

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN, KENYAMANAN DAN AKSESIBILITAS, SERTA SOSIAL DAN TREN DIGITAL TERHADAP ADOPTSI DIGITAL BANKING OLEH GENERASI MILENIAL DI KOTA MANOKWARI

Oleh:

¹Rosina Iin Ulukyanan, ²Manuel Lambi, ³Yunus Tekad K.R Hammar

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Caritas Indonesia (UNCRI)
Jl. Lembah Hijau (blk. Diklat), Wosi Dalam, Manokwari, Papua Barat

e-mail : rosina-iin-ulukyanan@uncri.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of perceived ease of use, trust and security, convenience and accessibility, and social and digital trends on digital banking adoption among millennials in Manokwari City. The research employed a quantitative descriptive-associative method with multiple linear regression analysis. Data were collected from 150 millennial respondents with digital banking experience using purposive sampling through Likert-scale questionnaires. Results indicate that: (1) perceived ease of use has a positive and significant effect on digital banking adoption ($\beta=0.312$; $t=4.872$; $sig=0.000$); (2) trust and security has a positive and significant effect ($\beta=0.287$; $t=4.231$; $sig=0.000$); (3) convenience and accessibility has a positive and significant effect ($\beta=0.198$; $t=2.876$; $sig=0.005$); (4) social and digital trends has a positive and significant effect ($\beta=0.143$; $t=2.184$; $sig=0.031$). Simultaneously, all four variables significantly affect digital banking adoption ($F=73.842$; $sig=0.000$), with $R^2=0.672$, meaning 67.2% of the variation in digital banking adoption is explained by these variables. Perceived ease of use is the most dominant variable. This research underscores the importance of improving interface usability, strengthening security systems, and enhancing digital literacy to promote broader digital banking adoption in West Papua.

Keywords: Digital Banking, Perceived Ease of Use, Trust and Security, Convenience, Social Influence, Millennials, UTAUT2.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan keamanan, kenyamanan dan aksesibilitas, serta sosial dan tren digital terhadap adopsi digital banking oleh generasi milenial di Kota Manokwari. Pendekatan penelitian menggunakan metode kuantitatif deskriptif asosiatif dengan teknik analisis regresi linear berganda. Data dikumpulkan dari 150 responden generasi milenial yang telah menggunakan layanan digital banking menggunakan teknik purposive sampling melalui kuesioner skala Likert 1–5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi digital banking ($\beta=0,312$; $t=4,872$; $sig=0,000$); (2) kepercayaan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan ($\beta=0,287$; $t=4,231$; $sig=0,000$); (3) kenyamanan dan aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan ($\beta=0,198$; $t=2,876$; $sig=0,005$); (4) sosial dan tren digital berpengaruh positif dan signifikan ($\beta=0,143$; $t=2,184$; $sig=0,031$). Secara simultan keempat variabel berpengaruh

signifikan terhadap adopsi digital banking ($F=73,842$; $\text{sig}=0,000$), dengan nilai $R^2=0,672$, yang berarti 67,2% variasi adopsi digital banking dapat dijelaskan oleh keempat variabel tersebut. Variabel persepsi kemudahan penggunaan merupakan variabel yang paling dominan. Implikasi penelitian ini menekankan pentingnya peningkatan kemudahan antarmuka, penguatan sistem keamanan, serta literasi digital guna mendorong adopsi layanan perbankan digital yang lebih luas di wilayah Papua Barat.

Kata Kunci: Digital Banking, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kenyamanan, Sosial, Milenial, UTAUT2.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam dua dekade terakhir telah mendorong terjadinya transformasi signifikan dalam sektor keuangan global, termasuk di Indonesia. Digitalisasi sistem keuangan telah mengubah cara masyarakat melakukan transaksi, dari yang sebelumnya berbasis layanan fisik di kantor bank menjadi layanan berbasis aplikasi digital yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Transformasi ini melahirkan berbagai inovasi layanan perbankan digital atau digital banking yang memberikan kemudahan, efisiensi, serta kecepatan dalam aktivitas keuangan (Thusi & Maduku, 2020).

