

PENGARUH PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN TRANSAKSI DIGITAL MELALUI MINAT PENGGUNA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA PENGGUNA LAYANAN BANK DIGITAL SUPERBANK)

Nelly Dwi Adisti¹, Amma Fazizah²

^{1,2}Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Yudharta Pasuruan

Email: adistiinelly@gmail.com¹, ammafazizah@yudharta.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif kausal. Populasi penelitian adalah seluruh individu di Indonesia yang pernah menggunakan layanan transaksi digital Superbank. Sampel diperoleh melalui *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* sebanyak 385 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring berskala Likert dan dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan SmartPLS 4. Perkembangan teknologi digital mendorong transformasi layanan keuangan melalui hadirnya bank digital yang menawarkan kemudahan, efisiensi, dan fleksibilitas transaksi. Namun, keputusan masyarakat menggunakan layanan transaksi digital tidak hanya dipengaruhi oleh kemudahan teknologi, tetapi juga oleh persepsi risiko pengguna. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan transaksi digital melalui minat pengguna sebagai variabel mediasi pada pengguna layanan Bank Digital Superbank. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif kausal. Populasi penelitian adalah seluruh individu di Indonesia yang pernah menggunakan layanan transaksi digital Superbank. Sampel diperoleh melalui *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* sebanyak 385 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring berskala Likert dan dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat pengguna dan keputusan penggunaan. Minat pengguna juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan, serta memediasi secara parsial hubungan persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan. Dengan demikian, semakin tinggi persepsi risiko, semakin rendah minat dan keputusan penggunaan transaksi digital Superbank. **Kata kunci:** *Persepsi Risiko; Minat Pengguna; Keputusan Penggunaan; Bank Digital.*

ABSTRACT

The development of digital technology has driven the transformation of financial services through the emergence of digital banks offering convenience, efficiency, and transaction flexibility. However, the public's decision to use digital transaction services is not only influenced by technological convenience, but also by users' risk perception. This study aims to analyze the effect of risk perception on digital transaction usage decisions through user interest as a mediating variable among users of Superbank digital banking services. This study uses a quantitative causal-associative approach. The population consists of all individuals in Indonesia who have used Superbank's digital transaction services. The sample was obtained through non-probability sampling using a purposive sampling method, totaling 385 respondents. Data were collected through an online Likert-scale questionnaire and analyzed using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) with SmartPLS 4. The results show that risk perception has a significant negative effect on both user interest and usage decisions. User interest also has a significant positive effect on usage decisions and partially mediates the relationship between risk perception and usage decisions. Thus, the higher the risk perception, the lower the interest and decision to use Superbank's digital transactions.

Keywords: *Risk Perception; User Interest; Usage Decision; Digital Bank.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital di Indonesia mengalami peningkatan yang pesat, terutama pada sektor keuangan yang ditandai dengan hadirnya berbagai layanan berbasis teknologi, termasuk perbankan digital. Jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2025 mencapai 229,43 juta jiwa atau setara dengan tingkat penetrasi sebesar 80,66 persen dari total populasi nasional, yang menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia telah terhubung secara luas dengan ekosistem digital sebagai fondasi berkembangnya layanan keuangan berbasis teknologi ¹.

Meningkatnya akses internet diikuti oleh perubahan perilaku masyarakat, yang tidak lagi hanya memanfaatkan internet sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga untuk aktivitas ekonomi seperti berbelanja, pembayaran, hingga layanan keuangan digital ². Sejalan dengan hal tersebut, nilai transaksi uang elektronik tercatat terus meningkat secara signifikan, yang mencerminkan semakin besarnya kepercayaan masyarakat terhadap layanan keuangan berbasis teknologi sekaligus menjadi indikator berkembangnya ekosistem ekonomi digital di Indonesia ³.

Pertumbuhan transaksi digital tersebut turut mendorong ekspansi industri perbankan digital. Berdasarkan laporan kinerja semester I 2025, sepuluh bank digital dengan aset terbesar di Indonesia secara berurutan adalah SeaBank, Bank Jago, Hibank, Bank Neo Commerce, BCA Digital/blu, Superbank, Allo Bank, Bank Raya, Bank Saqu, dan Krom Bank ⁴. Meski berada di posisi keenam dari sisi skala aset, Superbank mencatatkan laju pertumbuhan aset tertinggi pada periode tersebut, yaitu 122,1 persen secara tahunan, jauh melampaui SeaBank, Bank Jago, Hibank, dan BCA Digital ⁵, sekaligus mendorong Otoritas Jasa Keuangan membentuk Direktorat Pengawasan Perbankan Digital pada akhir 2025 sebagai respons terhadap pesatnya pertumbuhan ekosistem tersebut ⁶.

Pemilihan Superbank sebagai objek penelitian didasarkan pada tiga pertimbangan. Pertama, laju pertumbuhan asetnya merupakan yang tertinggi di antara sepuluh bank digital besar, mengindikasikan fase adopsi yang sedang berlangsung cepat ⁷. Kedua, laju pertumbuhan tersebut diiringi lonjakan volume transaksi harian, dari 161.900 transaksi pada Januari 2025 menjadi lebih dari 1,2 juta transaksi pada akhir 2025 ⁸. Ketiga, Superbank memiliki keunikan kelembagaan sebagai bank digital yang didukung konsorsium lintas negara, yaitu Grab, Emtek, Singtel, dan KakaoBank ⁹, sehingga layanannya terintegrasi langsung ke ekosistem super-app dan diadopsi penggunaannya melalui jalur embedded finance, berbeda dari bank digital lain yang umumnya tumbuh melalui akuisisi nasabah secara berdiri sendiri.

Keberhasilan Superbank menarik minat jutaan pengguna dalam waktu singkat tidak terlepas dari persepsi risiko masyarakat, yaitu penilaian subjektif individu terhadap kemungkinan konsekuensi

¹ APJII, "Survei Penetrasi Internet Indonesia 2025," APJII., 2025, <https://survei.apjii.or.id>.

² We Are Social, *Digital 2025 Indonesia the Essential Guide To Digital Trends*, in *Weare.Social* (2025).

