

ABSTRAK

Perkembangan teknologi merupakan suatu karakteristik dari perkembangan jaman. Perkembangan teknologi informasi menimbulkan evolusi pada layanan keuangan konvensional menjadi layanan keuangan digital. Bank Indonesia (BI) mencatat transaksi ekonomi dan keuangan digital semakin meningkat seiring dengan meningkatnya preferensi masyarakat untuk belanja dalam jaringan (daring), meluasnya pembayaran digital, dan akselerasi digital banking. PT Bank Jago Tbk merupakan salah satu bank digital yang meluncurkan aplikasi bank digital bernama Jago. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *Continuance Intention* nasabah dalam penggunaan Aplikasi Jago. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi PT Bank Jago Tbk untuk merencanakan dan meningkatkan layanan keuangan secara efektif kepada nasabah.

Pendekatan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah model modifikasi *Technology Continuance Theory (TCT)*. Variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu *Confirmation*, *Self-Efficacy*, *Channel Preference*, *Perceived Usefulness*, *Satisfaction*, *Attitude*, dan *Continuance Intention*.

Pengumpulan data dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner secara online dengan menggunakan *Google Form*. Responden pada penelitian ini berjumlah 292 responden yang merupakan nasabah PT Bank Jago pengguna aplikasi Jago. Teknik analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Model (SEM)* dengan menggunakan aplikasi AMOS.

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa terdapat variabel yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness* yaitu *Confirmation*. Variabel yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Satisfaction* yaitu *Perceived Usefulness* dan *Confirmation*. Variabel yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude* yaitu *Satisfaction* dan *Perceived Usefulness*. Variabel yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention* yaitu *Satisfaction*, *Self-Efficacy*, *Attitude*, dan *Perceived Usefulness*.

Penelitian ini menemukan bahwa faktor yang paling signifikan mempengaruhi minat penggunaan berkelanjutan nasabah PT Bank Jago Tbk terhadap aplikasi Jago adalah *Satisfaction*. PT Bank Jago harus memberikan layanan dan kinerja yang bermanfaat sesuai dengan harapan pelanggan agar terciptanya kepuasan pengguna. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan dapat melakukan penelitian mengenai minat berkelanjutan pada penggunaan *digital banking* lainnya dengan mengganti variabel *Channel Preference* karena pada penelitian ini, variabel tersebut tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention* dalam penggunaan aplikasi Jago.

Kata Kunci: Bank digital; Jago; Keuangan; Model TCT; Teknologi