AKADEMIK E-ISSN 2774-888X
Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis
Vol. 5, No. 1, Januari 2025

Pengaruh Kualitas Layanan dan Fomo terhadap Minat Penggunaan Bank Digital di Indonesia dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi

Rengga Yoga Pandawa
Universitas Islam Sultan Agung (Unissula) Semarang, Indonesia
renggayp@gmail.com

Submitted: 05th Sept 2024 | **Edited**: 19th Nov 2024 | **Issued**: 01st Jan 2025

Cited on: Pandawa, R. Y. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan dan Fomo terhadap Minat Penggunaan Bank Digital di Indonesia dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, *5*(1), 493-508.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality and Fear of Missing Out (FOMO) on public interest in using digital banks in Indonesia, with trust as a moderating variable. With the increasing digitalization in the banking sector, understanding the factors that drive public interest in digital banking has become crucial, particularly amid concerns over service security and reliability. This study employs a quantitative approach with a survey method involving 464 respondents, both users and non-users of digital banking services across Indonesia. Data analysis was conducted using the Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the assistance of SmartPLS software version 4.1.0.2. Service quality was measured using indicators such as reliability, accessibility, responsiveness, and service personalization. Meanwhile, FOMO was measured through indicators such as the perception of missing out, social anxiety, drive to adopt new technology, and social media influence. The results show that service quality has no significant effect on digital banking interest. However, FOMO has a significant positive effect on public interest in using these services. Additionally, trust has a significant but negative moderating effect on the relationship between FOMO and usage interest. This means that as trust in digital banking increases, the influence of FOMO on interest tends to decrease. This suggests that users who already trust the security of digital banking make more rational decisions and are less influenced by trends or social pressure. On the other hand, trust does not moderate the relationship between service quality and digital banking interest.

Keywords: Digital Bank, Trust, Service Quality, FoMO

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa transformasi signifikan di berbagai sektor, termasuk industri perbankan. Digitalisasi perbankan di Indonesia mengalami perkembangan pesat dengan munculnya bankbank digital yang menawarkan layanan inovatif tanpa kehadiran fisik cabang bank. Bank digital memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengakses layanan perbankan kapan saja dan di mana saja melalui aplikasi di smartphone. Saat ini, tercatat ada sekitar 15

bank digital yang beroperasi di Indonesia (Viva.co.id, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa sektor perbankan digital semakin kompetitif, seiring dengan peningkatan adopsi teknologi oleh masyarakat.

Meskipun infrastruktur teknologi sudah memadai, berbagai hambatan seperti kekhawatiran terhadap keamanan, privasi, dan kualitas layanan masih menjadi faktor yang menghalangi adopsi lebih luas. Berdasarkan penelusuran Kontan.id (2024), beberapa bank digital di Indonesia ternyata hanya memiliki nasabah aktif sekitar 20% 25%. Angka ini mengindikasikan bahwa meskipun jumlah bank digital bertambah, tantangan dalam mempertahankan nasabah aktif masih signifikan. Menurut survei CPAS (2022), kekhawatiran terbesar masyarakat terkait layanan bank digital adalah risiko peretasan, penipuan transaksi, dan ketidakstabilan jaringan. Adopsi bank digital di Indonesia masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan penggunaan bank konvensional, seperti yang ditemukan dalam survei Visa Consumer Payment Attitudes Study, di mana 51% pengguna masih lebih memilih bank konvensional.

Adopsi bank digital di Indonesia juga dipengaruhi oleh beberapa kasus yang meruntuhkan kepercayaan masyarakat terhadap teknologi digital. Salah satu insiden yang sangat mempengaruhi persepsi masyarakat adalah kebocoran data Tokopedia pada 2020, di mana sekitar 91 juta data pengguna bocor dan dijual di darknet, Kominfo (2020). Meskipun Tokopedia adalah platform ecommerce, insiden ini menyebabkan kekhawatiran meluas tentang keamanan data digital, termasuk dalam layanan perbankan. Hal ini menciptakan persepsi bahwa layanan digital, termasuk bank digital, tidak sepenuhnya aman.

Selain itu, laporan National Cyber Security Index (NCSI) tahun 2022 mencatat bahwa skor indeks keamanan siber Indonesia sebesar 38,96 poin dari 100, menempatkan Indonesia di peringkat ke3 terendah di antara negaranegara G20. Ini menunjukkan rendahnya kesiapan Indonesia dalam menghadapi ancaman siber, yang membuat masyarakat semakin waspada terhadap layanan berbasis digital, termasuk perbankan digital. Keadaan ini membuat masyarakat khawatir akan keamanan dan privasi data mereka, sehingga menurunkan minat mereka untuk menggunakan layanan bank digital.