Digital banking merupakan layanan perbankan yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai aktivitas perbankan seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian produk keuangan, hingga pengelolaan rekening melalui platform digital seperti aplikasi mobile atau internet banking. Menurut Davis, Bagozzi, dan Warshaw (1989), penerimaan teknologi oleh pengguna sangat dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan serta persepsi manfaat yang diperoleh dari teknologi tersebut. Konsep tersebut menjelaskan bahwa semakin mudah suatu teknologi digunakan dan semakin besar manfaat yang dirasakan, maka semakin tinggi kemungkinan teknologi tersebut diadopsi oleh masyarakat.

Pemerintah Indonesia melalui Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2023–2027 mendorong transformasi digital dalam sistem keuangan guna memperluas akses layanan keuangan kepada masyarakat (OJK, 2023). Kebijakan ini tidak hanya difokuskan pada wilayah perkotaan besar, tetapi juga menjangkau wilayah timur Indonesia seperti Papua Barat yang masih menghadapi tantangan dalam hal akses layanan keuangan. Berdasarkan data OJK, tingkat penggunaan layanan perbankan digital di wilayah Indonesia bagian timur masih berada di bawah rata-rata nasional.

Fenomena ini menjadi menarik ketika dikaitkan dengan generasi milenial, yaitu kelompok usia yang dikenal memiliki tingkat adaptasi tinggi terhadap perkembangan teknologi digital. Generasi milenial umumnya memiliki intensitas penggunaan perangkat digital yang tinggi dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan keuangan (Rangkuti, 2022). Akan tetapi, kedekatan dengan teknologi tidak selalu berbanding lurus dengan tingkat adopsi layanan digital banking, karena keputusan penggunaan teknologi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti persepsi risiko, tingkat kepercayaan, kenyamanan sistem, serta lingkungan sosial.

Dalam konteks penggunaan digital banking, faktor yang diduga memengaruhi adopsi antara lain persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan keamanan, kenyamanan dan aksesibilitas, serta pengaruh sosial dan tren digital. Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) yang dikembangkan oleh Venkatesh, Thong, dan Xu (2012) menegaskan bahwa berbagai dimensi persepsi pengguna seperti effort expectancy,

performance expectancy, social influence, serta facilitating conditions secara bersama-sama membentuk keputusan adopsi teknologi.

Kota Manokwari sebagai ibu kota Provinsi Papua Barat memiliki karakteristik sosial dan geografis yang berbeda dibandingkan dengan kota-kota besar di Indonesia. Penelitian di wilayah ini menjadi penting karena memberikan konteks unik terkait adopsi teknologi keuangan digital di daerah dengan keterbatasan infrastruktur. Penelitian terdahulu oleh Thusi dan Maduku (2020), Rahardhan dan Legowo (2024), serta Sangeetha, Logesh, dan Priya (2022) menunjukkan bahwa faktor-faktor perseptual memiliki peran signifikan dalam mendorong adopsi digital banking, namun kajian spesifik pada konteks Papua Barat masih sangat terbatas.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan keamanan, kenyamanan dan aksesibilitas, serta sosial dan tren digital terhadap adopsi digital banking oleh generasi milenial di Kota Manokwari, sekaligus mengidentifikasi variabel yang paling dominan memengaruhi adopsi tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif asosiatif untuk menguji hubungan sebab akibat antara variabel bebas dan variabel terikat secara statistik. Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari: Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1), Kepercayaan dan Keamanan (X2), Kenyamanan dan Aksesibilitas (X3), dan Sosial dan Tren Digital (X4), sedangkan variabel terikat adalah Adopsi Digital Banking (Y). Model regresi yang digunakan adalah

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + b4X4 + e.$$

Penelitian dilaksanakan di Kota Manokwari, Provinsi Papua Barat, selama tiga bulan yang meliputi tahap persiapan, pengumpulan data, pengolahan, dan penyusunan laporan. Populasi penelitian adalah generasi milenial berusia 22–38 tahun yang berdomisili di Kota Manokwari dan pernah menggunakan layanan digital banking. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden, yang ditentukan berdasarkan ketentuan minimal 5–10 kali jumlah indikator (Hair et al., 2017) dari total 20 indikator yang digunakan.

Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert 1–5 yang terdiri dari 5 indikator untuk masing-masing variabel. Teknik analisis data meliputi: (1) Uji instrumen (validitas dengan Product Moment dan reliabilitas dengan Cronbach's Alpha > 0,60); (2) Uji asumsi klasik (normalitas Kolmogorov-Smirnov, multikolinearitas Variance Inflation Factor/VIF, dan heteroskedastisitas Scatterplot); (3) Analisis regresi linear berganda; (4) Uji t (pengaruh parsial); (5) Uji F (pengaruh simultan); dan (6) Koefisien determinasi (R²).

Definisi operasional variabel: Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1) diukur melalui kemudahan memahami sistem, kemudahan navigasi, kesederhanaan proses transaksi, antarmuka yang intuitif, dan kemudahan bagi pemula. Kepercayaan dan Keamanan (X2) diukur melalui keyakinan keamanan data, perlindungan transaksi, reputasi bank, transparansi kebijakan, dan respons terhadap keluhan. Kenyamanan dan Aksesibilitas (X3) diukur melalui kecepatan akses, stabilitas sistem, kemudahan akses kapan saja, ketersediaan fitur lengkap, dan dukungan perangkat. Sosial dan Tren Digital (X4) diukur melalui pengaruh teman sebaya, pengaruh keluarga, pengaruh media sosial, kesadaran tren digital, dan popularitas layanan. Adopsi Digital Banking (Y) diukur melalui frekuensi penggunaan,

intensitas penggunaan fitur, kepuasan layanan, niat keberlanjutan, dan rekomendasi kepada orang lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan distribusi kuesioner kepada 150 responden, seluruh kuesioner berhasil dikumpulkan kembali dengan tingkat pengembalian 100%. Berikut gambaran karakteristik responden penelitian:

Tabel 1. Deskripsi Responden

Deskripsi Responden	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	68	45,3
	Perempuan	82	54,7
	Total	150	100
Usia	22–25 tahun	43	28,7
	26–30 tahun	67	44,7
	31–38 tahun	40	26,7
	Total	150	100
Pendidikan Terakhir	SMA/Sederajat	22	14,7
	Diploma	19	12,7
	S1	96	64,0
	S2/S3	13	8,7
	Total	150	100
Pekerjaan	Mahasiswa	38	25,3
	ASN/PNS	41	27,3
	Swasta/Wirausaha	52	34,7
	Lainnya	19	12,7
	Total	150	100
Layanan yang Digunakan	Mobile Banking	89	59,3
	Internet Banking	31	20,7
	Keduanya	30	20,0
	Total	150	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 1, responden didominasi oleh perempuan (54,7%), kelompok usia 26–30 tahun (44,7%), dengan latar belakang pendidikan S1 (64,0%). Pekerjaan terbanyak adalah swasta/wirausaha (34,7%), diikuti ASN/PNS (27,3%) dan mahasiswa (25,3%). Mayoritas responden menggunakan mobile banking (59,3%), mencerminkan tingginya preferensi terhadap aksesibilitas layanan melalui perangkat seluler. Persepsi responden terhadap indikator-indikator variabel penelitian disajikan pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Data Rata-rata Skor Persepsi Item Kuesioner

Kode	Pernyataan	Skor
X1 – Persepsi Kemudahan Penggunaan		
X1.1	Aplikasi digital banking mudah saya pahami dan pelajari	4,31
X1.3	Proses transaksi pada aplikasi digital banking tidak rumit	4,24
X1.5	Tampilan antarmuka aplikasi digital banking mudah dioperasikan	4,18
X2 – Kepercayaan dan Keamanan		
X2.1	Saya yakin data pribadi saya aman dalam sistem digital banking	4,07
X2.3	Saya percaya transaksi melalui digital banking terlindungi dengan baik	4,13
X3 – Kenyamanan dan Aksesibilitas		
X3.1	Saya dapat mengakses layanan digital banking kapan saja dan di mana saja	4,22
X3.4	Kecepatan sistem digital banking memudahkan saya dalam bertransaksi	3,98
X4 – Sosial dan Tren Digital		
X4.2	Orang-orang di sekitar saya menggunakan digital banking dan mendorong saya untuk ikut menggunakannya	3,87
X4.4	Perkembangan tren digital membuat saya tertarik menggunakan digital banking	4,05
Y – Adopsi Digital Banking		
Y1.1	Saya secara aktif menggunakan layanan digital banking dalam keseharian	4,17
Y1.3	Saya berniat untuk terus menggunakan layanan digital banking ke depannya	4,29
Rata-Rata Total		4,12