³ Bank Indonesia, "Statistik Sistem Pembayaran Indonesia," Bank Indonesia., 2025, <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/default.aspx>.

⁴ Annisa Sulistyono Rini, *Top 10 Bank Digital Terbesar RI: Seabank Kokoh Teratas, Aset Superbank Melonjak* (2025).

⁵ Rini, *Top 10 Bank Digital Terbesar RI: Seabank Kokoh Teratas, Aset Superbank Melonjak*.

⁶ OJK, "OJK. (2025a). OJK Resmikan Pembentukan Departemen Pengembangan UMKM Dan Syariah Serta Direktorat Pengawasan Perbankan Digital,," 2025, Pertumbuhan transaksi digital tersebut turut mendorong ekspansi industri perbankan digital di Indonesia, yang ditandai dengan bertambahnya jumlah penyedia layanan bank digital yang bersaing menawarkan kemudahan transaksi berbasis aplikasi kepada masyarakat.

⁷ Rini, *Top 10 Bank Digital Terbesar RI: Seabank Kokoh Teratas, Aset Superbank Melonjak*.

⁸ Bisnis Indonesia, "Peta Persaingan Bank Digital 2025: Siapa Puncaki Pengguna Terbanyak?," 2026, <https://finansial.bisnis.com/read/20260511/90/1973027/peta-persaingan-bank-digital-2025-siapa-puncaki-pengguna-terbanyak>.

⁹ Superbank, "Sustainability Report 2024," preprint, 2024.

merugikan seperti risiko keamanan, privasi, kehilangan dana, serta keandalan layanan ¹⁰. Persepsi risiko membentuk kewaspadaan individu terhadap potensi ancaman dalam penggunaan layanan bank digital, termasuk kekhawatiran terhadap keamanan data pribadi dan potensi penipuan digital (*phishing*) ¹¹, sehingga semakin tinggi persepsi risiko yang dirasakan seseorang, semakin besar kecenderungannya bersikap hati-hati dalam mengambil keputusan penggunaan.

Tingginya ancaman keamanan digital, tercermin dari 225.281 laporan penipuan sektor keuangan dengan kerugian mencapai Rp4,6 triliun hingga Agustus 2025 ¹², meningkatkan kewaspadaan pengguna terhadap layanan transaksi digital. Kondisi ini menegaskan bahwa persepsi risiko menjadi pertimbangan penting bagi masyarakat sebelum memutuskan menggunakan layanan bank digital, sehingga semakin tinggi risiko yang dipersepsikan, semakin besar pula kecenderungan individu menunda atau membatalkan keputusan penggunaan.

Persepsi risiko pada dasarnya hanya membentuk penilaian subjektif individu, bukan secara langsung menentukan tindakan nyata. Menurut kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), penilaian tersebut terlebih dahulu membentuk minat (*behavioral intention*) sebagai wujud kesiapan psikologis sebelum akhirnya terwujud dalam keputusan penggunaan ¹³. Penempatan minat sebagai variabel mediasi relevan untuk menjelaskan inkonsistensi hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh langsung persepsi risiko, sebagaimana ditunjukkan oleh temuan bahwa pengaruh *perceived risk* terhadap *adoption mobile banking* justru dimediasi penuh oleh *intention to use* ¹⁴. Peran minat sebagai pendorong keputusan penggunaan juga konsisten ditemukan pada berbagai konteks layanan digital lain, seperti pada aplikasi transportasi online Maxim (Fikriyah & Fazizah, 2025), layanan *booking* hotel online melalui website Agoda (Amalia & Fazizah, 2025), maupun layanan reservasi hotel online RedDoorz (Syarifah & Fazizah, 2024), yang menunjukkan bahwa kepuasan dan minat pengguna secara konsisten memengaruhi keberlanjutan maupun keputusan penggunaan suatu layanan digital.

Hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh persepsi risiko terhadap minat maupun keputusan penggunaan layanan keuangan digital menunjukkan inkonsistensi. Sebagian penelitian membuktikan persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat maupun keputusan penggunaan, seperti pada konteks bank digital SeaBank ¹⁵, pengaruh negatif signifikan *perceived risk* terhadap *intention to use* ¹⁶, serta dimensi *security risk* yang berpengaruh signifikan terhadap *intention to use*

¹⁰ Waseem Ahmad Khan and Zain Ul Abideen, "Effects of Behavioural Intention on Usage Behaviour of Digital Wallet : The Mediating Role of Perceived Risk and Moderating Role of Perceived Service Quality and Perceived Trust," *Future Business Journal* 9, no. 1 (2023): 1–15, <https://doi.org/10.1186/s43093-023-00242-z>.

¹¹ OJK, "Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan (SNLIK)," 2024, [https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-\(SNLIK\)-2024.aspx](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-(SNLIK)-2024.aspx).

¹² OJK, *Marak Penipuan Keuangan, OJK Bersama Pemerintah Luncurkan Kampanye Nasional Berantas Scam Dan Aktivitas Keuangan Ilegal*, 2025.

¹³ Fred D. Davis, *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*, 13, no. 3 (1989): 319–40.

¹⁴ Dimaz Brahmantyo Hari Pratama Putra and Basuki Rachmat, "Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Dengan Mediasi Peran Intention to Use Mandiri Mobile Banking Di Surabaya," *Journal of Business and Banking* 11, no. 2 (2022): 287, <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i2.2795>.

¹⁵ Widia Lestari, Sihabudin Sihabudin, and Robby Fauji, *Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Seabank (Studi Pada Masyarakat Karawang Timur)*, 2023, <https://doi.org/10.22437/jmk.v12i04.28135>.

¹⁶ Mahendra Adhi Nugroho et al., "Digital Bank Adoption in Indonesia : The Role of Price Value , Perceived Risk , and Intention to Use," *Jurnal Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 14, no. 1 (2025): 1–11.