Selain kekhawatiran terkait keamanan, kasus gangguan teknis juga berkontribusi dalam menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap bank digital. Pada tahun 2021,

salah satu bank digital di Indonesia mengalami gangguan layanan yang membuat nasabah tidak dapat mengakses rekening mereka selama beberapa jam. Insiden ini menimbulkan ketidakpuasan dan kehilangan kepercayaan di kalangan pengguna. Survei Kepuasan Pengguna (2021) melaporkan bahwa 15% pengguna bank digital mengalami masalah teknis dalam setahun terakhir, dengan 10% di antaranya mengaku kehilangan kepercayaan terhadap layanan tersebut.

Beberapa faktor kunci yang memengaruhi adopsi bank digital telah dibahas dalam penelitian sebelumnya. Salah satunya adalah kepercayaan (trust), yang melibatkan keyakinan pengguna terhadap keamanan, privasi, dan keandalan layanan. Kepercayaan merupakan variabel penting dalam adopsi teknologi, termasuk perbankan digital. Penelitian oleh Kumar et al. (2024) menunjukkan bahwa kepercayaan memainkan peran penting dalam mendorong niat pengguna untuk terus menggunakan layanan ewallet. Begitu pula, penelitian Teng et al. (2024) menekankan bahwa kepercayaan terhadap teknologi dan pemerintah sangat memengaruhi adopsi layanan digital di berbagai sektor. Thamanda et al. (2024) juga menunjukkan bahwa kepercayaan yang dirasakan konsumen berpengaruh positif terhadap niat pembelian, terutama di sektor ecommerce.

Selain pengaruh sosial, Fear of Missing Out (FOMO) juga menjadi salah satu faktor psikologis yang memengaruhi adopsi teknologi baru. FOMO menggambarkan rasa takut ketinggalan informasi, tren, atau pengalaman yang dimiliki oleh orang lain, sehingga mendorong individu untuk mengikuti tren teknologi terbaru. Penelitian Joshi (2024) menunjukkan bahwa FOMO berperan dalam mendorong adopsi teknologi pembayaran digital seperti Unified Payments Interface (UPI), karena pengguna khawatir mereka akan tertinggal dalam menikmati manfaat teknologi tersebut. Eitan dan Gazit (2024) juga menemukan bahwa FOMO memicu penggunaan teknologi baru secara berlebihan di kalangan pengguna media sosial, terutama karena adanya dorongan psikologis untuk tidak ketinggalan tren.

Dalam adopsi teknologi baru seperti bank digital, selain FOMO, terdapat berbagai faktor lain yang memengaruhi minat masyarakat, termasuk kepercayaan (trust) dan kualitas layanan (service quality). Kepercayaan mencakup keyakinan pengguna terhadap keamanan, privasi, dan keandalan layanan yang diberikan oleh bank digital. Beberapa insiden keamanan, seperti kebocoran data di Tokopedia pada 2020 dan meningkatnya kasus penipuan digital selama pandemi COVID19, telah menyebabkan

kekhawatiran masyarakat terhadap layanan digital, termasuk bank digital (Kominfo, 2020; Kominfo, 2021). Kepercayaan menjadi faktor kunci yang harus diperkuat untuk mendorong adopsi bank digital (Teng et al., 2024).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kualitas layanan dan FOMO memengaruhi minat penggunaan bank digital di Indonesia, dengan kepercayaan sebagai variabel moderasi. Dengan menempatkan kepercayaan sebagai variabel moderasi, penelitian ini akan melihat apakah kepercayaan dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh kualitas layanan dan FOMO terhadap niat penggunaan bank digital. Diharapkan, penelitian ini dapat memberikan kontribusi baru bagi literatur terkait adopsi teknologi di sektor perbankan digital serta memberikan wawasan praktis bagi bank digital dalam meningkatkan layanan mereka dan membangun kepercayaan yang lebih kuat di kalangan pengguna.

LANDASAN TEORI

Kepercayaan

Menurut Fukuyama (1995), kepercayaan dalam konteks sosial adalah keyakinan bahwa anggota masyarakat akan bertindak jujur, kooperatif, dan sesuai norma yang berlaku, bahkan tanpa pengawasan. Kepercayaan sosial membangun rasa aman antara individu dan institusi. Dalam konteks bank digital, kepercayaan sosial berfungsi sebagai dasar bagi pengguna untuk mempercayai bahwa bank akan melindungi data dan privasi mereka. Pengguna tidak selalu memerlukan bukti fisik untuk meyakinkan mereka, tetapi mereka mempercayai reputasi dan normanorma perbankan yang dipegang institusi.

Kualitas Layanan

Model SERVQUAL mengukur kualitas layanan berdasarkan perbandingan antara harapan pelanggan dengan persepsi mereka terhadap layanan yang diterima. Lima dimensi utamanya adalah tangibility (penampilan fisik layanan), reliability (keandalan dalam memenuhi janji), responsiveness (kesigapan merespons kebutuhan pelanggan), assurance (pengetahuan dan kepercayaan yang disampaikan oleh penyedia layanan), dan empathy (kepedulian terhadap pelanggan). Dalam konteks bank digital, SERVQUAL digunakan untuk mengukur bagaimana bank digital memenuhi harapan pengguna terkait aspek teknis dan fungsional, seperti keberhasilan transaksi, kecepatan layanan, dan keamanan data.

