

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi yang berkembang sangat pesat ini membuat perubahan perilaku konsumen yang signifikan. Hal ini didukung dengan masuknya internet ke dunia. Akibat dari perkembangan teknologi informasi, perilaku konsumen telah berubah kearah modernisasi dimana konsumen menginginkan hal yang lebih mudah dan efisien. Pengguna internet terus meningkat, teknologi internet memiliki peran yang begitu besar dalam mendorong segala aktivitas kehidupan manusia saat ini. Pemanfaatan teknologi digital di Indonesia yang sangat besar ini memberikan dampak bagi beberapa sektor, salah satunya adalah sektor industri keuangan. Hal tersebut ditandai dengan hadirnya digital perbankan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui minat perilaku konsumen dalam menggunakan digital perbankan. Sampel penelitian ini sejumlah 200 responden. Variabel bebas terdiri dari sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku, sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat menggunakan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan skala likert sebagai pengukuran. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis Linear Berganda dan diolah menggunakan SPSS.

Berdasarkan hasil hipotesis sikap memiliki nilai t hitung $2,157 > t$ tabel $1,9850$ berarti variabel sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, norma subjektif memiliki nilai t hitung $11,037 > t$ tabel $1,9850$ berarti variabel norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, persepsi kontrol perilaku memiliki nilai t hitung $3,520 > t$ tabel $1,9850$ berarti variabel persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.

Kata Kunci : Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku, Minat Menggunakan