*digital bank*¹⁷. Sebaliknya, penelitian lain menemukan bahwa *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap *attitude towards service* dalam penggunaan *digital banking*¹⁸. Hal serupa juga ditemukan pada penelitian mengenai pengaruh signifikan *perceived risk* terhadap kepuasan pengguna yang membentuk *continue intention to use* pada layanan *mobile banking* BCA (Kamalia & Fazizah, 2025). Selain itu, faktor psikologis dan kesiapan teknologi pengguna turut terbukti berperan penting dalam membentuk keputusan penggunaan QRIS di M-Banking BRI Mo (Agustin & Fazizah, 2025).

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat tiga kesenjangan penelitian. Pertama, secara kontekstual, penelitian pada pengguna Superbank masih terbatas, padahal Superbank memiliki karakteristik khas sebagai bank digital berbasis *embedded finance*¹⁹. Kedua, secara model, penelitian yang menempatkan persepsi risiko sebagai variabel independen dengan minat pengguna sebagai mediator masih jarang ditemukan. Ketiga, secara teoritis, pengaruh persepsi risiko terhadap penggunaan layanan keuangan digital masih menunjukkan hasil yang inkonsisten antarpelitian, sehingga perlu diuji lebih lanjut pada konteks Superbank.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan: (1) pengaruh persepsi risiko terhadap minat pengguna dalam menggunakan transaksi digital pada Bank Digital Superbank; (2) pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan transaksi digital pada Bank Digital Superbank; (3) pengaruh minat pengguna terhadap keputusan penggunaan transaksi digital pada Bank Digital Superbank; dan (4) pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan transaksi digital melalui minat pengguna sebagai variabel mediasi pada Bank Digital Superbank.

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran, perilaku konsumen, dan keuangan digital, melalui penambahan kajian empiris mengenai pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan transaksi digital dengan minat pengguna sebagai variabel mediasi, sekaligus memperkuat pemahaman mengenai pentingnya faktor persepsi risiko dan minat pengguna dalam menjelaskan perilaku adopsi layanan bank digital.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan bank digital, khususnya Superbank, dalam merumuskan strategi peningkatan jumlah pengguna melalui peningkatan keamanan layanan serta pengembangan fitur sesuai kebutuhan masyarakat. Bagi pengguna dan masyarakat, penelitian ini diharapkan memberikan wawasan mengenai pentingnya pemahaman terhadap risiko penggunaan transaksi digital, sehingga masyarakat mampu mengambil keputusan penggunaan secara lebih rasional dan tepat. Bagi regulator dan lembaga keuangan, seperti Otoritas Jasa Keuangan dan Bank Indonesia, penelitian ini diharapkan menjadi masukan dalam menyusun kebijakan yang mendukung percepatan transformasi keuangan digital, termasuk peningkatan perlindungan konsumen serta penguatan keamanan sistem digital. Bagi akademisi dan peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi kajian mengenai perilaku konsumen digital, adopsi teknologi keuangan, dan keputusan penggunaan layanan bank digital, yang dapat dikembangkan lebih lanjut melalui penambahan variabel, perluasan objek penelitian, maupun penggunaan metode analisis yang berbeda.

¹⁷ Evannia Immanuel Louis and Kurnia Fajar Afgani, *The Influence Of Perceived Risk On Digital Banking On Customers ' Intention To Use Digital Banks In Jabodetabek 2023-2024*, 2, no. 1 (2024): 95–106, <https://doi.org/10.58229/jims.v2i1.151>.

¹⁸ Ketut Sunaryanto and Jenyfer, *Analisis Pengaruh Perceived Risk Terhadap Intention to Use Digital Banking*, 4 (2024).

¹⁹ Superbank, "PT Superbank Indonesia Tbk," Diakses, 2024.

METODE PENELITIAN

Data dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis pendekatan asosiatif kausal untuk menguji pengaruh Persepsi Risiko (X1) terhadap Keputusan Penggunaan (Y) transaksi digital, dengan Minat Pengguna (Z) sebagai variabel mediasi, melalui pengumpulan data berbentuk angka yang dianalisis secara statistik²⁰. Pendekatan kuantitatif berfokus pada pengukuran variabel secara sistematis melalui instrumen terstruktur, data numerik, dan analisis statistik untuk menguji hipotesis²¹.

Sumber data yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang dikumpulkan langsung dari responden melalui prosedur pengumpulan data yang dirancang sesuai tujuan penelitian²². Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada responden yang pernah menggunakan layanan transaksi digital Superbank, dengan pendekatan survei menggunakan instrumen terstandarisasi²³. Penelitian ini tidak dibatasi pada satu lokasi fisik, melainkan mengambil cakupan wilayah Indonesia secara digital coverage area, karena Superbank beroperasi sepenuhnya melalui aplikasi berbasis internet tanpa jaringan kantor cabang fisik²⁴.

Populasi penelitian ini adalah seluruh individu di Indonesia yang pernah menggunakan layanan transaksi digital Superbank²⁵. Jumlah nasabah Superbank tercatat sekitar 5,9 juta pada akhir 2025²⁶, namun jumlah pengguna aktif pada periode penelitian tidak dipublikasikan secara pasti, sehingga populasi dikategorikan sebagai *unknown population size*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu sesuai tujuan penelitian²⁷, dengan kriteria responden: (1) pernah menggunakan layanan transaksi digital Superbank; (2) berusia minimal 17 tahun, sesuai usia kepemilikan KTP-el di Indonesia²⁸; (3) menggunakan smartphone dan internet secara aktif; serta (4) pernah melakukan minimal satu kali transaksi menggunakan layanan Superbank.

Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Lemeshow karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, yaitu $n = Z^2 \cdot p \cdot q / d^2$, dengan tingkat kepercayaan 95% ($Z = 1,96$), proporsi populasi $p = 0,5$, $q = 1 - p = 0,5$, dan *margin of error* $d = 5\%$. Perhitungan tersebut menghasilkan nilai sampel minimum sebesar 384,16 yang dibulatkan menjadi 385 responden, sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 385 responden pengguna layanan Bank Digital Superbank di Indonesia yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan.

Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang berisi pernyataan-pernyataan terkait indikator variabel Persepsi Risiko, Minat Pengguna, dan Keputusan Penggunaan, yang diukur menggunakan skala Likert 1–5 mulai dari “Sangat Tidak Setuju” hingga “Sangat Setuju”²⁹.