FOMO

Menurut *Self Determination Theory* (SDT), manusia memiliki tiga kebutuhan psikologis dasar: autonomy (kendali atas hidup), competence (kemampuan mencapai tujuan), dan relatedness (terhubung dengan orang lain). FOMO berhubungan erat dengan kebutuhan relatedness, di mana individu merasa perlu untuk tetap terhubung dengan tren sosial agar tidak tertinggal dari orang lain. Dalam konteks bank digital, FOMO muncul ketika individu merasa harus mengikuti tren teknologi perbankan agar tidak dianggap tertinggal dari orang lain yang sudah memanfaatkan teknologi tersebut. Mereka merasa perlu menggunakan layanan digital banking yang terbaru untuk menjaga keterhubungan sosial dan tidak merasa "ketinggalan zaman."

Minat

SelfDetermination Theory (SDT) yang dikembangkan oleh Deci dan Ryan (2000) menjelaskan bahwa manusia memiliki tiga kebutuhan psikologis utama: autonomy (kebutuhan untuk mengendalikan hidup sendiri), competence (kebutuhan untuk merasa mampu dalam mencapai tujuan), dan relatedness (kebutuhan untuk merasa terhubung dengan orang lain). FOMO sangat terkait dengan relatedness, karena individu sering merasa tertekan untuk mengikuti tren sosial agar tidak tertinggal. Dalam konteks bank digital, FOMO muncul ketika seseorang merasa harus menggunakan aplikasi perbankan digital terbaru agar tetap terhubung dengan pengalaman sosial yang sama dengan orang lain, terutama ketika orang lain di sekitarnya sudah menggunakan layanan tersebut.

Bank Digital

Teori ini menjelaskan bahwa bank digital adalah hasil transformasi dari model perbankan tradisional, yang mengintegrasikan teknologi dalam seluruh aspek operasionalnya. Weill dan Woerner berpendapat bahwa bank digital tidak hanya memindahkan transaksi dari fisik ke digital, tetapi juga menciptakan model bisnis baru yang memungkinkan layanan yang lebih cepat, efisien, dan terpersonalisasi. Bank digital menggunakan teknologi seperti kecerdasan buatan (AI) dan analisis data untuk memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik. Dalam konteks ini, bank digital dapat menawarkan layanan perbankan secara realtime, meningkatkan efisiensi operasional, dan menciptakan ekosistem digital yang menggabungkan layanan keuangan dan teknologi lainnya, seperti fintech.

Grand Theory ATAUT

Teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) adalah salah satu grand theory yang sering digunakan dalam penelitian tentang adopsi teknologi, termasuk dalam sektor keuangan digital seperti bank digital. UTAUT, yang diperkenalkan oleh Venkatesh et al. (2003), bertujuan untuk menjelaskan faktor - faktor yang mempengaruhi niat dan perilaku pengguna dalam mengadopsi teknologi baru. Teori ini menggabungkan beberapa teori adopsi teknologi yang sudah ada sebelumnya dan menawarkan model yang lebih komprehensif.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausal, yang bertujuan untuk menguji hubungan sebab akibat antara variabel independen dan dependen serta peran variabel moderasi (Sugiyono, 2018). Penelitian ini menggunakan Teori UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2003) sebagai landasan teoretis. Teori UTAUT berfokus pada bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi baru.

Untuk menguji hipotesishipotesis yang diajukan, penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling Partial Least Square* (SEMPLS). SEMPLS adalah metode statistik yang sering digunakan dalam penelitian sosial dan perilaku karena kemampuannya dalam mengelola variabel laten, yaitu variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, tetapi direpresentasikan melalui indikatorindikator yang dapat diukur (Ghozali & Latan, 2015). Dalam penelitian ini, variabel seperti kualitas layanan, FOMO, kepercayaan, dan minat penggunaan merupakan variabel laten yang akan diukur menggunakan sejumlah indikator.

Populasi dalam penelitian ini dibagi menjadi dua kelompok utama, yaitu Pengguna Aktif Bank Digital dan Non Pengguna Bank Digital. Secara lebih spesifik, pembagian sampel proporsional ini dilakukan dengan mempertimbangkan distribusi demografis dari pengguna internet di Indonesia, termasuk faktor - faktor seperti usia, tingkat pendidikan, dan wilayah tempat tinggal (urban dan rural). Proporsi sampel juga dipertimbangkan berdasarkan faktor ekonomi dan sosial, di mana beberapa kategori demografis mungkin lebih rentan atau lebih lambat dalam mengadopsi layanan bank digital.

