besar dari 0.5 [28]. Sedangkan menurut [29] kriteria dalam pengujian juga dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r Hitung dengan r Tabel (0.361) pada tingkat signifikansi 5%. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh indikator dalam penelitian ini memiliki r Hitung > r Tabel, sehingga dinyatakan valid.

2.7.2. Uji Reliabilitas

Reabilitas adalah terjemahan dari istilah “*reability*” yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten ketika dilakukan pengukuran berulang kali. Suatu instrumen dianggap reliabel jika mampu menghasilkan data yang dapat dipercaya [30]. Uji Reliabilitas diuji menggunakan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*, di mana suatu variabel dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0.7 dan *Composite Reliability* > 0.7 [31][32]. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel memenuhi kriteria ini, sehingga seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

2.8. Penyebaran Kuesioner

Kuesioner/angket merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab [33]. Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data yang dilakukan menggunakan *Google Form* yang akan dibagikan kepada pengguna *SuperApp* wondr by BNI secara langsung maupun online dengan target minimal 384 responden dengan mengajukan pertanyaan yang merujuk pada faktor-faktor *Technology Acceptance Model* (TAM) dan memberikan jawaban berupa skala likert 1 sampai 5.

2.9. Pengolahan dan Analisis Data

2.9.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode analisis data yang bertujuan untuk menafsirkan semua data yang diperoleh dari responden dengan cara mengumpulkan, menyusun, dan mengelompokkan data tersebut [34]. Analisis deskriptif dilakukan dengan menggambarkan hasil penelitian kuantitatif melalui penyajian data dalam bentuk tabel, grafik, perhitungan presentase, modus, media, *mean*, dan sebagainya [35].

2.9.2. Analisis Inferensial

Analisis inferensial adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan menarik kesimpulan yang berlaku untuk populasi dan dinyatakan dalam bentuk presentase [36]. Tujuan analisis inferensial adalah untuk mengevaluasi atau mengukur tingkat hubungan antara dua variabel, membandingkan perbedaan dalam satu variabel di antara berbagai sub kelompok, serta mengidentifikasi bagaimana variabel independen dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen [37]. Analisis Inferensial terdiri dari Outer model untuk mengukur hubungan antara setiap blok indikator dengan variabel yang bersangkutan, Inner model untuk memprediksi hubungan kausalitas di antara variabel laten, dan Uji hipotesis untuk menilai sejauh mana hipotesis penelitian yang telah dirumuskan dapat diterima berdasarkan data yang dikumpulkan.

2.10. Kesimpulan dan Saran

Penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada pengguna *SuperApp* Wondr by BNI. Kesimpulan ini kemudian menjadi dasar untuk memberikan rekomendasi dan saran yang relevan bagi bank BNI dan tim pengembang *SuperApp* Wondr by BNI dengan tujuan meningkatkan kualitas layanan serta jumlah pengguna *SuperApp* Wondr by BNI.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Data Demografi Responden

Data demografi responden pada penelitian ini terdiri atas jenis kelamin, usia, domisili, pekerjaan, intensitas penggunaan aplikasi, dan fitur yang paling sering digunakan dalam *SuperApp Wondr* by BNI. Berikut Tabel 3 merupakan data demografi responden yang merupakan pengguna *SuperApp Wondr* by BNI yang berdomisili di Indonesia .

Tabel 3. Demografi Responden

Variabel	Kategori	Frekuensi (N=384)	%
Jenis Kelamin	Perempuan	233	60.7
	Laki-Laki	151	39.3
Usia	≤ 20 Tahun	63	16.4
	21-24 Tahun	151	39.3
	25-29 Tahun	71	18.5
	30-34 Tahun	39	10.2
	35-39 Tahun	27	7.0
	≥ 40 Tahun	33	8.6
Domisili	Aceh	3	0.8
	Sumatera Utara	7	1.8
	Sumatera Barat	6	1.6
	Riau	6	1.6
	Kepulauan Riau	5	1.3
	Jambi	2	0.5
	Sumatera Selatan	8	2.1
	Bangka Belitung	3	0.8
	Bengkulu	2	0.5
	Lampung	5	1.3
	DKI Jakarta	9	2.3
	Jawa Barat	66	17.2
	Jawa Tengah	61	15.9
	DI Yogyakarta	11	2.9
	Jawa Timur	129	33.6
	Banten	7	1.8
	Bali	7	1.8
	Nusa Tenggara Barat	3	0.8
	Nusa Tenggara Timur	2	0.5
	Kalimantan Barat	3	0.8
	Kalimantan Tengah	4	1.0
	Kalimantan Selatan	4	1.0
	Kalimantan Timur	9	2.3
	Kalimantan Utara	1	0.3
	Sulawesi Utara	2	0.5
	Sulawesi Tengah	2	0.5
	Sulawesi Selatan	7	1.8
	Sulawesi Tenggara	2	0.5
	Gorontalo	3	0.8
	Sulawesi Barat	1	0.3
	Maluku	3	0.8
	Papua Selatan	1	0.3
Pekerjaan	Siswa/Mahasiswa	197	51.3
	Pengusaha	27	7.0
	Pegawai Pemerintahan	38	9.9
	Karyawan Swasta	54	14.1
	Karyawan Negeri	30	7.8
	Ibu Rumah Tangga	23	6.0
	Lainnya	15	3.9

Intensitas Penggunaan Aplikasi	3-5 kali	86	22.4
	6-10 kali	78	20.3
	Lebih dari 10 kali	220	57.3
Fitur Paling Sering Digunakan	Transfer antar rekening BNI/Bank lain	351	24.75
	Top-up E-wallet	297	20.94
	Pembayaran QRIS	318	22.43
	Pembelian pulsa atau paket data	145	10.23
	Pembayaran tagihan	110	7.76
	Management keuangan (Fitur <i>Insight</i>)	57	4.02
	Promo dan Diskon	111	7.83
	Transfer luar negeri	10	0.71
	Investasi reksa dana	6	0.42
	Pembukaan deposito	9	0.63
	Lainnya	4	0.28

Berdasarkan Tabel 3, hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan (60.7%) dan kelompok usia terbesar adalah 21-24 tahun (39.3%). Dari segi domisili, responden terbanyak berasal dari Jawa Timur (33.6%), diikuti oleh Jawa Barat (17.2%) dan Jawa Tengah (15.9%). Dalam hal pekerjaan, mayoritas responden merupakan siswa atau mahasiswa (51.3%), menunjukkan bahwa pengguna aplikasi ini didominasi oleh kalangan akademik. Intensitas penggunaan aplikasi cukup tinggi, dengan 57.3% responden menggunakan aplikasi lebih dari 10 kali dalam satu periode tertentu. Fitur yang paling sering digunakan adalah transfer antar rekening BNI atau bank lain (24.75%), pembayaran QRIS (22.43%), dan top-up e-wallet (20.94%). Sebaliknya, fitur dengan tingkat penggunaan terendah adalah investasi reksa dana (0.42%) dan transfer luar negeri (0.71%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna memanfaatkan aplikasi untuk transaksi harian yang bersifat rutin, sementara fitur investasi dan transaksi internasional masih jarang digunakan.