Model Penelitian

²⁰ Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D,” preprint, Bandung: Alfabeta, 2021.

²¹ J. W. Creswell and J. D. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 7th ed. (SAGE Publications, 2023).

²² U. Sekaran and R. Bougie, *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, 8th ed. (John Wiley & Sons, 2020).

²³ J. W. Creswell and T. C. Guetterman, *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*, 6th Global (Pearson, 2021).

²⁴ Superbank, “Sustainability Report 2024.”

²⁵ Sekaran and Bougie, *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*.

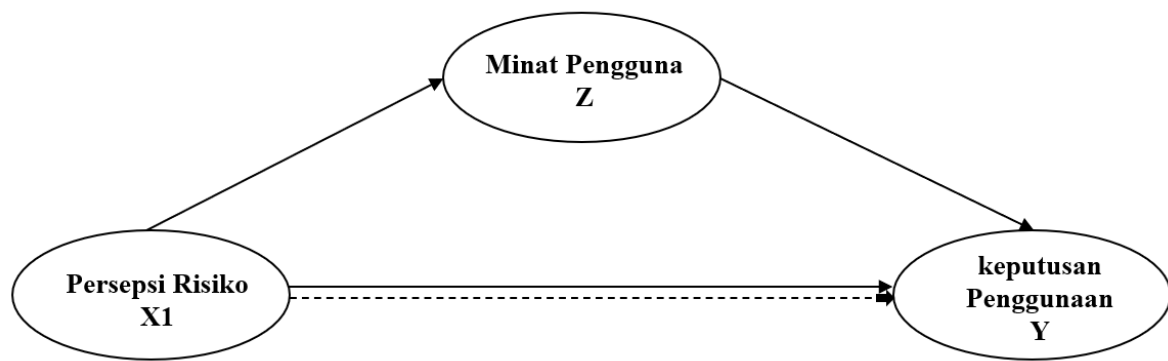
²⁶ Superbank, *Laporan Tahunan PT Super Bank Indonesia Tbk*, 2025.

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Edisi Ke-2, Cetakan Ke-5)* (Bandung: Alfabeta, 2023).

²⁸ Komisi Pemilihan Umum, *Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 1 Tahun 2025 Tentang Pemutakhiran Data Pemilih Berkelanjutan* (Peraturan.go.id, 2025).

²⁹ Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.”

Model penelitian ini dibangun berdasarkan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menempatkan Persepsi Risiko (X1) sebagai variabel independen, Minat Pengguna (Z) sebagai variabel mediasi, dan Keputusan Penggunaan (Y) sebagai variabel dependen. Model ini bertujuan untuk menguji pengaruh langsung X1 terhadap Z, pengaruh langsung X1 dan Z terhadap Y, serta pengaruh tidak langsung X1 terhadap Y melalui Z sebagai mediator, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 2. 1 Kerangka Konsep
Sumber : Data primer diolah 2026

Definisi Operasional Variabel

Seluruh variabel dalam penelitian ini menggunakan model pengukuran reflektif (*reflective indicators*), karena konstruk bersifat laten dan persepsional sehingga setiap indikator dipandang sebagai cerminan dari konstruknya³⁰. Persepsi Risiko (X1) merupakan penilaian subjektif individu terhadap kemungkinan konsekuensi merugikan dalam penggunaan layanan digital³¹, yang dicerminkan oleh indikator *Financial Risk*, *Privacy Risk*, *Performance Risk*, dan *Time Risk*. Minat Pengguna (Z) merupakan kecenderungan individu untuk menggunakan suatu layanan digital³², yang dicerminkan oleh indikator *Trust*, *Social Influence*, dan *Self-efficacy*. Keputusan Penggunaan (Y) merupakan keputusan pengguna memanfaatkan layanan digital setelah mempertimbangkan manfaat, kemudahan, keamanan, dan risiko yang dirasakan³³, yang dicerminkan oleh indikator *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Behavioral Intention*, dan *Actual System Use*.

Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Squares* (PLS) melalui perangkat lunak SmartPLS, karena mampu menganalisis hubungan antar variabel laten secara simultan meskipun data tidak memenuhi asumsi distribusi normal dan ukuran sampel relatif kecil.

Uji validitas dilakukan melalui *convergent validity* dan *discriminant validity*. *Convergent validity* dievaluasi menggunakan nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE), dengan kriteria *outer loading* $\geq 0,70$ dan *AVE* $\geq 0,50$ ³⁴. *Discriminant validity* dievaluasi menggunakan

³⁰ Joseph F. Hair et al., *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*, in *Classroom Companion: Business*, Part F9796 (2022), <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>.

³¹ Khan and Abideen, "Effects of Behavioural Intention on Usage Behaviour of Digital Wallet : The Mediating Role of Perceived Risk and Moderating Role of Perceived Service Quality and Perceived Trust."

³² Khan and Abideen, "Effects of Behavioural Intention on Usage Behaviour of Digital Wallet : The Mediating Role of Perceived Risk and Moderating Role of Perceived Service Quality and Perceived Trust."

³³ Khan and Abideen, "Effects of Behavioural Intention on Usage Behaviour of Digital Wallet : The Mediating Role of Perceived Risk and Moderating Role of Perceived Service Quality and Perceived Trust."

³⁴ Hair et al., *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*.

Fornell–Larcker Criterion dan *Heterotrait–Monotrait Ratio* (HTMT), dengan kriteria HTMT < 0,85³⁵. Uji reliabilitas dievaluasi menggunakan *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*, dengan kriteria nilai $\geq 0,70$ ³⁶.

Evaluasi model struktural (*inner model*) dilakukan melalui uji kolinearitas menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF < 5,00), koefisien determinasi (R^2) dengan kategori kuat (0,75), sedang (0,50), dan lemah (0,25), *effect size* (f^2) dengan kategori kecil (0,02), sedang (0,15), dan besar (0,35), serta *predictive relevance* (Q^2) yang dinyatakan baik apabila bernilai lebih besar dari nol³⁷.