HASIL PENELITIAN

Validitas Konvergen

Hasil uji validitas konvergen yakni sebagai berikut:

***Outer Loadings*:**

Tabel 1. Hasil *Outer Loadings*

	FOMO	Kepercayaan	Kualitas Layanan	Penggunaan Bank Digital	Kepercayaan x FOMO	Kepercayaan x Kualitas Layanan
X1.1	0.879					
X1.2	0.891					
X1.3	0.887					
X1.4	0.886					
X2.1			0.864			
X2.2			0.882			
X2.3			0.840			
X2.4			0.858			
Y1.1				0.885		
Y1.2				0.890		
Y1.3				0.885		
Y1.4				0.889		
Y1.5				0.843		
Z1.1		0.885				
Z1.2		0.880				
Z1.3		0.891				
Z1.4		0.892				
Kepercayaan x FOMO					1.000	
Kepercayaan x Kualitas Layanan						1.000

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS, 2024

Berdasarkan analisis *outer loadings*, dapat disimpulkan bahwa:

1. Seluruh indikator pada masing-masing konstruk memiliki nilai outer loading yang lebih besar dari 0,5, yang merupakan batas minimum yang disarankan untuk validitas konvergen.
2. Indikator-indikator pada konstruk FOMO, Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Penggunaan Bank Digital secara konsisten menunjukkan validitas yang baik.
3. Nilai outer loading yang tinggi menunjukkan bahwa model pengukuran dalam penelitian ini valid secara konvergen, sehingga model ini siap digunakan dalam tahap analisis struktural selanjutnya.

Hasil ini mendukung bahwa konstruk-konstruk yang digunakan dalam penelitian telah terukur dengan baik oleh indikator-indikator yang dipilih, sehingga memberikan fondasi yang kuat untuk melanjutkan analisis ke tahap berikutnya, seperti uji hipotesis.

Discriminant Validity

Fornel Lecker

Untuk menguji validitas diskriminan, digunakan Kriteria FornellLarcker. Menurut metode ini, validitas diskriminan dianggap baik jika nilai akar AVE (Average Variance Extracted) dari setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya**.** Akar AVE adalah ukuran konsistensi indikator dalam menjelaskan konstruk, sedangkan korelasi antar konstruk menunjukkan hubungan antar variabel laten.

Tabel 2. *Fornel Lecker*

	FOMO	Kepercayaan	Kualitas Layanan	Penggunaan Bank Digital
FOMO	0.886			
Kepercayaan	0.722	0.887		
Kualitas Layanan	0.594	0.580	0.861	
Penggunaan Bank Digital	0.705	0.734	0.539	0.878

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS, 2024

Pada Tabel 2 disajikan hasil pengukuran validitas diskriminan untuk konstruk FOMO, Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Penggunaan Bank Digital, yang dihitung menggunakan Kriteria Fornell-Larcker. Berikut adalah poin-poin yang dapat ditarik dari hasil ini:

Berdasarkan hasil tabel Fornell-Larcker, setiap konstruk dalam model memenuhi kriteria validitas diskriminan. Nilai akar AVE untuk masing-masing konstruk lebih tinggi daripada korelasi dengan konstruk lainnya. Artinya, setiap variabel laten dalam model penelitian ini benar-benar unik dan tidak tumpang tindih secara signifikan dengan konstruk lain.

Validitas diskriminan yang baik ini memberikan jaminan bahwa setiap konstruk dalam model penelitian mewakili aspek yang berbeda dan tidak saling menggantikan. Dengan demikian, hasil ini memastikan bahwa konstruk seperti FOMO, Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Penggunaan Bank Digital mengukur konsep-konsep yang berbeda sesuai dengan yang dimaksudkan dalam model penelitian. Ini penting untuk keakuratan model, karena memastikan bahwa setiap variabel laten dapat diinterpretasikan secara unik tanpa adanya bias atau pengaruh dari konstruk lain.

***Average Variance Extracted* (Uji Validitas)**

Kriteria dan Interpretasi Nilai AVE:

1. Nilai Kritis AVE: Secara umum, nilai AVE yang lebih besar dari 0,5 dianggap memenuhi kriteria validitas konvergen yang baik. Ini berarti bahwa konstruk tersebut mampu menjelaskan lebih dari 50% varians dari indikatorindikatornya,

yang menunjukkan bahwa konstruk tersebut diukur dengan cukup baik oleh indikatorindikatornya. Jika nilai AVE di bawah 0,5, maka sebagian besar varians indikator tidak dijelaskan oleh konstruk laten, yang menunjukkan masalah dalam validitas konvergen.

2. Makna Validitas Konvergen**:** Validitas konvergen yang baik memberikan jaminan bahwa indikatorindikator dalam suatu variabel laten benar - benar terkait erat dan merepresentasikan konstruk yang ingin diukur.