3.2. Pembahasan Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif variabel digunakan untuk melihat kecenderungan jawaban dari 384 responden terhadap kuesioner yang diberikan. Data ini diperoleh kemudian dikelompokkan berdasarkan kategori jawaban agar dapat diketahui sebaran frekuensi jawaban pada setiap indikator. Berikut merupakan hasil analisis deskriptif yang akan disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Statistik Deskriptif Indikator Variabel

No	Kode	Indikator	Mean
1.	R1	Saya senang menggunakan aplikasi Wondr by BNI karena dapat memberikan banyak manfaat.	4.27
2.	R2	Saya senang menggunakan aplikasi Wondr by BNI karena merasa telah menghemat uang melalui fitur hadiah yang tersedia.	3.89
3.	R3	Penerapan aplikasi Wondr by BNI memberikan banyak keuntungan bagi saya, terutama dalam bentuk promo potongan harga	4.02
4.	R4	Saya senang menggunakan aplikasi Wondr by BNI karena banyaknya penawaran <i>cashback</i> .	3.93
5.	T1	Saya percaya aplikasi Wondr by BNI tidak akan membocorkan informasi pribadi kepada pihak ketiga	4.18
6.	T2	Saya merasa aman saat menggunakan aplikasi Wondr by BNI	4.16
7.	T3	Layanan aplikasi Wondr by BNI terpercaya	4.25
8.	T4	Informasi yang diberikan pada proses aplikasi Wondr by BNI dapat dipercaya	4.27
9.	PE1	Keterlibatan saya terhadap aplikasi Wondr by BNI mudah dipahami	4.35
10.	PE2	Saya merasa sangat mudah untuk mempelajari cara menggunakan aplikasi Wondr by BNI	4.36
11.	PE3	Saya merasa sangat mudah menggunakan aplikasi Wondr by BNI	4.44
12.	PE4	Saya merasa cepat terampil dalam menggunakan aplikasi Wondr by BNI	4.32
13.	PU1	Dengan menggunakan aplikasi Wondr by BNI, saya dapat mengontrol transaksi saat berbelanja dengan fitur <i>Insight</i> .	4.30
14.	PU2	Aplikasi Wondr by BNI menyediakan berbagai fitur seperti <i>top up</i> , <i>e-wallet</i> , pembayaran tagihan, transfer melalui nomor <i>virtual account</i> , dan fitur	4.56

		bermanfaat lainnya	
15.	PU3	Aplikasi Wondr by BNI membuat transaksi lebih cepat.	4.48
16.	PR1	Saya pikir ada kemungkinan informasi pribadi pengguna lebih mudah dicuri dengan menggunakan aplikasi Wondr by BNI	3.84
17.	PR2	Sistem aplikasi Wondr by BNI berpotensi terjadi kesalahan sehingga tidak dapat merespon transaksi pembayaran dengan cepat.	3.72
18.	PR3	Saya takut kehilangan uang saat melakukan transfer melalui aplikasi Wondr by BNI.	4.05
19.	S1	Saya yakin aplikasi Wondr by BNI terjamin aman dalam melakukan aktivitas pembayaran dan transaksi	4.21
20.	S2	Saya percaya bahwa aplikasi Wondr by BNI menggunakan data pribadi pengguna untuk kebutuhan pemrosesan transaksi	4.17
21.	S3	Setiap data yang dikirim untuk pembayaran dan transaksi yang dilakukan di aplikasi Wondr by BNI aman dari serangan hacker	4.06
22.	B1	Saya mungkin akan menggunakan aplikasi Wondr by BNI dalam waktu dekat	4.28
23.	B2	Jika ada kesempatan, saya akan menggunakan aplikasi Wondr by BNI	4.34
24.	B3	Saya yakin penggunaan aplikasi Wondr by BNI akan bermanfaat	4.38
25.	B4	Saya memiliki persepsi positif terhadap penggunaan aplikasi Wondr by BNI	4.36
26.	B5	Saya akan menggunakan aplikasi Wondr by BNI untuk menangani transaksi perbankan	4.27
Rata-Rata			4.21

Berdasarkan Tabel 4 yang menggambarkan hasil analisis deskriptif terhadap 26 pernyataan yang diberikan kepada 384 responden pengguna aplikasi Wondr by BNI menunjukkan bahwa rata-rata nilai *mean* yang diperoleh adalah 4,21. Nilai ini mencerminkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian yang positif terhadap aplikasi. Dengan skor yang berada dalam kategori tinggi, hasil ini mengindikasikan bahwa *SuperApp* Wondr by BNI telah memenuhi ekspektasi pengguna dalam berbagai aspek yang diukur.

3.3. Pembahasan Analisis Inferensial

Pada penelitian ini menggunakan analisis inferensial untuk menilai outer model, inner model, serta menguji hipotesis berdasarkan data yang diperoleh dari 384 responden pengguna *SuperApp* Wondr by BNI. Proses analisis ini dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.1.0.9.

3.3.1. Outer Model

Analisis outer model dilakukan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas model yang digunakan serta menentukan hubungan antara variabel laten dengan indikatornya [38].

1. *Convergent Validity* (Validitas Konvergen)

Validitas konvergen (*Convergent validity*) dalam SmartPLS dapat dievaluasi melalui nilai *outer loading* setiap indikator serta nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Sebuah indikator dianggap valid jika nilai *loading factor* > 0.7 dan nilai AVE > 0.5 [39]. Tabel 5 berikut menyajikan hasil *outer loading* untuk setiap indikator.