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Tabel 2 menunjukkan rata-rata skor keseluruhan sebesar 4,12, yang mengindikasikan bahwa responden secara umum menyetujui pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan keempat variabel bebas dan adopsi digital banking. Skor tertinggi pada indikator kemudahan memahami aplikasi (X1.1 = 4,31) dan niat keberlanjutan penggunaan (Y1.3 = 4,29), sementara skor terendah pada indikator pengaruh sosial (X4.2 = 3,87), yang menunjukkan bahwa dimensi sosial memiliki pengaruh yang relatif lebih lemah dibandingkan faktor perseptual lainnya.

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap seluruh 25 item pernyataan. Nilai r-tabel pada taraf signifikansi 5% dengan $df = 148$ adalah 0,1603. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan	Cronbach's Alpha
X1	X1.1	0,512	0,1603	Valid	0,873 (Reliabel)
	X1.2	0,489	0,1603	Valid	
	X1.3	0,534	0,1603	Valid	
	X1.4	0,501	0,1603	Valid	
	X1.5	0,476	0,1603	Valid	
X2	X2.1	0,498	0,1603	Valid	0,861 (Reliabel)
	X2.2	0,521	0,1603	Valid	
	X2.3	0,557	0,1603	Valid	
	X2.4	0,483	0,1603	Valid	
	X2.5	0,469	0,1603	Valid	
X3	X3.1	0,507	0,1603	Valid	0,848 (Reliabel)

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan	Cronbach's Alpha
X4	X3.2	0,493	0,1603	Valid	0,832 (Reliabel)
	X3.3	0,476	0,1603	Valid	
	X3.4	0,518	0,1603	Valid	
	X3.5	0,462	0,1603	Valid	
	X4.1	0,471	0,1603	Valid	
	X4.2	0,453	0,1603	Valid	
	X4.3	0,489	0,1603	Valid	
	X4.4	0,477	0,1603	Valid	
Y	X4.5	0,461	0,1603	Valid	0,879 (Reliabel)
	Y1.1	0,524	0,1603	Valid	
	Y1.2	0,509	0,1603	Valid	
	Y1.3	0,541	0,1603	Valid	
	Y1.4	0,498	0,1603	Valid	
	Y1.5	0,487	0,1603	Valid	

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 3, seluruh 25 item pernyataan dinyatakan valid karena nilai r-hitung masing-masing item $>$ r-tabel (0,1603). Nilai Cronbach's Alpha untuk seluruh variabel melebihi 0,60, sehingga semua instrumen dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam analisis lanjutan.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Keterangan	Unstandardized Residual
N	150
Normal Parameters (Mean)	0,0000000
Normal Parameters (Std. Deviation)	4,32917641
Most Extreme Differences (Absolute)	0,063
Test Statistic	0,063
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200
Kesimpulan	Data Berdistribusi Normal