Tabel 3. Hasil *Average Variance Extracted*

Variabel	AVE	Nilai Kritis	Keterangan
FOMO	0.784	> 0,5	Valid
Kepercayaan	0.787	> 0,5	Valid
Kualitas Layanan	0.742	> 0,5	Valid
Penggunaan Bank Digital	0.772	> 0,5	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS, 2024

Berdasarkan hasil analisis AVE, seluruh konstruk dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas konvergen karena nilai AVE masing-masing lebih besar dari 0,5. Ini menunjukkan bahwa konstruk FOMO, Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Penggunaan Bank Digital memiliki tingkat validitas yang baik. Dengan kata lain, indikator-indikator yang digunakan benar-benar merepresentasikan konstruk laten yang diukur, memberikan hasil yang kuat dan dapat diandalkan untuk analisis selanjutnya.

Hasil Analisis Reliabilitas

Cronbach's Alpha adalah metode yang paling umum digunakan untuk mengukur reliabilitas internal, atau seberapa baik setiap indikator dalam satu konstruk bekerja secara konsisten untuk mengukur konsep yang sama (Hair, et al., 2011).

Tabel 4. Hasil Cronbach's Alpha

	Cronbach's Alpha	Rule of Thumb	Result
FOMO	0.908	>0.7	Reliabel
Kepercayaan	0.910	>0.7	Reliabel
Kualitas Layanan	0.884	>0.7	Reliabel
Penggunaan Bank Digital	0.926	>0.7	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS, 2024

Hasil uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha menunjukkan bahwa semua konstruk dalam penelitian ini memenuhi kriteria reliabilitas yang tinggi, dengan nilai Cronbach's Alpha di atas 0,7 untuk semua variabel. Dengan demikian, indikator-indikator yang digunakan dalam konstruk FOMO, Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Penggunaan Bank Digital dianggap konsisten dalam mengukur konsep-konsep yang

dimaksudkan. Hal ini memberikan jaminan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini stabil dan dapat diandalkan.

Composite Reliability

Composite Reliability adalah ukuran yang digunakan untuk menilai konsistensi internal dari indikatorindikator yang mengukur suatu konstruk (variabel laten) dalam model. Berbeda dengan Cronbach's Alpha, yang mengasumsikan bahwa semua indikator memiliki kontribusi yang sama dalam mengukur konstruk, Composite Reliability memperhitungkan bobot atau kontribusi yang berbeda dari masingmasing indikator.

Kriteria *Composite Reliability*

Tabel 5. Hasil *Composite Reliability*

Variable	Composit Reliability	Rule of Thumb	Result
FOMO	0.936	>0.70	Reliable
Kepercayaan	0.937	>0.70	Reliable
Kualitas Layanan	0.920	>0.70	Reliable
Penggunaan Bank Digital	0.944	>0.70	Reliable

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS, 2024

Berdasarkan hasil di atas, seluruh konstruk dalam penelitian ini memiliki nilai Composite Reliability di atas 0,7, yang memenuhi kriteria reliabilitas yang baik. Artinya, semua konstruk — FOMO, Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Penggunaan Bank Digital — menunjukkan konsistensi internal yang tinggi. Indikator-indikator yang digunakan dapat diandalkan untuk menggambarkan masing-masing konsep yang diukur, sehingga model pengukuran dalam penelitian ini dianggap stabil dan siap untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Nilai Koefisien Determinasi

Tabel 6. Hasil Nilai Rsquare

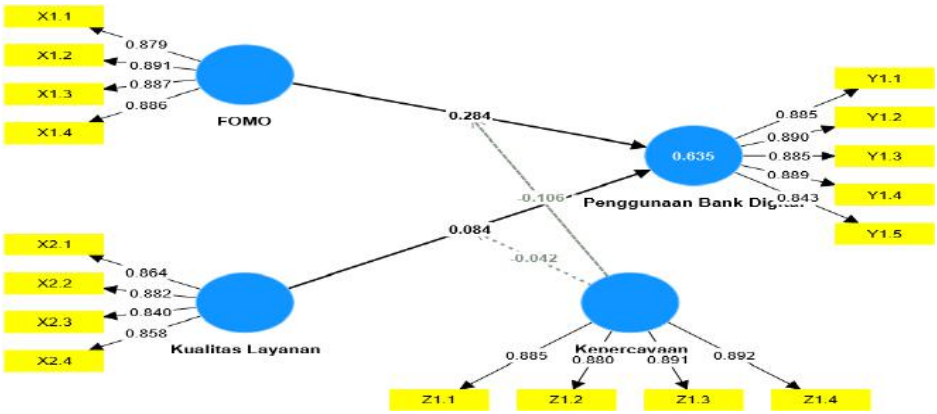
Variabel	R *Square*
Penggunaan Bank Digital	0.635

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS, 2024

Pada Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai R Square untuk variabel Penggunaan Bank Digital adalah 0,635. Berdasarkan kriteria yang digunakan, nilai 0,635 termasuk dalam kategori moderat atau sedang, yang berarti model ini memiliki kemampuan yang cukup baik, namun tidak sepenuhnya kuat, dalam menjelaskan variabel Penggunaan Bank Digital. Dengan kata lain, variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini (FOMO, Kualitas Layanan, serta variabel moderasi) mampu menjelaskan sekitar 63,5% dari variasi dalam Penggunaan Bank Digital.