Tabel 5. *Outer Loading*

	BI	PE	PR	PU	R	S	T
BI1	0.816						
BI2	0.803						
BI3	0.862						
BI4	0.833						
BI5	0.816						
PE1		0.834					
PE2		0.823					
PE3		0.830					
PE4		0.811					
PR1			0.836				
PR2			0.799				

PR3	0.847		
PU1		0.784	
PU2		0.748	
PU3		0.844	
R1		0.775	
R2		0.812	
R3		0.817	
R4		0.838	
S1			0.863
S2			0.837
S3			0.867
T1			0.851
T2			0.861
T3			0.900
T4			0.891

Berdasarkan Tabel 5, setiap indikator memenuhi kriteria validitas konvergen dengan nilai outer loading di atas 0.7. Selain itu, validitas konvergen juga didukung oleh nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang akan ditampilkan pada Tabel 6.

Tabel 6. Nilai *Average Variance Extracted* (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
<i>Behavioral Intention</i> (BI)	0.683
<i>Perceived Ease of use</i> (PE)	0.680
<i>Perceived Risk</i> (PR)	0.685
<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	0.629
<i>Reward</i> (R)	0.657
<i>Security</i> (S)	0.732
<i>Trust</i> (T)	0.767

Berdasarkan Tabel 6, semua variabel memiliki nilai AVE lebih dari 0.5. Dengan demikian, berdasarkan nilai *outer loading* dan nilai AVE yang telah memenuhi kriteria, maka validitas konvergen terpenuhi.

2. *Discriminant Validity* (Validitas Diskriminan)

Discriminant validity mengukur hubungan antar variabel laten dan dianalisis melalui dua metode utama: *cross loading* dan *Fornell-Larcker Criterion*. Indikator dianggap memenuhi *discriminant validity* jika nilai *cross loading*-nya lebih tinggi terhadap konstruksya dibandingkan dengan variabel lain. Selain itu, *discriminant validity* juga tercapai jika akar kuadrat dari AVE lebih besar daripada korelasi antar variabel laten dalam kolom yang sama. Nilai *cross loading* AVE yang mendukung validitas diskriminan ditampilkan pada Tabel 7.

Tabel 7. Nilai *Discriminant Validity* (*Cross Loading*)

	BI	PE	PR	PU	R	S	T
BI1	0.816	0.453	0.301	0.540	0.444	0.391	0.469
BI2	0.803	0.453	0.254	0.499	0.440	0.464	0.472
BI3	0.862	0.505	0.367	0.585	0.532	0.509	0.568
BI4	0.833	0.501	0.378	0.535	0.542	0.520	0.576
BI5	0.816	0.453	0.301	0.540	0.444	0.391	0.469
PE1	0.498	0.834	0.280	0.543	0.351	0.425	0.418
PE2	0.460	0.823	0.280	0.476	0.317	0.363	0.395
PE3	0.476	0.830	0.312	0.501	0.336	0.373	0.389
PE4	0.451	0.811	0.282	0.482	0.344	0.382	0.350
PR1	0.312	0.284	0.836	0.241	0.352	0.409	0.391
PR2	0.263	0.201	0.799	0.208	0.311	0.335	0.389
PR3	0.400	0.364	0.847	0.322	0.265	0.404	0.468
PU1	0.571	0.503	0.342	0.784	0.583	0.570	0.538
PU2	0.441	0.445	0.146	0.748	0.244	0.287	0.360
PU3	0.529	0.494	0.246	0.844	0.383	0.404	0.391
R1	0.601	0.399	0.354	0.517	0.775	0.474	0.515
R2	0.397	0.279	0.278	0.371	0.812	0.507	0.446

R3	0.425	0.307	0.251	0.384	0.817	0.414	0.368
R4	0.448	0.305	0.283	0.370	0.838	0.449	0.415
S1	0.512	0.454	0.424	0.530	0.495	0.863	0.710
S2	0.450	0.367	0.344	0.421	0.464	0.837	0.627
S3	0.516	0.378	0.418	0.433	0.506	0.867	0.656
T1	0.523	0.361	0.387	0.488	0.489	0.667	0.851
T2	0.548	0.420	0.446	0.453	0.483	0.675	0.861
T3	0.574	0.404	0.486	0.488	0.490	0.698	0.900
T4	0.566	0.465	0.450	0.492	0.459	0.684	0.891

Berdasarkan Tabel 7, menunjukkan bahwa seluruh indikator telah memiliki nilai *cross loading* tertinggi di setiap barisnya sehingga memenuhi standar validitas konvergen. Validitas diskriminan juga dapat dilihat melalui nilai akar AVE atau *Fornell-Larcker Criterion*. Nilai akar AVE dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Nilai *Discriminant Validity Fornell-Larcker Criterion*

	BI	PE	PR	PU	R	S	T
BI	0.826						
PE	0.572	0.825					
PR	0.399	0.350	0.828				
PU	0.653	0.608	0.316	0.793			
R	0.596	0.409	0.367	0.521	0.811		
S	0.577	0.469	0.463	0.541	0.571	0.856	
T	0.632	0.472	0.506	0.548	0.548	0.778	0.876

Pada Tabel 8 diatas menunjukkan bahwa nilai *Fornell-Larcker Criterion* untuk setiap variabel laten lebih besar dari korelasi terhadap variabel laten lainnya. Oleh karena itu, kriteria validitas diskriminan berdasarkan pendekatan *Fornell-Larcker Criterion* telah terpenuhi.

3. Reliability (Reliabilitas)

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur objek atau variabel [33]. Sebuah variabel dalam kuesioner penelitian dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0.7 dan nilai *Composite Reliability* lebih dari 0.7 [39]. Tabel 9 menyajikan hasil perhitungan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*.

Tabel 9. Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (rho_c)	Keterangan
<i>Behavioral Intention</i>	0.884	0.915	Reliabel
<i>Perceived Ease of use</i>	0.843	0.895	Reliabel
<i>Perceived Risk</i>	0.775	0.867	Reliabel
<i>Perceived Usefulness</i>	0.704	0.835	Reliabel
<i>Reward</i>	0.829	0.885	Reliabel
<i>Security</i>	0.818	0.891	Reliabel
<i>Trust</i>	0.898	0.929	Reliabel

Berdasarkan 9, nilai *Cronbach's Alpha* lebih dan nilai *Composite Reliability* untuk setiap variabel lebih dari 0.7. Dengan demikian, seluruh variabel telah memenuhi kriteria reliabilitas

3.3.2. Inner Model

Inner model bertujuan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten. Pengujian ini dilakukan dengan melihat *R-Square*, *Effect Size (f-square)*, dan Uji Multikolinearitas.