Uji hipotesis dilakukan menggunakan prosedur bootstrapping untuk menilai signifikansi pengaruh langsung dan tidak langsung, berdasarkan nilai *path coefficient*, *t-statistic*, dan *p-value*. Hipotesis dinyatakan signifikan apabila nilai *t-statistic* > 1,96 dan *p-value* < 0,05 pada tingkat signifikansi 5%³⁸. Pengujian pengaruh tidak langsung digunakan untuk menganalisis peran Minat Pengguna (Z) sebagai variabel mediasi, dengan jenis mediasi ditentukan sebagai *full mediation* apabila hanya pengaruh tidak langsung yang signifikan, *partial mediation* apabila pengaruh langsung dan tidak langsung sama-sama signifikan, serta *no mediation* apabila pengaruh tidak langsung tidak signifikan³⁹.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 385 responden pengguna layanan transaksi digital Bank Digital Superbank yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring selama periode Mei–Juni 2026. Karakteristik responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan per bulan, domisili, dan frekuensi penggunaan, sebagaimana disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3 Karakteristik responden

<i>Karakteristik</i>	<i>Kategori</i>	<i>Jumlah</i>
Jenis Kelamin	Laki-laki	88
	Perempuan	297
Usia	17–25 tahun	339
	26–35 tahun	45
	36–45 tahun	1
Pendidikan Terakhir	SMP/Sederajat	1
	SMA/Sederajat	104
	Diploma 1–3	27
	Strata 1	249
	Strata 2	4
Pekerjaan	Polri/ASN/TNI/BUMN	12
	Karyawan Swasta	75
	Wirausaha	27
	Profesional	9
	Lainnya (Pelajar/Mahasiswa/IRT/Petani)	262

³⁵ Imam Ghozali, *Partial Least Squares: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 Untuk Penelitian Empiris* (2023).

³⁶ Hair et al., *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*.

³⁷ Hair et al., *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*.

³⁸ Hair et al., *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*.

³⁹ Ghazali, *Partial Least Squares: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 Untuk Penelitian Empiris*.

<i>Karakteristik</i>	<i>Kategori</i>	<i>Jumlah</i>
Pendapatan per Bulan	< Rp1.500.000	129
	Rp1.500.000–Rp3.000.000	135
	Rp3.000.001–Rp5.000.000	64
	Rp5.000.001–Rp7.000.000	33
	> Rp7.000.000	24
Domisili (Zona Waktu)	WIB	344
	WITA	23
	WIT	0
Frekuensi Penggunaan (6 bulan)	1 kali	37
	2–3 kali	83
	4–5 kali	173
	> 5 kali	92

Berdasarkan Tabel 3, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (77,1%), berusia 17–25 tahun (88,1%), berpendidikan Strata 1 (64,7%), serta berstatus pelajar/mahasiswa atau kategori lainnya (68,1%). Karakteristik demografis tersebut dapat memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi, karena kelompok usia produktif cenderung lebih terbiasa menggunakan teknologi dalam aktivitas sehari-hari⁴⁰. Mayoritas responden juga berdomisili di wilayah Waktu Indonesia Barat (89,4%), yang sejalan dengan tingginya konsentrasi pengguna internet di Pulau Jawa (APJII, 2025). Dari sisi pendapatan, responden didominasi kelompok berpendapatan rendah hingga menengah (Rp1.500.000–Rp3.000.000), serta telah menggunakan layanan Superbank sebanyak 4–5 kali dalam enam bulan terakhir (44,9%), yang mengindikasikan responden memiliki pengalaman memadai dalam menilai variabel penelitian.

Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian disusun berdasarkan nilai rata-rata (*mean*) jawaban responden pada setiap indikator, dengan interpretasi mengacu pada kategori interval skala Likert⁴¹, sebagaimana disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4 Deskripsi variabel penelitian

<i>Variabel</i>	<i>Mean</i>	<i>Interpretasi</i>
Persepsi Risiko (X1)	2,67	Netral
Minat Pengguna (Z)	3,88	Setuju
Keputusan Penggunaan (Y)	4,00	Setuju

Berdasarkan Tabel 4, variabel Minat Pengguna memperoleh nilai rata-rata 3,88 (setuju) dan Keputusan Penggunaan 4,00 (setuju), yang menunjukkan penilaian positif responden terhadap kedua variabel tersebut. Sementara itu, variabel Persepsi Risiko memperoleh nilai rata-rata 2,67 (netral), yang mengindikasikan bahwa responden tidak menunjukkan persepsi risiko yang tinggi terhadap penggunaan layanan transaksi digital Superbank.

Evaluasi Model Pengukuran (*Outer model*)

⁴⁰ Sebastian Kapser, Mahmoud Abdelrahman, and Tobias Bernecker, *Autonomous Delivery Vehicles to Fight the Spread of Covid-19 – How Do Men and Women Differ in Their Acceptance?*, no. January (2020), <https://doi.org/10.1016/j.tra.2021.02.020>; OECD, “OECD/INFE 2023 International Survey of Adult Financial Literacy,” OECD Publishing, 2023, https://www.oecd.org/en/publications/oecd-infe-2023-international-survey-of-adult-financial-literacy_56003a32-en.html?utm_.

⁴¹ James R. Lindner and Nicholas Lindner, “Interpreting Likert Type, Summated, Unidimensional, and Attitudinal Scales: I Neither Agree nor Disagree, Likert or Not,” *Advancements in Agricultural Development* 5, no. 2 (2024): 152–63, <https://doi.org/10.37433/aad.v5i2.351>.

Evaluasi *outer model* dilakukan melalui uji validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk menggunakan SmartPLS 4. Hasil pengujian *convergent validity* menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70 dan seluruh variabel memiliki nilai *Average Variance Extracted* (AVE) di atas 0,50, sehingga memenuhi kriteria yang disyaratkan ⁴², sebagaimana disajikan pada Tabel 5 dan divisualisasikan pada Gambar 2.