 E-ISSN 2774-888X

Hasil nilai R Square sebesar 0,635 menunjukkan bahwa model yang dibangun dalam penelitian ini memiliki kekuatan prediktif yang cukup baik (kategori moderat) dalam menjelaskan Penggunaan Bank Digital. Ini berarti bahwa model ini sudah cukup dapat diandalkan untuk memahami pengaruh FOMO, Kualitas Layanan, dan variabel moderasi terhadap minat penggunaan Bank Digital. Namun, adanya sisa 36,5% variansi yang tidak terjelaskan juga memberi indikasi bahwa penelitian lanjutan bisa memasukkan faktor-faktor tambahan yang belum tercakup dalam model saat ini untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif.



Gambar 1. Pls Algorithm
Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS, 2024

Nilai Relevansi Prediktif

Relevansi Prediktif (Q^2) adalah indikator yang digunakan dalam model struktural untuk mengevaluasi kemampuan model dalam memprediksi variabel dependen**.** Relevansi prediktif penting dalam analisis Partial Least Squares (PLS) karena mengukur kekuatan model di luar sampel yang digunakan dalam analisis, memberikan informasi tentang seberapa baik model ini akan memprediksi hasil jika diterapkan pada data lain atau di luar konteks sampel saat ini.

Tabel 7. Hasil Relevansi Prediktif (Q2)

Variabel Dependen	Q *Square*
Penggunaan Bank Digital	0.477

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS, 2024

Pada Tabel 7, disajikan hasil relevansi prediktif (Q^2) untuk variabel Penggunaan Bank Digital, dengan nilai Q^2 sebesar 0,477. Berikut adalah kesimpulan hasil ini:

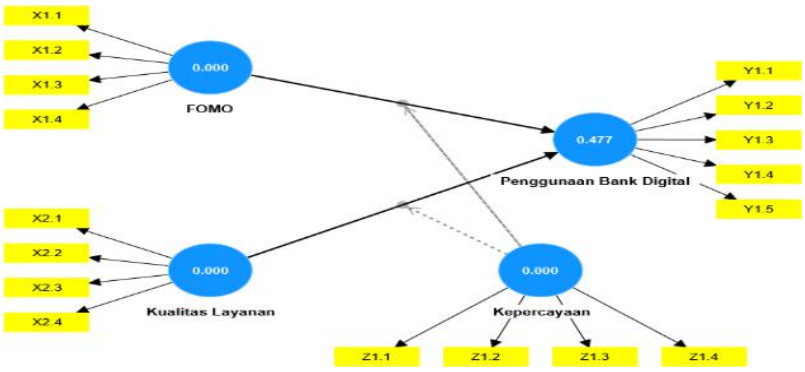
1. Model Prediktif yang Layak: Dengan nilai Q^2 sebesar 0,477, model ini memiliki relevansi prediktif yang baik dan dapat digunakan untuk memprediksi Penggunaan Bank Digital di luar sampel saat ini. Meskipun nilai ini tidak

E-ISSN 2774-888X

mendekati 1, relevansi prediktif yang dihasilkan menunjukkan bahwa model sudah cukup kuat dan dapat diandalkan dalam menjelaskan variabilitas Penggunaan Bank Digital.

2. Peluang untuk Peningkatan: Karena nilai Q^2 berada di bawah 0,5, ini juga mengindikasikan bahwa masih ada kemungkinan untuk meningkatkan kemampuan prediktif model dengan menambahkan variabel independen atau variabel moderasi lain yang relevan. Penambahan faktor-faktor ini dapat membantu menjelaskan variasi Penggunaan Bank Digital secara lebih baik.

Dengan demikian, hasil analisis menunjukkan bahwa model penelitian memiliki relevansi prediktif yang moderat, memberikan landasan yang cukup untuk analisis selanjutnya, namun juga membuka peluang untuk pengembangan lebih lanjut dalam penelitian mendatang.



Gambar 2. Hasil Relevansi Prediktif
Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS, 2024

Uji Hipotesis

Hasil Uji Hipotesis Pengaruh langsung

Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan dengan teknik b*ootstrapping* menggunakan perangkat lunak SmartPLS, yang memungkinkan estimasi kekuatan dan signifikansi hubungan antar variabel dalam model struktural.