1. R-Square

R-square digunakan untuk mengukur sejauh mana variasi pengaruh antara variabel independen dan dependen. Beberapa ketentuan nilai *R-Square* diantaranya adalah nilai 0.25 dianggap lemah, 0.50 dianggap sedang, dan 0.75 dianggap tinggi. Hasil *R-Square* dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Hasil R-Square

Variabel	R-Square	Keterangan
BI	0.592	Berpengaruh Sedang

PU	0.370	Berpengaruh Lemah
T	0.632	Berpengaruh Sedang

Berdasarkan Tabel 10, nilai R-Square menunjukkan bahwa variabel *Perceived Ease of Use*, *Perceived Risk*, *Perceived Usefulness*, *Reward*, *Security*, dan *Trust* mempengaruhi *Behavioural Intention* sebesar 0.592 (pengaruh sedang). *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness* memiliki R-Square sebesar 0.370 (pengaruh lemah). Sementara itu, *Perceived Risk* dan *Security* terhadap *Trust* memiliki R-Square sebesar 0.632 (pengaruh sedang). Sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

2. Effect Size (F-Square)

F-Square digunakan untuk menilai pengaruh relatif variabel eksogen terhadap variabel endogen. Nilai dalam rentang 0.020–0.150 menunjukkan pengaruh kecil, 0.150–0.350 menunjukkan pengaruh sedang, dan lebih dari 0.350 menunjukkan pengaruh besar. Hasil perhitungan F-Square disajikan pada Tabel 11.

Tabel 11. Hasil F-Square

Variabel	Behavioral Intention	Keterangan
<i>Perceived Ease of use</i>	0.047	Berpengaruh Kecil
<i>Perceived Risk</i>	0.003	Berpengaruh Sangat Kecil
<i>Perceived Usefulness</i>	0.093	Berpengaruh Kecil
<i>Reward</i>	0.074	Beperngaruh Kecil
<i>Security</i>	0.000	Berpengaruh Sangat Kecil
<i>Trust</i>	0.054	Berpengaruh Kecil
Variabel	<i>Perceived Usefulness</i>	Keterangan
<i>Perceived Ease of use</i>	0.587	Berpengaruh Besar
Variabel	<i>Trust</i>	Keterangan
<i>Perceived Risk</i>	0.073	Berpengaruh Kecil
<i>Security</i>	1.021	Berpengaruh Besar

Berdasarkan Tabel 11, menunjukkan bahwa *Perceived Risk* dan *Security* memiliki pengaruh sangat kecil terhadap *Behavioural Intention*, sementara *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Reward*, dan *Trust* berpengaruh kecil. *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh besar terhadap *Perceived Usefulness*. Selain itu, *Perceived Risk* berpengaruh kecil terhadap *Trust*, sedangkan *Security* memiliki pengaruh besar terhadap *Trust*.

3. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas dilakukan untuk mengidentifikasi adanya hubungan antara variabel bebas. Jika nilai $VIF \leq 5$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolineritas pada instrumen penelitian. Hasil uji multikolineritas dapat ditemukan pada Tabel 12.

Tabel 12. Hasil Uji Multikolineritas *Variance Inflation Factor* (VIF)

Variabel	VIF
BI1	2.106
BI2	1.998
BI3	2.418
BI4	2.193
BI5	2.023
PE1	1.877
PE2	1.889
PE3	1.903
PE4	1.819
PR1	1.708
PR2	1.577
PR3	1.514
PU1	1.312
PU2	1.387
PU3	1.605
R1	1.381
R2	1.938
R3	2.210
R4	2.417

S1	1.800
S2	1.757
S3	1.908
T1	2.230
T2	2.330
T3	3.042
T4	2.881

Berdasarkan Tabel 12, dapat dilihat bahwa nilai VIF dari masing-masing variabel menunjukkan nilai VIF < 5. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terjadinya multikolineritas di antara variabel-variabel dalam penelitian ini.

3.3.3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan software SmartPLS versi 4 melalui metode *bootstrapping*. Hasil analisis data digunakan untuk menguji hipotesis berdasarkan nilai *Original Sample*, *P-values*, dan *T-statistic*. *Original Sample* menunjukkan arah pengaruh hipotesis, sementara signifikansi ditentukan jika *P-values* < 0.05 dan *T-statistic* > 1.96. Hasil pengujian hipotesis disajikan dalam Tabel 13.

Tabel 13. Hasil Uji Hipotesis

	Hipotesis	Original Sample (O)	Sample mean (M)	Standart deviation (STDEV)	T statistic	P-values	Keterangan
PE → PU	H1	0.608	0.610	0.041	15.009	0.000	Signifikan
PR → T	H2	0.186	0.188	0.040	4.604	0.000	Signifikan
S → T	H3	0.691	0.691	0.037	18.481	0.000	Signifikan
R → BI	H4	0.226	0.223	0.049	4.636	0.000	Signifikan
PU → BI	H5	0.275	0.271	0.060	4.599	0.000	Signifikan
PE → BI	H6	0.180	0.181	0.055	3.294	0.001	Signifikan
PR → BI	H7	0.038	0.037	0.042	0.910	0.363	Tidak Signifikan
S → BI	H8	0.001	0.006	0.072	0.010	0.992	Tidak Signifikan
T → BI	H9	0.252	0.252	0.062	4.041	0.000	Signifikan

3.4. Pembahasan

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan software SmatPLS 4, dari 9 hipotesis yang diajukan, terdapat 6 hipotesis dinyatakan diterima, sementara 3 hipotesis dinyatakan ditolak. Adapun hasil penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. H1 : *Perceived Ease Of Use* (PE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness* (PU) nasabah Indonesia untuk menggunakan *SuperApp Wondr by BNI*

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness* dengan nilai *original sample* 0.608, *p-values* 0.000, dan *T-Statistic* > 1.96, sehingga H1 diterima. Perhitungan *Effect Size* (F-Square) menunjukkan pengaruh besar, yang berarti semakin mudah aplikasi digunakan, semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna. Dalam konteks aplikasi wondr by BNI, menunjukkan bahwa kenyamanan dan kemudahan penggunaan akan memperkuat persepsi pengguna tentang sejauh mana aplikasi ini memberikan kemudahan dan kegunaan dalam menjalankan berbagai transaksi keuangan. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan mendorong eksplorasi fitur dan meningkatkan persepsi kegunaan aplikasi perbankan digital [7]. Oleh karena itu, BNI perlu terus meningkatkan kemudahan penggunaan aplikasi Wondr by BNI, misalnya dengan desain antarmuka yang lebih intuitif dan navigasi yang lebih responsif. Selain itu, inovasi seperti fitur *voice command* dapat mempercepat transaksi dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pengguna [40].

