

## ABSTRAK

Peran teknologi menjadi sangat penting dalam transformasi bank digital sebagai adaptasi terhadap perubahan yang menghadirkan tren baru dalam industri perbankan untuk menyediakan layanan perbankan diharapkan dapat memperluas sekaligus mempermudah inklusi keuangan dan akses masyarakat terhadap layanan keuangan sehingga dapat dilakukan tanpa mengenal batasan waktu dan tempat. Bank Jago hadir sebagai bank digital pertama di Indonesia yang menjanjikan kemudahan bagi para nasabahnya untuk melakukan kegiatan perbankan dengan memanfaatkan teknologi, sehingga dapat mengurangi adanya interaksi langsung. Penelitian ini meneliti tentang faktor yang mempengaruhi minat menggunakan Bank Jago sebagai bank digital dengan variabel persepsi kemudahan, efisiensi, dan kepercayaan. Objek penelitian ini adalah pengguna atau nasabah *mobile banking* atau *internet banking* bank konvensional yang belum menggunakan Bank Jago sebagai bank digital di daerah Jabodetabek. Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus *Hair* karena ukuran populasi yang belum diketahui pasti dengan total responden yang peneliti peroleh sebanyak 170 responden. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis *Smart-PLS* dengan sumber data yang diperoleh melalui kuesioner yang disebar kepada responden yang belum menggunakan Bank Jago sebagai bank digital di daerah Jabodetabek. Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan, efisiensi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan, kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan.

**Kata Kunci:** Persepsi Kemudahan, Efisiensi, Kepercayaan, Minat Menggunakan, Bank Jago.

## **ABSTRACT**

*The role of technology has become crucial in the transformation of digital banking as an adaptation to changes that bring new trends in the banking industry. This aims to provide banking services that are expected to expand and simplify financial inclusion and public access to financial services without limitations of time and place. Bank Jago, as the first digital bank in Indonesia, promises convenience for its customers to engage in banking activities by leveraging technology, thus reducing direct interactions. This research examines the factors influencing the interest in using Bank Jago as a digital bank, with variables including perceived ease, efficiency, and trust. The research focuses on users or customers of conventional banks' mobile banking or internet banking who have not yet adopted Bank Jago as their digital bank in the Jabodetabek area. The sample size was determined using the Hair formula due to the unknown population size, and a total of 170 respondents were obtained. The research employed the Structural Equation Model (SEM) approach with Smart-PLS as the analysis tool. Data was collected through questionnaires distributed to respondents who had not used Bank Jago as their digital bank in the Jabodetabek area. The findings of this research indicate that perceived ease has a significantly positive influence on interest in usage, efficiency has a significantly positive influence on interest in usage, and trust has a significantly positive influence on interest in usage.*

**Keywords:** *Perceived Ease, Efficiency, Trust, Interest in Usage, Bank Jago.*

MERCU BUANA