Tabel 8. Hasil Kalkulasi *Bootstrapping*

Kode	Hipotesis	*Original Sample*	T *statistics*	P *values*	Kesimpulan
H1	FOMO -> Penggunaan Bank Digital	0.284	4.725 >1,96	0.000 <0,05	Terdapat pengaruh positif signifikan antar variabel
H2	Kualitas Layanan -> Penggunaan Bank Digital	0.084	1.774 <1,96	0.076 >0,05	Tidak terdapat pengaruh antar variabel
H3	Kepercayaan x FOMO -> Penggunaan Bank	-0.106	2.475 >1,96	0.013 <0,05	Terdapat pengaruh negatif signifikan antar

	Digital				variabel
H4	Kepercayaan x Kualitas Layanan -> Penggunaan Bank Digital	-0.042	0.712 <1,96	0.477 >0,05	Tidak terdapat pengaruh antar variabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS, 2024

Berikut adalah interpretasi rinci dari hasil tersebut:

H1: FOMO → Penggunaan Bank Digital

1. Original Sample: 0,284; T-Statistics: 4,725 (> 1,96); P-Value: 0,000 (< 0,05).
2. Kesimpulan: Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara FOMO dan Penggunaan Bank Digital. Artinya, semakin tinggi FOMO (Fear of Missing Out) yang dirasakan oleh pengguna, semakin tinggi minat mereka untuk menggunakan layanan Bank Digital.

H2: Kualitas Layanan → Penggunaan Bank Digital

1. Original Sample: 0,084; T-Statistics: 1,774 (< 1,96); P-Value: 0,076 (> 0,05).
2. Kesimpulan: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan dan Penggunaan Bank Digital. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diterima pengguna tidak cukup berpengaruh untuk mendorong minat mereka dalam menggunakan layanan Bank Digital. Kemungkinan terdapat faktor lain yang lebih berperan dalam mendorong penggunaan layanan ini.

H3: Kepercayaan x FOMO → Penggunaan Bank Digital

1. Original Sample: -0,106; T-Statistics: 2,475 (> 1,96); P-Value: 0,013 (< 0,05).
2. Kesimpulan: Terdapat pengaruh signifikan dari interaksi antara Kepercayaan dan FOMO terhadap Penggunaan Bank Digital, meskipun pengaruhnya negatif. Ini menunjukkan bahwa ketika tingkat kepercayaan terhadap Bank Digital meningkat, dampak FOMO terhadap minat penggunaan sedikit berkurang. Hal ini mengindikasikan bahwa kepercayaan yang lebih tinggi dapat memoderasi atau mengurangi dorongan yang didasari oleh FOMO.

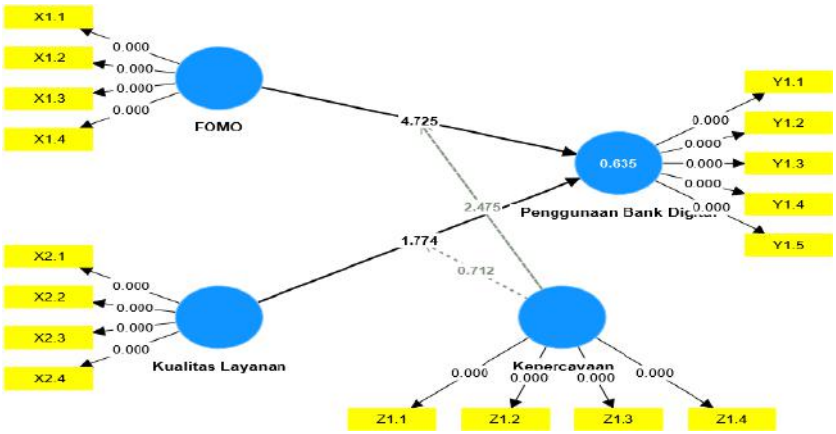
H4: Kepercayaan x Kualitas Layanan → Penggunaan Bank Digital

1. Original Sample: -0,042; T-Statistics: 0,712 (< 1,96); P-Value: 0,477 (> 0,05).
2. Kesimpulan: Tidak terdapat pengaruh signifikan dari interaksi antara Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Penggunaan Bank Digital. Artinya, interaksi antara kepercayaan dan kualitas layanan tidak memiliki dampak yang berarti pada minat pengguna untuk menggunakan Bank Digital. Hal ini mungkin menunjukkan

 E-ISSN 2774-888X

bahwa kualitas layanan tidak memberikan pengaruh tambahan terhadap minat pengguna meskipun didukung oleh kepercayaan yang tinggi.

Hasil uji hipotesis ini memberikan wawasan penting tentang bagaimana FOMO, Kepercayaan, dan interaksi antar variabel berperan dalam membentuk minat penggunaan Bank Digital, sekaligus menunjukkan area yang memerlukan perhatian lebih dalam strategi pemasaran dan pengembangan layanan.