Tabel 5 Hasil uji validitas konvergen (outer loading dan AVE)

<i>Variabel</i>	<i>Indikator</i>	<i>Outer Loading</i>	<i>AVE</i>
Persepsi Risiko (X1)	X1.1	0,885	0,764
	X1.2	0,860	
	X1.3	0,873	
	X1.4	0,878	
Minat Pengguna (Z)	Z.1	0,819	0,725
	Z.2	0,855	
	Z.3	0,879	
Keputusan Penggunaan (Y)	Y.1	0,761	0,635
	Y.2	0,792	
	Y.3	0,790	
	Y.4	0,842	

Uji validitas diskriminan menggunakan *Fornell–Larcker Criterion* menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar dibandingkan korelasinya dengan konstruk lain ⁴³, sebagaimana disajikan pada Tabel 6. Hasil pengujian *Heterotrait–Monotrait Ratio* (HTMT) juga menunjukkan seluruh nilai berada di bawah batas 0,90, dengan nilai tertinggi pada hubungan Keputusan Penggunaan dan Minat Pengguna (0,688), sehingga seluruh konstruk dinyatakan memenuhi validitas diskriminan.

Tabel 6 Hasil uji validitas diskriminan (Fornell–Larcker criterion)

<i>Variabel</i>	<i>KP</i>	<i>LD</i>	<i>MP</i>	<i>PR</i>
Keputusan Penggunaan	0,797			
Minat Pengguna	0,560	0,183	0,851	
Persepsi Risiko	-0,422	-0,081	-0,407	0,874

Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai di atas 0,70 ⁴⁴, sebagaimana disajikan pada Tabel 7, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Tabel 7 Hasil uji reliabilitas

<i>Variabel</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Persepsi Risiko	0,897	0,928
Minat Pengguna	0,810	0,888
Keputusan Penggunaan	0,808	0,874

Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi *inner model* dilakukan melalui uji kolinearitas (VIF), *effect size* (f^2), koefisien determinasi (R^2), dan *predictive relevance* ($Q^2_{predict}$). Hasil uji kolinearitas menunjukkan seluruh nilai VIF berada di bawah 5,00 sehingga model bebas dari multikolinearitas, sedangkan hasil *effect size* menunjukkan Persepsi Risiko terhadap Minat Pengguna dan Minat Pengguna terhadap

⁴² Hair et al., *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*.

⁴³ Hair et al., *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*.

⁴⁴ Hair et al., *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*.

Keputusan Penggunaan berada pada kategori sedang, sementara hubungan lainnya berada pada kategori kecil ⁴⁵, sebagaimana disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8 Hasil uji kolinearitas dan *effect size*

<i>Hubungan Variabel</i>	<i>VIF</i>	<i>f²</i>	<i>Kategori f²</i>
Persepsi Risiko → Minat Pengguna	1,007	0,191	Sedang
Persepsi Risiko → Keputusan Penggunaan	1,199	0,074	Kecil
Minat Pengguna → Keputusan Penggunaan	1,232	0,248	Sedang

Hasil koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa Persepsi Risiko mampu menjelaskan variasi Minat Pengguna sebesar 18,9%, sedangkan Persepsi Risiko, dan Minat Pengguna mampu menjelaskan variasi Keputusan Penggunaan sebesar 39,3%, yang keduanya berada pada kategori lemah ⁴⁶. Meskipun demikian, nilai Q^2 predict pada kedua variabel endogen lebih besar dari nol, sehingga model dinyatakan memiliki kemampuan prediktif yang memadai, sebagaimana disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9 Hasil koefisien determinasi (R^2) dan predictive relevance (Q^2)

<i>Variabel Endogen</i>	<i>R²</i>	<i>Kategori</i>	<i>Q²predict</i>
Minat Pengguna	0,189	Lemah	0,173
Keputusan Penggunaan	0,393	Lemah	0,226

Nilai R^2 yang tergolong lemah tidak menunjukkan bahwa model penelitian berkualitas rendah, karena keberartian hubungan antarvariabel ditentukan melalui pengujian koefisien jalur, bukan semata-mata besaran R^2 . Rendahnya nilai R^2 dapat dijelaskan oleh kompleksitas perilaku keputusan penggunaan bank digital yang dipengaruhi banyak faktor di luar model, serta karakteristik Superbank sebagai bank digital berbasis ekosistem super-app yang penggunaanya banyak mengadopsi layanan melalui jalur *embedded finance* dari platform induk ⁴⁷.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan melalui prosedur bootstrapping pada SmartPLS 4 dengan kriteria hipotesis dinyatakan signifikan apabila nilai *t-statistic* > 1,96 dan *p-value* < 0,05 ⁴⁸. Hasil pengujian pengaruh langsung (*direct effect*) disajikan pada Tabel 10.

Tabel 10 Hasil uji pengaruh langsung (*direct effect*)

<i>H</i>	<i>Hubungan Variabel</i>	<i>O</i>	<i>t-stat</i>	<i>p-value</i>	<i>Ket.</i>
H1	Persepsi Risiko → Minat Pengguna	-0,395	7,801	0,000	Signifikan
H2	Persepsi Risiko → Keputusan Penggunaan	-0,232	5,144	0,000	Signifikan
H3	Minat Pengguna → Keputusan Penggunaan	0,431	8,152	0,000	Signifikan

Berdasarkan Tabel 10, seluruh hipotesis pengaruh langsung (H1–H3) dinyatakan signifikan. Persepsi Risiko berpengaruh negatif terhadap Minat Pengguna (H1) dan Keputusan Penggunaan (H2), sedangkan Minat Pengguna berpengaruh positif terhadap Keputusan Penggunaan (H3) dengan koefisien jalur terbesar di antara seluruh hubungan langsung.

Hasil pengujian pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) untuk menguji peran mediasi Minat Pengguna disajikan pada Tabel 11.

⁴⁵ Hair et al., *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*.

⁴⁶ Hair et al., *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*.

⁴⁷ Superbank, “Sustainability Report 2024.”

⁴⁸ Hair et al., *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*.

Tabel 11 Hasil uji pengaruh tidak langsung (*indirect effect*)

<i>H</i>	<i>Hubungan Variabel</i>	<i>O</i>	<i>t-stat</i>	<i>p-value</i>	<i>Ket.</i>
H4	Persepsi Risiko → Minat Pengguna → Keputusan Penggunaan	-0,170	5,042	0,000	Signifikan

Berdasarkan Tabel 11, hipotesis pengaruh tidak langsung (H4) dinyatakan signifikan. Karena pengaruh langsung Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan juga signifikan, Minat Pengguna terbukti berperan sebagai mediator parsial (*partial mediation*), bukan mediator penuh, dalam kedua hubungan tersebut.