2. H2 : *Perceived Risk* (PR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust* (T) nasabah Indonesia untuk menggunakan *SuperApp Wondr by BNI*

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *Perceived Risk* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust* dengan nilai *original sample* 0.186, *p-values* 0.000, dan *T-Statistic* 4.604, namun hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis awal yang memperkirakan hubungan negatif, sehingga H2 ditolak. Perhitungan *Effect Size* (F-Square)

menunjukkan pengaruh kecil, yang berarti meskipun risiko yang dirasakan pengguna signifikan, dampaknya terhadap kepercayaan relatif rendah. Meskipun pengguna menyadari adanya potensi risiko dalam penggunaan aplikasi Wondr by BNI, hal tersebut tidak secara langsung menurunkan kepercayaan mereka terhadap aplikasi. Pengguna yang menyadari adanya risiko tinggi mungkin akan lebih berhati-hati dan mencari informasi lebih lanjut yang akhirnya akan meningkatkan kepercayaan pengguna apabila risiko tersebut dapat dikelola dengan baik. Temuan ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa *perceived risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap *trust* dalam aplikasi perbankan digital di Indonesia [7], namun sejalan dengan penelitian lain yang menunjukkan bahwa *perceived risk* memiliki hubungan positif dan signifikan dengan *trust*, dimana pengguna tetap percaya pada aplikasi yang memiliki sistem keamanan yang baik meskipun terdapat risiko [41]. Oleh karena itu, BNI perlu meningkatkan kepercayaan pengguna dengan menjamin stabilitas sistem, memperkuat keamanan aplikasi, serta menyediakan notifikasi *real-time* untuk meningkatkan rasa aman dan kontrol pengguna.

3. H3 : *Security* (S) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust* (T) nasabah Indonesia untuk menggunakan *SuperApp Wondr by BNI*

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *Security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust* dengan nilai *original sample* 0.692, *p-values* 0.000, dan *T-Statistic* > 1.96, sehingga H3 diterima. Perhitungan *Effect Size* (*F-Square*) menunjukkan pengaruh besar, yang berarti semakin tinggi persepsi keamanan aplikasi, semakin besar pula kepercayaan pengguna. Hal tersebut dapat diartikan bahwa keamanan bukan hanya faktor pelengkap, tetapi merupakan elemen utama dalam membangun loyalitas dan kenyamanan pengguna dalam menggunakan layanan aplikasi Wondr by BNI. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa keamanan yang kuat dalam aplikasi perbankan digital meningkatkan kepercayaan pengguna dan mendorong adopsi layanan [7] [42]. Oleh karena itu, BNI dapat meningkatkan keamanan *SuperApp Wondr by BNI* dengan notifikasi *real-time* untuk mendeteksi aktivitas mencurigakan serta fitur pertanyaan keamanan opsional untuk transaksi bernilai tinggi, guna meningkatkan perlindungan tanpa mengurangi kenyamanan pengguna.

4. H4 : *Reward* (R) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioural Intention* (BI) nasabah Indonesia untuk menggunakan *SuperApp Wondr by BNI*

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *Reward* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioural Intention* dengan nilai *original sample* 0.226, *p-values* 0.000, dan *T-Statistic* > 1.96, sehingga H4 diterima. Perhitungan *Effect Size* (*F-Square*) menunjukkan pengaruh kecil, namun insentif seperti *cashback* dan promo tetap berperan dalam mendorong niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi. Semakin besar *reward* yang diterima pengguna, seperti *cashback* dan *promo*, semakin tinggi niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi Wondr by BNI. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa *reward* dapat meningkatkan niat perilaku dalam menggunakan perbankan digital karena insentif langsung dari bank [7] [43]. Oleh karena itu, BNI dapat mengoptimalkan skema *reward* dengan menggunakan AI untuk menawarkan program yang dipersonalisasi berdasarkan pola transaksi pengguna [43] serta meningkatkan transparansi dalam pemberian *reward*, sehingga mendorong loyalitas dan penggunaan berkelanjutan *SuperApp Wondr by BNI*.

5. H5 : *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioural Intention* (BI) nasabah Indonesia untuk menggunakan *SuperApp Wondr by BNI*

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioural Intention* dengan nilai *original sample* 0.275, *p-values* 0.000, dan *T-Statistic* > 1.96, sehingga H5 diterima. Perhitungan *Effect Size* (*F-Square*) menunjukkan pengaruh kecil, namun fitur yang dianggap bermanfaat, seperti top-up, pembayaran tagihan, dan transfer *virtual account*, tetap memberikan kontribusi terhadap keputusan pengguna dalam menggunakan aplikasi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun fitur-fitur yang tersedia di aplikasi wondr by BNI dianggap bermanfaat, masih ada peluang untuk meningkatkan manfaat yang dirasakan oleh pengguna agar semakin yakin untuk terus menggunakan *SuperApp Wondr by BNI*. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa semakin tinggi persepsi manfaat suatu layanan *mobile banking*, semakin besar niat pengguna untuk terus menggunakannya [7][44]. Oleh karena itu, BNI dapat meningkatkan manfaat yang dirasakan pengguna dengan menambahkan fitur transaksi otomatis dan pengingat saldo atau jatuh tempo pembayaran, sehingga memberikan kemudahan lebih dalam pengelolaan keuangan dan meningkatkan niat pengguna untuk tetap menggunakan *SuperApp Wondr by BNI* [45].