Gambar 3. Hasil Botstraping
Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS, 2024

KESIMPULAN

Berikut adalah kesimpulan utama yang diperoleh dari penelitian ini:

1. Deskripsi Responden dan Profil Demografis: Survei yang melibatkan 464 responden di seluruh Indonesia menunjukkan bahwa pengguna potensial bank digital didominasi oleh generasi milenial, pria, dan individu dengan pendidikan tinggi. Karakteristik ini menunjukkan bahwa bank digital lebih menarik bagi kelompok masyarakat yang memiliki daya beli yang cukup serta adaptif terhadap teknologi, sehingga mereka menjadi segmen penting bagi perkembangan layanan keuangan digital di Indonesia.
2. Pengaruh Variabel Penelitian:
   a. FOMO terbukti signifikan dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap bank digital. Ketakutan untuk tertinggal informasi atau tren baru mendorong individu untuk selalu memperbarui pengalaman mereka dengan layanan keuangan berbasis digital. FOMO menunjukkan adanya kebutuhan sosial yang dapat dimanfaatkan oleh penyedia layanan untuk merancang strategi

pemasaran yang relevan, khususnya dengan menonjolkan fiturfitur baru dan tren yang disesuaikan dengan gaya hidup pengguna.

b. Kualitas Layanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan bank digital. Meskipun persepsi pengguna terhadap kualitas layanan (efisiensi, keandalan, dan dukungan pelanggan) cukup tinggi, hasil ini menunjukkan bahwa kualitas layanan saja tidak cukup untuk menarik minat awal pengguna. terdapat faktor lain yang mungkin lebih dominan dalam mendorong keputusan untuk menggunakan layanan ini.

3. Interaksi Moderasi Antara Variabel:
   a. Interaksi antara Kepercayaan dan FOMO menunjukkan efek moderasi yang signifikan namun negatif. Hal ini berarti, ketika kepercayaan terhadap bank digital meningkat, pengaruh FOMO terhadap minat penggunaan cenderung menurun. Pengguna yang sudah percaya terhadap keamanan layanan cenderung membuat keputusan yang lebih rasional dan tidak terlalu dipengaruhi oleh tren atau tekanan sosial.
   b. Interaksi antara Kepercayaan dan Kualitas Layanan tidak memberikan dampak signifikan terhadap minat penggunaan. Ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan mungkin lebih relevan dalam mempertahankan kepuasan pengguna yang sudah beralih ke layanan digital, daripada dalam menarik pengguna baru.
4. Implikasi Praktis dan Rekomendasi Strategis:
   a. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penyedia layanan bank digital sebaiknya fokus pada peningkatan kepercayaan pengguna dengan menjaga keamanan dan transparansi layanan. Strategi pemasaran yang menonjolkan keamanan data serta penggunaan FOMO melalui fitur atau tren baru dapat menjadi alat yang efektif untuk menarik perhatian pengguna baru.
   b. Kualitas layanan tetap penting untuk mempertahankan kepuasan jangka panjang, tetapi mungkin tidak cukup untuk mendorong minat awal pengguna. Oleh karena itu, strategi yang menekankan keamanan dan daya tarik sosial dari fitur baru akan lebih efektif dalam meningkatkan adopsi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menemukan bahwa kepercayaan dan FOMO adalah faktor yang berpengaruh kuat terhadap minat masyarakat untuk menggunakan

layanan bank digital, sementara kualitas layanan lebih berperan dalam konteks kepuasan pengguna. Penyedia layanan bank digital di Indonesia dapat memanfaatkan temuan ini dengan memusatkan strategi mereka pada peningkatan kepercayaan pengguna dan pemanfaatan FOMO sebagai alat pemasaran yang kuat untuk menarik dan mempertahankan pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "What" and "Why" of Goal Pursuits: Human Needs and the SelfDetermination of Behavior. Psychological Inquiry, 11(4), 227268.

Eitan, T., & Gazit, T. (2024). The 'Here and Now' Effect: JoMO, FoMO and the Wellbeing of Social Media Users. Social Media Psychology, 16(2), 212233.

Fukuyama, F. (1995). Trust: The Social Virtues and The Creation of Prosperity. Free Press.

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). SAGE Publications.

Joshi, R. (2024). Can Regulated Technological FOMO Be Used to Enhance Technology Adoption at the Bottom of the Pyramid? Journal of Digital Adoption, 10(2), 144161.

Kumar, R., Gupta, A., & Singh, V. (2024). Factors Influencing Intention to Continue Use of Ewallet. Journal of Financial Innovation, 9(3), 245267.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2021). POJK No. 12/POJK.03/2021 tentang Bank Umum. Otoritas Jasa Keuangan.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Thamanda, F., & Hartono, W. (2024). Influence of Trust on Purchase Intention in Ecommerce. International Journal of Ebusiness, 12(6), 349369.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. MIS Quarterly, 27(3), 425478.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. MIS Quarterly, 27(3), 425-478.