Pembahasan

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Pengguna

Persepsi Risiko terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Minat Pengguna, mengonfirmasi konsep dasar *perceived risk* bahwa semakin tinggi risiko yang dipersepsikan, semakin rendah minat penggunaan layanan digital⁴⁹. Temuan ini turut menjawab inkonsistensi hasil penelitian terdahulu, di mana sebagian penelitian menemukan pengaruh positif⁵⁰ dan sebagian lain menemukan pengaruh tidak signifikan⁵¹. Persepsi Risiko juga tercatat sebagai jalur dengan pengaruh terhadap Minat Pengguna, sejalan dengan tingginya angka laporan penipuan sektor keuangan di Indonesia⁵².

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan

Persepsi Risiko terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan, sejalan dengan temuan bahwa dimensi *security risk* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use bank digital*⁵³. Konsistensi arah pengaruh negatif pada seluruh jalur yang melibatkan Persepsi Risiko memperkuat bahwa risiko merupakan penghambat utama, baik pada tahap pembentukan minat maupun pengambilan keputusan penggunaan secara langsung.

Pengaruh Minat Pengguna terhadap Keputusan Penggunaan

Minat Pengguna terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan, dengan pengaruh terbesar di antara seluruh jalur langsung dalam model penelitian. Temuan ini sejalan dengan kerangka dasar TAM yang menempatkan *behavioral intention* sebagai jalur utama menuju *actual system use*⁵⁴, serta konsisten dengan temuan bahwa *intention to use* berpengaruh signifikan terhadap adopsi layanan digital⁵⁵.

Peran Mediasi Minat Pengguna

Minat Pengguna terbukti memediasi secara signifikan pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan. Karena pengaruh langsung variabel independen terhadap Keputusan Penggunaan juga signifikan, peran mediasi Minat Pengguna bersifat parsial (*partial mediation*),

⁴⁹ Khan and Abideen, "Effects of Behavioural Intention on Usage Behaviour of Digital Wallet : The Mediating Role of Perceived Risk and Moderating Role of Perceived Service Quality and Perceived Trust"; Nugroho et al., "Digital Bank Adoption in Indonesia : The Role of Price Value , Perceived Risk , and Intention to Use."

⁵⁰ Lestari, Sihabudin, and Fauji, *Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Seabank (Studi Pada Masyarakat Karawang Timur)*.

⁵¹ Sunaryanto and Jenyfer, *Analisis Pengaruh Perceived Risk Terhadap Intention to Use Digital Banking*.

⁵² OJK, *Marak Penipuan Keuangan, OJK Bersama Pemerintah Luncurkan Kampanye Nasional Berantas Scam Dan Aktivitas Keuangan Ilegal*.

⁵³ Louis and Afgani, *The Influence Of Perceived Risk On Digital Banking On Customers ' Intention To Use Digital Banks In Jabodetabek 2023-2024*.

⁵⁴ Davis, *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*.

⁵⁵ Nugroho et al., "Digital Bank Adoption in Indonesia : The Role of Price Value , Perceived Risk , and Intention to Use"; Putra and Rachmat, "Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Dengan Mediasi Peran Intention to Use Mandiri Mobile Banking Di Surabaya."

bukan mediasi penuh, sejalan dengan pola mediasi yang ditemukan pada konteks *mobile banking*⁵⁶. Temuan ini menegaskan bahwa Persepsi Risiko memengaruhi Keputusan Penggunaan Superbank baik secara langsung maupun melalui pembentukan minat terlebih dahulu, dengan Persepsi Risiko tercatat sebagai variabel yang menghambat penggunaan Superbank di seluruh jalur pengujian, sehingga penguatan aspek keamanan dan mitigasi risiko menjadi perhatian utama yang perlu ditindaklanjuti oleh Superbank.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis mengenai pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan transaksi digital melalui Minat Pengguna sebagai variabel mediasi pada pengguna layanan Bank Digital Superbank, penelitian ini menghasilkan beberapa simpulan sebagai berikut.

- 1) Persepsi Risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Minat Pengguna, serta terbukti menjadi variabel dalam memengaruhi Minat Pengguna.
- 2) Persepsi Risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan, sejalan dengan pengaruhnya terhadap Minat Pengguna.
- 3) Minat Pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan, dan terbukti menjadi prediktor yang dominan dalam model penelitian.
- 4) Minat Pengguna memediasi secara parsial dan signifikan pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan, sehingga menegaskan Persepsi Risiko sebagai faktor yang menghambat penggunaan layanan Superbank.

Secara keseluruhan, model yang dikembangkan berdasarkan *Technology Acceptance Model* dengan Persepsi Risiko sebagai variabel independen serta Minat Pengguna sebagai variabel mediasi terbukti mampu menjelaskan proses pembentukan Keputusan Penggunaan layanan transaksi digital pada Bank Digital Superbank.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Model hanya menggunakan Persepsi Risiko sebagai variabel independen, sehingga belum mengakomodasi faktor lain seperti kepercayaan, persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, kualitas layanan, promosi, dan pengaruh sosial. Objek penelitian juga terbatas pada pengguna Bank Digital Superbank sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasi pada bank digital lain dengan karakteristik ekosistem berbeda. Selain itu, pengumpulan data dilakukan secara daring dengan pendekatan *cross-sectional* pada satu periode waktu dan bersifat *self-report*, populasi penelitian juga tidak diketahui secara pasti (*unknown population*), sehingga berpotensi memunculkan bias subjektivitas responden dan keterbatasan representasi sampel terhadap populasi secara proporsional.