6. H6 : *Perceived Ease Of Use* (PE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioural Intention* (BI) nasabah Indonesia untuk menggunakan *SuperApp Wondr by BNI*

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioural Intention* dengan nilai *original sample* 0.180, *p-values* 0.001, dan *T-Statistic* > 1.96, sehingga H6 diterima. Perhitungan *Effect Size* (*F-Square*) menunjukkan pengaruh kecil, tetapi tetap signifikan. Ini berarti kemudahan penggunaan *SuperApp Wondr by BNI*, seperti desain user-friendly, tata letak yang intuitif, dan akses cepat ke fitur, tetap berperan dalam meningkatkan niat pengguna. Apabila pengguna sistem layanan Wondr by BNI mudah digunakan, maka akan meningkatkan niat pengguna untuk menggunakan layanan tersebut. Temuan

ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap niat pengguna dalam mengadopsi layanan perbankan digital [7][46]. Oleh karena itu, BNI dapat meningkatkan pengalaman pengguna dengan mengoptimalkan desain antarmuka yang lebih responsif, menyederhanakan proses transaksi, serta menyediakan chatbot berbasis AI untuk membantu pengguna memahami fitur aplikasi dengan lebih mudah [47]. Dengan peningkatan ini, pengguna akan merasa lebih nyaman, sehingga semakin termotivasi untuk terus menggunakan *SuperApp Wondr* by BNI.

7. H7 : *Perceived Risk* (PR) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioural Intention* (BI) nasabah Indonesia untuk menggunakan *SuperApp Wondr* by BNI

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *Perceived Risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioural Intention*, dengan nilai *original sample* 0.038, *p-values* 0.355, dan *T-Statistic* < 1.96, sehingga H7 ditolak. Perhitungan *Effect Size* (F-Square) juga menunjukkan pengaruh yang sangat kecil. Ini berarti bahwa meskipun pengguna merasakan adanya risiko, dampaknya terhadap niat pengguna untuk terus menggunakan *SuperApp Wondr* by BNI sangat kecil. Dengan kata lain, persepsi risiko tidak cukup berpengaruh dalam membentuk keputusan pengguna untuk menggunakan aplikasi *wondr* by BNI. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa *perceived risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan aplikasi bank digital, terutama bagi nasabah yang tidak menggunakannya sebagai rekening utama [7]. Sebagai rekomendasi, BNI sebaiknya mempertahankan fitur notifikasi transaksi *real-time* dan autentikasi dua faktor (2FA) guna meningkatkan rasa aman pengguna. Dengan memberikan lapisan keamanan ekstra dan transparansi transaksi, pengguna akan lebih percaya diri dalam menggunakan *SuperApp Wondr* by BNI yang pada akhirnya dapat membantu meningkatkan loyalitas pengguna.

8. H8 : *Security* (S) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioural Intention* (BI) nasabah Indonesia untuk menggunakan *SuperApp Wondr* by BNI

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *Security* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioural Intention* (*original sample* 0.001, *p-values* 0.993, *T-Statistic* < 1.96), sehingga H8 ditolak. Keamanan sudah dianggap sebagai standar dalam perbankan digital, sehingga bukan faktor utama dalam adopsi aplikasi. Meskipun pengguna merasa aplikasi *wondr* by BNI aman untuk bertransaksi, faktor keamanan tidak secara langsung memengaruhi niat pengguna untuk menggunakannya. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa *security* tidak signifikan terhadap niat penggunaan *mobile banking*, karena kepercayaan pada regulasi perbankan dan perlindungan simpanan [7][48]. Meskipun faktor keamanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat pengguna, penting bagi BNI untuk terus meningkatkan dan mempertahankan standar keamanan aplikasi. Salah satu cara untuk memperkuat keamanan adalah dengan menggunakan teknologi kecerdasan buatan (AI) untuk mendeteksi dan mencegah potensi penipuan, serta meningkatkan sistem keamanan berbasis biometrik untuk memastikan keamanan data pengguna tetap terjaga [49]. Dengan begitu, meskipun bukan faktor utama dalam keputusan pengguna, keamanan yang lebih baik tetap dapat meningkatkan rasa percaya dan loyalitas terhadap *SuperApp Wondr* by BNI.

9. H9 : *Trust* (T) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioural Intention* (BI) nasabah Indonesia untuk menggunakan *SuperApp Wondr* by BNI

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioural Intention* (*original sample* 0.252, *p-values* 0.000, *T-Statistic* > 1.96), sehingga H9 diterima. Perhitungan *Effect Size* (F-Square) menunjukkan pengaruh kecil, namun kepercayaan terhadap informasi yang diberikan aplikasi tetap berperan dalam meningkatkan niat pengguna. Kepercayaan yang tinggi terhadap transparansi dan keandalan informasi aplikasi meningkatkan keyakinan pengguna terhadap manfaat penggunaan aplikasi, yang pada akhirnya memperkuat niat pengguna untuk terus menggunakannya. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa *trust* meningkatkan niat penggunaan *mobile banking* melalui transparansi, keamanan, dan layanan yang andal [7][50]. Oleh karena itu, BNI dapat memperkuat kepercayaan pengguna dengan menyediakan informasi yang lebih transparan terkait kebijakan, perubahan fitur, dan pembaruan sistem secara rutin, sehingga meningkatkan keyakinan dan loyalitas pengguna terhadap *SuperApp Wondr* by BNI [51].

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terkait evaluasi faktor penerimaan *SuperApp Wondr* by BNI menggunakan model modifikasi TAM, dapat disimpulkan bahwa dari sembilan hipotesis yang diuji, enam hipotesis diterima, dan tiga hipotesis ditolak. *Perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *trust*, dan *reward* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Selain itu, *security* juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa *perceived risk* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*, serta *perceived risk* dan *security* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Hasil ini menunjukkan bahwa kenyamanan, manfaat, kepercayaan, dan insentif lebih

berperan dalam meningkatkan niat pengguna, sedangkan risiko dan keamanan belum menjadi faktor utama dalam penerimaan Wondr by BNI. Oleh karena itu, pengembang aplikasi dan manajemen perbankan digital dapat meningkatkan penerimaan Wondr by BNI dengan memprioritaskan peningkatan kemudahan penggunaan, manfaat, kepercayaan, dan insentif guna meningkatkan adopsi aplikasi.