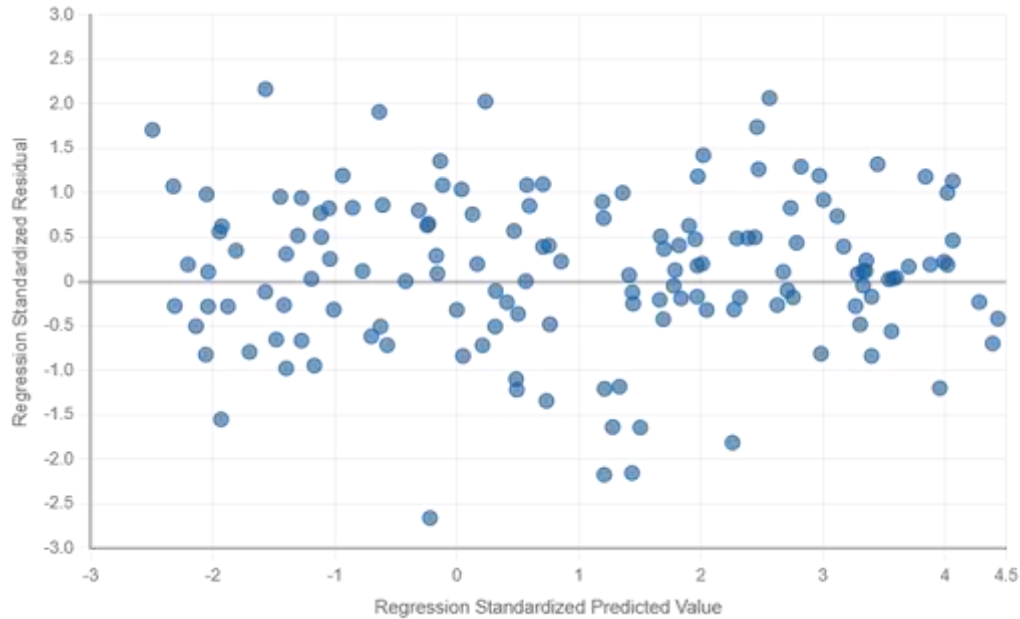
Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	0,712	1,404	Bebas
Kepercayaan dan Keamanan (X2)	0,689	1,452	Bebas
Kenyamanan dan Aksesibilitas (X3)	0,731	1,368	Bebas
Sosial dan Tren Digital (X4)	0,758	1,319	Bebas

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4 dan Tabel 5, uji normalitas menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$, sehingga data residual berdistribusi normal. Uji multikolinearitas menunjukkan nilai VIF seluruh variabel $<$ 10 dan nilai Tolerance $>$ 0,10, sehingga tidak terdapat masalah multikolinearitas. Hasil uji heteroskedastisitas melalui grafik Scatterplot menunjukkan titik-titik data menyebar acak tanpa pola tertentu, sehingga model bebas dari heteroskedastisitas. Seluruh asumsi klasik terpenuhi.



Gambar 1. Grafik Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coeff.		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	4,217	2,831	1,489	0,139
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	0,312	0,064	4,872	0,000
Kepercayaan dan Keamanan (X2)	0,287	0,068	4,231	0,000
Kenyamanan dan Aksesibilitas (X3)	0,198	0,069	2,876	0,005
Sosial dan Tren Digital (X4)	0,143	0,065	2,184	0,031

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 6, model persamaan regresi linear berganda yang diperoleh adalah:

$$Y = 4,217 + 0,312X_1 + 0,287X_2 + 0,198X_3 + 0,143X_4 + e$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas memiliki koefisien regresi bertanda positif, yang berarti setiap peningkatan pada masing-masing variabel akan diikuti oleh peningkatan adopsi digital banking. Persepsi kemudahan penggunaan (X1) memiliki koefisien terbesar (0,312), menunjukkan bahwa variabel ini memiliki pengaruh dominan terhadap adopsi digital banking.

