

Abstrak

Dalam menghadapi gejala perkembangan teknologi yang semakin dinamis, Bank BJB tak tinggal diam dan meluncurkan solusi inovatifnya, yaitu layanan M-banking yang dikenal dengan nama "DIGI by BJB". Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi minat dan perilaku penggunaan layanan M-banking DIGI by Bank BJB di kalangan pengguna di Jawa Barat serta memberikan implikasi praktis bagi peningkatan adopsi layanan perbankan digital. Dengan menggunakan model UTAUT2, penelitian ini menganalisis data dari 400 responden pengguna aktif. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel-variabel seperti ekspektasi kinerja, usaha, sosial budaya, motivasi hedonis, harga yang dirasakan, kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan, dan niat perilaku memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap minat dan perilaku penggunaan layanan M-banking DIGI by BJB. Temuan ini memberikan kontribusi penting dalam pemahaman mengenai faktor-faktor kunci yang mendorong adopsi layanan perbankan digital di Indonesia serta memberikan implikasi praktis bagi Bank BJB untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan kualitas layanan, serta memperkuat posisi kompetitif di pasar perbankan digital.

Kata Kunci : M-banking, DIGI by Bank BJB, UTAUT2, Minat pengguna, Perilaku penggunaan, Perbankan digital, Adopsi teknologi, Jawa Barat