Sebagai saran, penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi variabel tambahan dengan model pengukuran berbeda untuk memahami lebih dalam faktor penerimaan aplikasi. Selain itu, studi lanjutan dapat berfokus pada perbedaan karakteristik pengguna, seperti tempat tinggal, usia, dan tingkat pendidikan, guna memberikan wawasan yang lebih spesifik tentang penerimaan *SuperApp Wondr* by BNI di berbagai kelompok masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. P. I. I. (APJII), "APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang." [Online]. Available: <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- [2] R. Franedy, "Bukan Grab atau Go-Jek, Ini Super App Pertama di Dunia." [Online]. Available: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190327185446-37-63295/bukan-grab-atau-go-jek-ini-super-app-pertama-di-dunia>
- [3] N. Muslimawati and E. Fitriyani, "Survei Ipsos: Masyarakat Lebih Banyak Gunakan Aplikasi untuk Pesan Antar Makanan." [Online]. Available: <https://kumparan.com/kumparanbisnis/survei-ipsos-masyarakat-lebih-banyak-gunakan-aplikasi-untuk-pesan-antar-makanan-1xpyz9GHe95/2>
- [4] Diana Khuntari, "Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Gojek dDiana Khuntari. (2022). Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Gojek dan Grab dengan Pendekatan User Experience Questionnaire. Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi, 8(April), 275–286.an Grab dengan Pen," *J. Tek. Inform. dan Sist. Inf.*, vol. 8, no. April, pp. 275–286, 2022.
- [5] M. Darisman, "Jumlah Pengguna wondr by BNI Capai 2 Juta Orang." [Online]. Available: <https://kumparan.com/kumparanbisnis/jumlah-pengguna-wondr-by-bni-capai-2-juta-orang-23NSDxuSn6B/1>
- [6] App Store, "Ulasan pengguna untuk aplikasi WONDR by BNI."
- [7] Y. Kurniawan, Kelly, Vionita, and Information, "Examining the Factors Driving Digital Banking Adoption in Indonesia: A Modified Technology Acceptance Model Approach," *J. Logist. Informatics Serv. Sci.*, vol. 11, Jun. 2024, doi: 10.33168/jliss.2024.0626.
- [8] G. M. S. Rabbani, "THE STUDY ON MOBILE BANKING APPLICATION USE: THE PERSPECTIVE OF TAM, PERCEIVED RISK, AND TRUST," vol. 19, no. 5, pp. 1–23, 2016.
- [9] J. Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: GRAHA ILMU, 2006.
- [10] F. D. Davis, "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology," *MIS Q. Manag. Inf. Syst.*, vol. 13, no. 3, pp. 319–339, 1989, doi: 10.2307/249008.
- [11] P. R. Warshaw and F. D. Davis, "Disentangling behavioral intention and behavioral expectation," *J. Exp. Soc. Psychol.*, vol. 21, no. 3, pp. 213–228, 1985, doi: 10.1016/0022-1031(85)90017-4.
- [12] R. G. Apriani, D. K. Respati, and D. Handarini, "the Effect of Perceived Convenience, Perceived Benefits, and Trust on Intention To Use Mobile Banking," *J. Humanit. Soc. Sci. Bus.*, vol. 3, no. 1, pp. 94–111, 2023, doi: 10.55047/jhssb.v3i1.829.
- [13] S. Riyanto and A. A. Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. 2020.
- [14] N. A. Windasari, N. Kusumawati, N. Larasati, and R. P. Amelia, "Digital-only banking experience: Insights from gen Y and gen Z," *J. Innov. Knowl.*, vol. 7, no. 2, 2022, doi: 10.1016/j.jik.2022.100170.
- [15] H. Siagian, Z. J. H. Tarigan, S. R. Basana, and R. Basuki, "The effect of perceived security, perceived ease of use, and perceived usefulness on consumer behavioral intention through trust in digital payment platform," *Int. J. Data Netw. Sci.*, vol. 6, no. 3, pp. 861–874, 2022, doi: 10.5267/j.ijdns.2022.2.010.
- [16] M. M. Hossain, H. M. Adnan, M. K. Rahman, and M. Z. Muhammad, "Impact of Residents' Trust on Behavioral Intention to Use Social Media for E-Administration Services," *Pertanika J. Soc. Sci. Humanit.*, vol. 31, no. 3, pp. 1219–1244, 2023, doi: 10.47836/pjssh.31.3.16.
- [17] N. H. Thu and N. T. Nguyen, "IDENTIFYING THE FACTORS AFFECTING THE CONSUMER BEHAVIOR IN SWITCHING TO E-WALLETS IN PAYMENT ACTIVITIES," *Polish J. Manag. Stud.*, vol. 25, 2022, doi: 10.17512/pjms.2022.25.1.18.
- [18] V. C. Nguyen and T. H. Ao, "Factors affecting consumer behaviour to use e-wallets: an empirical study