Berdasarkan simpulan dan keterbatasan tersebut, Superbank disarankan untuk memperkuat aspek keamanan transaksi digital, seperti verifikasi berlapis, deteksi dini aktivitas mencurigakan, dan perlindungan data pribadi pengguna, mengingat Persepsi Risiko terbukti menjadi faktor yang memengaruhi minat maupun keputusan penggunaan. Pengguna disarankan untuk terus mempertimbangkan aspek risiko secara rasional agar keputusan penggunaan layanan transaksi digital dapat diambil secara lebih bijak. Adapun peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain di luar model, seperti kepercayaan digital, persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, kualitas layanan, atau pengaruh sosial, memperluas objek penelitian pada bank digital lain, serta mempertimbangkan pendekatan longitudinal guna menggambarkan perubahan persepsi dan perilaku pengguna secara lebih komprehensif.

⁵⁶ Putra and Rachmat, "Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Dengan Mediasi Peran Intention to Use Mandiri Mobile Banking Di Surabaya."

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. “Survei Penetrasi Internet Indonesia 2025.” APJII., 2025. <https://survei.apjii.or.id>.
- Bank Indonesia. “Statistik Sistem Pembayaran Indonesia.” Bank Indonesia., 2025. <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/default.aspx>.
- Bisnis Indonesia. ““Peta Persaingan Bank Digital 2025: Siapa Puncaki Pengguna Terbanyak?”” 2026. <https://finansial.bisnis.com/read/20260511/90/1973027/peta-persaingan-bank-digital-2025-siapa-puncaki-pengguna-terbanyak>.
- Creswell, J. W., and J. D. Creswell. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 7th ed. SAGE Publications, 2023.
- Creswell, J. W., and T. C. Guetterman. *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. 6th Global. Pearson, 2021.
- Davis, Fred D. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. 13, no. 3 (1989): 319–40.
- Ghozali, Imam. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 Untuk Penelitian Empiris*. 2023.
- Hair, Joseph F., G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, Marko Sarstedt, Nicholas P. Danks, and Soumya Ray. *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. In *Classroom Companion: Business*, Part F9796. 2022. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>.
- Kapser, Sebastian, Mahmoud Abdelrahman, and Tobias Bernecker. *Autonomous Delivery Vehicles to Fight the Spread of Covid-19 – How Do Men and Women Differ in Their Acceptance?* no. January (2020). <https://doi.org/10.1016/j.tra.2021.02.020>.
- Khan, Waseem Ahmad, and Zain Ul Abideen. “Effects of Behavioural Intention on Usage Behaviour of Digital Wallet : The Mediating Role of Perceived Risk and Moderating Role of Perceived Service Quality and Perceived Trust.” *Future Business Journal* 9, no. 1 (2023): 1–15. <https://doi.org/10.1186/s43093-023-00242-z>.
- Komisi Pemilihan Umum. *Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 1 Tahun 2025 Tentang Pemutakhiran Data Pemilih Berkelanjutan*. Peraturan.go.id, 2025.
- Lestari, Widia, Sihabudin Sihabudin, and Robby Fauji. *Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Seabank (Studi Pada Masyarakat Karawang Timur)*. 2023. <https://doi.org/10.22437/jmk.v12i04.28135>.
- Lindner, James R., and Nicholas Lindner. “Interpreting Likert Type, Summated, Unidimensional, and Attitudinal Scales: I Neither Agree nor Disagree, Likert or Not.” *Advancements in Agricultural Development* 5, no. 2 (2024): 152–63. <https://doi.org/10.37433/aad.v5i2.351>.
- Louis, Evannia Immanuel, and Kurnia Fajar Afgani. *The Influence Of Perceived Risk On Digital Banking On Customers ’ Intention To Use Digital Banks In Jabodetabek 2023-2024*. 2, no. 1 (2024): 95–106. <https://doi.org/10.58229/jims.v2i1.151>.
- Nugroho, Mahendra Adhi, Retno Sulistyani, Budi Tiara, and Richard Chinomona. “Digital Bank Adoption in Indonesia : The Role of Price Value , Perceived Risk , and Intention to Use.” *Jurnal Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 14, no. 1 (2025): 1–11.
- OECD. “OECD/INFE 2023 International Survey of Adult Financial Literacy.” OECD Publishing, 2023. https://www.oecd.org/en/publications/oecd-infe-2023-international-survey-of-adult-financial-literacy_56003a32-en.html?utm_.
- OJK. *Marak Penipuan Keuangan, OJK Bersama Pemerintah Luncurkan Kampanye Nasional Berantas Scam Dan Aktivitas Keuangan Ilegal*. 2025.

- . “OJK. (2025a). OJK Resmikan Pembentukan Departemen Pengembangan UMKM Dan Syariah Serta Direktorat Pengawasan Perbankan Digital.” 2025. Pertumbuhan transaksi digital tersebut turut mendorong ekspansi industri perbankan digital di Indonesia, yang ditandai dengan bertambahnya jumlah penyedia layanan bank digital yang bersaing menawarkan kemudahan transaksi berbasis aplikasi kepada masyarakat.
- . “Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan (SNLIK.” 2024. [https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-\(SNLIK\)-2024.aspx](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-(SNLIK)-2024.aspx).
- Putra, Dimaz Brahmantyo Hari Pratama, and Basuki Rachmat. “Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Dengan Mediasi Peran Intention to Use Mandiri Mobile Banking Di Surabaya.” *Journal of Business and Banking* 11, no. 2 (2022): 287. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i2.2795>.
- Rini, Annisa Sulisty. *Top 10 Bank Digital Terbesar RI: Seabank Kokoh Teratas, Aset Superbank Melonjak*. 2025.
- Sekaran, U., and R. Bougie. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. 8th ed. John Wiley & Sons, 2020.
- Sugiyono. “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.” Preprint, Bandung: Alfabeta, 2021.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Edisi Ke-2, Cetakan Ke-5*. Bandung: Alfabeta, 2023.
- Sunaryanto, Ketut, and Jenyfer. *Analisis Pengaruh Perceived Risk Terhadap Intention to Use Digital Banking*. 4 (2024).
- Superbank. *Laporan Tahunan PT Super Bank Indonesia Tbk*. 2025.
- . “PT Superbank Indonesia Tbk.” Diakses, 2024.
- . “Sustainability Report 2024.” Preprint, 2024.
- We Are Social. *Digital 2025 Indonesia the Essential Guide To Digital Trends*. In *Weare.Social*. 2025.