

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan teknologi yang terus berkembang, mendorong berbagai industri untuk melakukan transformasi menuju era digital. Salah satu industri yang mulai melakukan transformasi menuju era digital adalah industri perbankan dengan mengembangkan Layanan perbankan berbasis digital dengan menghadirkan proses digitalisasi secara menyeluruh dalam aktivitas perbankan. Layanan perbankan digital merupakan sebuah bentuk inovasi pada aktivitas perbankan. Salah satu bank umum yang telah menghadirkan layanan perbankan digital adalah Bank BTPN dengan Aplikasi Jenius yang telah diluncurkan pada Agustus 2016. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap tingkat adopsi layanan perbankan Jenius di Kota Bandung dan Jakarta.

Digital Banking adalah digitalisasi aktivitas perbankan (transformasi menuju *online*) dalam semua kegiatan dan layanan yang disediakan oleh bank dengan menerapkan proses digitalisasi secara menyeluruh. Penelitian ini menggunakan model penelitian Teori Difusi Inovasi yang didefinisikan sebagai teori yang menjelaskan bagaimana sebuah inovasi diadopsi dari waktu ke waktu dengan melihat proses keputusan inovasi yang mempengaruhi adopsi inovasi diantara anggota sistem sosial. Penelitian ini menggunakan variabel independen *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, *trialability*, *observability*, dan *perceived risk* untuk melihat pengaruhnya terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis deskriptif serta menggunakan analisis regresi linier berganda sebagai teknik analisis data. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* sebanyak 400 responden yang merupakan pengguna layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta dengan melakukan penyebaran kuesioner secara *online* melalui media sosial.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dengan melihat hasil perhitungan nilai F untuk uji simultan dan nilai t untuk uji parsial, diketahui bahwa enam dari tujuh H_0 dalam penelitian ini ditolak. Sedangkan H_{05} yang menyatakan bahwa *trialability* tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius, diterima. Berdasarkan nilai koefisien determinasi diketahui bahwa sebesar 62,1% tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, *trialability*, *observability*, dan *perceived risk*, sedangkan 37,9% adopsi layanan perbankan digital Jenius dapat dijelaskan oleh faktor lain diluar dari penelitian ini.

Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa *relative advantage*, *compatibility*, dan *observability* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta. Kemudian, *complexity* dan *perceived risk* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta. Sedangkan *trialability* tidak memiliki pengaruh positif signifikan. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya dan kepada pihak Jenius agar dapat mempertimbangkan hasil penelitian ini untuk mengembangkan dan meningkatkan layanannya, terutama mempertimbangkan *perceived risk* agar pengguna dapat merasa lebih aman dalam menggunakan Jenius.

Kata Kunci: Adopsi Inovasi Teknologi, Layanan Perbankan Digital, Teori Difusi Inovasi