- from Vietnam context,” *Minist. Sci. Technol. Vietnam*, vol. 64, no. 1, pp. 10–24, 2022, doi: 10.31276/vmostjosh.64(1).10-24.
- [19] A. Malik, S. Suresh, and S. Sharma, “An empirical study of factors influencing consumers’ attitude towards adoption of wallet apps,” *Int. J. Manag. Pract.*, vol. 12, no. 4, pp. 426–442, 2019, doi: 10.1504/IJMP.2019.102534.
- [20] M. K. Muttaqien, H. Syaifullah, M. K. Anam, and T. Mas, “Usefulness , Trust , and Intention to Use M-Banking : Evidence from Metropolitan Jakarta,” *JIEI (J. Ilm. Ekon. Islam.*, vol. 9, no. 02, pp. 1765–1772, 2023.
- [21] I. M. Al-Jabri, “The intention to use mobile banking: Further evidence from Saudi Arabia,” *South African J. Bus. Manag.*, vol. 46, no. 1, pp. 23–34, 2015, doi: 10.4102/sajbm.v46i1.80.
- [22] V. Saprikis and G. Avlogiaris, “Factors That Determine the Adoption Intention of Direct Mobile Purchases through Social Media Apps,” *Information*, p. 449, 2021, doi: <https://doi.org/10.3390/info12110449>.
- [23] S. Lew, G. W. H. Tan, X. M. Loh, J. J. Hew, and K. B. Ooi, “The disruptive mobile wallet in the hospitality industry: An extended mobile technology acceptance model,” *Technol. Soc.*, vol. 63, p. 101430, 2020, doi: 10.1016/j.techsoc.2020.101430.
- [24] A. Saudjhana and H. Herman, “Behavioral Intention and Adoption of Digital Bank Mobile Application Among Housewives Using Mixed Method Approach,” *J. Comput. Networks, Archit. High Perform. Comput.*, vol. 5, no. 1, pp. 288–301, 2023, doi: 10.47709/cnahpc.v5i1.2185.
- [25] T. C. E. Cheng, D. Y. C. Lam, and A. C. L. Yeung, “Adoption of internet banking: An empirical study in Hong Kong,” *Decis. Support Syst.*, vol. 42, no. 3, pp. 1558–1572, 2006, doi: 10.1016/j.dss.2006.01.002.
- [26] T. V. Perneger, D. S. Courvoisier, P. M. Hudelson, and A. Gayet-Ageron, “Sample size for pre-tests of questionnaires,” *Qual. Life Res.*, vol. 24, no. 1, pp. 147–151, 2015, doi: 10.1007/s11136-014-0752-2.
- [27] M. Nisfiannoor, *Pendekatan Statistika Modern Untuk Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika, 2009.
- [28] J. F. Hair, C. M. Ringle, and M. Sarstedt, “PLS-SEM: Indeed a silver bullet,” *J. Mark. Theory Pract.*, vol. 19, no. 2, pp. 139–152, 2011, doi: 10.2753/MTP1069-6679190202.
- [29] Sujono Santoso and H. Budi, “Analisis Kualitas E-Learning dalam Pemanfaatan Web Conference sebagai Media Belajar Mahasiswa,” *Saintekbu*, vol. 9, no. 2, pp. 27–37, 2017, doi: 10.32764/saintekbu.v9i2.114.
- [30] Ovan and A. Saputra, *Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. 2020.
- [31] I. Ghazali, *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro, 2018. [Online]. Available: http://slims.umn.ac.id/index.php?p=show_detail&id=19545
- [32] W. Abdillah and J. HM, *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. 2015. [Online]. Available: http://digilib.uki.ac.id/index.php?p=show_detail&id=17856
- [33] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- [34] N. P. Wulandari, N. Novandriani, and K. Moeliono, “Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan Mobile Banking Di Bandung,” *Bisnis Dan Iptek*, pp. 139–149, 2017.
- [35] D. Priyanto, *Belajar cepat olah data statistik dengan SPSS*. Yogyakarta, 2012.
- [36] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- [37] C. Ratnasih and S. Nurjanah, “PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN MEREK MIE SEDAAP SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI PERUMAHAN PEKAYON BEKASI SELATAN,” *J. Manaj.*, vol. 7, 2019.
- [38] W. Abdillah, *Metode penelitian terpadu sistem informasi*, Ed.1. Yogyakarta: Andi, 2018.
- [39] I. Ghazali and H. Latan, *Partial Least Square Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*, 2nd ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2020.
- [40] G. Y. Peshkova and O. V. Zlobina, “Digital Transformation Of Banking With Speech Technologies,” pp. 294–303, 2020, doi: 10.15405/epsbs.2020.10.03.34.
- [41] A. Martiah, H. U. Ismulyani, and S. H. Inonu, “Pengaruh Perceived Risk, Perceived Reputation, dan Trust Online terhadap Minat Beli Online Konsumen Shopee,” *J. Inform. Ekon. Bisnis*, vol. 5, pp. 1333–1337, 2023, doi: 10.37034/infeb.v5i4.616.

-
- [42] S. R. Andhika and N. Qomariah, "the Impact of E-Service Quality and Perceived Risk on Trust in Banking Services," *Dyn. Manag. J.*, vol. 8, no. 3, p. 623, 2024, doi: 10.31000/dmj.v8i3.10744.
- [43] A. Alotaibi and D. M. Helmi, "Influencing Factors to Use the E-Payment in Saudi Arabia," *Acad. J. Res. Sci. Publ.*, vol. 5, no. 49, pp. 05–16, 2023, doi: 10.52132/ajrsp.en.2023.49.1.
- [44] B. Mouna and L. Fatima, "Factors affecting intention, adoption and use of mobile banking services in Morocco Based on TAM Model," *Rev. Française d'Economie Gest.*, vol. 5, no. 2, pp. 380–404, 2024, [Online]. Available: www.revuefreg.fr
- [45] D. P. Ramadani and R. Firdaus, "Evolusi Sistem Informasi Manajemen Dari Manual ke Otomatis," *J. Intelek dan Cemdikiawan Nusantara*, vol. 1, no. 3, pp. 4131–4141, 2024, [Online]. Available: <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- [46] A. M. Mutahar, N. M. Daud, T. Ramayah, O. Isaac, and I. Alrajawy, "Examining the Intention to Use Mobile Banking Services in Yemen: An Integrated Perspective of Technology Acceptance," *Asian J. Inf. Technol.*, vol. 16, no. 2–5, pp. 298–311, 2017, doi: 10.3923/ajit.2017.298.311.
- [47] A. Fitriani, D. Sulaeman, R. Firmansyah, F. Ekonomi, and S. Stembi, "Efektivitas Chatbot Sebagai Media Komunikasi Bisnis Antara Penjual dan Pembeli Pada MarketPlace," *J. Disrupsi Bisnis*, vol. 5, no. 3, pp. 189–196, 2022, [Online]. Available: <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/index>
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/index>
- [48] H. Ben Abdennebi, "M-banking adoption from the developing countries perspective: A mediated model," *Digit. Bus.*, vol. 3, no. 2, p. 100065, 2023, doi: 10.1016/j.digbus.2023.100065.
- [49] M. I. Fasa, I. Susanto, U. Islam, N. Raden, I. Lampung, and K. B. Lampung, "ANALISIS PERAN KEAMANAN DATA DALAM," vol. 2, no. 11, 2024.
- [50] M. K. Muttaqien, M. K. Anam, T. M. Tajudin, and H. S. Hamli, "What Determines Metropolitan Jakarta's Muslim Intention to Use M-Banking?," *J. Ilm. Ekon. Islam*, vol. 9, no. 2, p. 1765, 2023, doi: 10.29040/jiei.v9i2.6888.
- [51] Ilyas, "Pengaruh Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Pemilihan Perbankan Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Sinjai Di Kabupaten Sinjai," *J. Ilm. Adm.*, vol. 7, pp. 1–9, 2016.