Tabel 7. Koefisien Determinasi (R²) dan Uji F

Model	R	R Square (R ²)	F-hitung	Sig. F
1	0,820	0,672	73,842	0,000

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

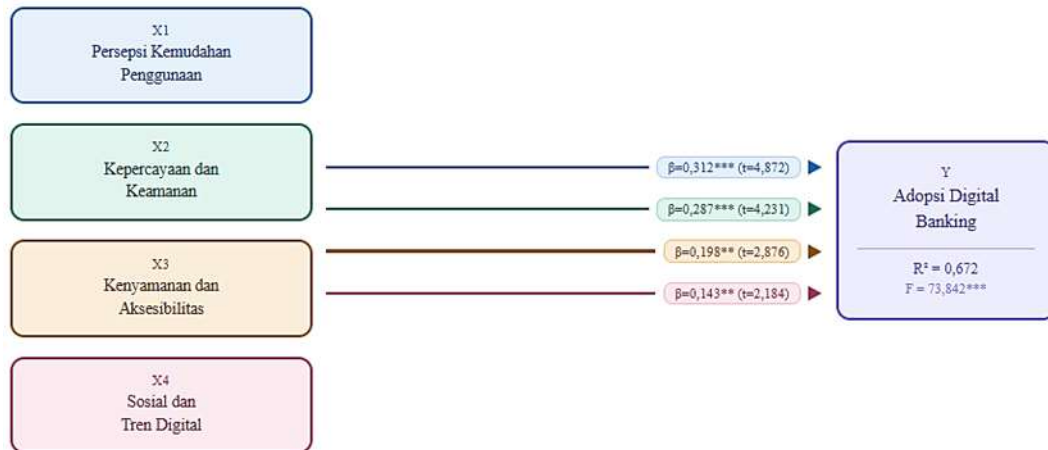
Tabel 7 menunjukkan nilai R sebesar 0,820 yang mencerminkan korelasi positif yang sangat kuat antara keempat variabel bebas dan adopsi digital banking. Nilai R² sebesar 0,672 mengindikasikan bahwa 67,2% variasi adopsi digital banking dapat dijelaskan oleh persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan keamanan, kenyamanan dan aksesibilitas, serta sosial dan tren digital secara bersama-sama. Nilai F-hitung sebesar 73,842 > F-tabel (2,44) dengan signifikansi 0,000 membuktikan bahwa keempat variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap adopsi digital banking.

Tabel 8. Hasil Uji t (Pengujian Hipotesis Parsial)

Hipotesis	t-hitung	t-tabel	Sig.	Keterangan
H1: X1 (Persepsi Kemudahan Penggunaan) → Y	4,872	1,976	0,000	H1 Diterima
H2: X2 (Kepercayaan & Keamanan) → Y	4,231	1,976	0,000	H2 Diterima
H3: X3 (Kenyamanan & Aksesibilitas) → Y	2,876	1,976	0,005	H3 Diterima
H4: X4 (Sosial & Tren Digital) → Y	2,184	1,976	0,031	H4 Diterima
H5: X1, X2, X3, X4 → Y (Simultan)	F = 73,842	2,44	0,000	H5 Diterima

Catatan: *** signifikan pada taraf 1%; ** signifikan pada taraf 5%
Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Model Hasil Penelitian



$$Y = 4,217 + 0,312X1 + 0,287X2 + 0,198X3 + 0,143X4 + e$$

*** p < 0,001 | ** p < 0,05 n = 150 responden Purposive Sampling

Gambar 2. Model Hasil Penelitian

Berdasarkan Tabel 8, seluruh empat hipotesis parsial diterima. Berikut pembahasan masing-masing hipotesis:

- Hipotesis pertama (H1) diterima, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi digital banking (t=4,872; sig=0,000). Temuan ini konsisten dengan Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh Davis, Bagozzi, dan Warshaw (1989) bahwa kemudahan penggunaan adalah prediktor utama penerimaan teknologi. Penelitian Sankaran dan Chakraborty (2021) menguatkan bahwa desain sistem yang sederhana dan antarmuka yang intuitif secara langsung meningkatkan niat pengguna untuk mengadopsi layanan mobile banking. Nilai koefisien X1 yang paling besar (0,312) mengonfirmasi bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah variabel paling dominan dalam penelitian ini.
- Hipotesis kedua (H2) diterima, kepercayaan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi digital banking (t=4,231; sig=0,000). Temuan ini sejalan dengan penelitian Apau, Titis, dan Lallie (2025) yang menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan terhadap keamanan sistem digital memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi mobile banking. Layanan digital banking melibatkan data keuangan yang sensitif, sehingga keyakinan pengguna terhadap keandalan sistem keamanan menjadi prasyarat penting dalam pengambilan keputusan adopsi. Di Kota Manokwari, di mana literasi keamanan digital masih berkembang, penguatan kepercayaan nasabah menjadi sangat strategis.
- Hipotesis ketiga (H3) diterima, kenyamanan dan aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi digital banking (t=2,876; sig=0,005). Temuan ini sesuai dengan penelitian Thusi dan Maduku (2020) yang menunjukkan kenyamanan

penggunaan aplikasi mobile banking sebagai salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan adopsi. Kemampuan mengakses layanan perbankan kapan saja dan di mana saja serta kestabilan sistem merupakan nilai tambah yang signifikan, terutama bagi pengguna di wilayah dengan keterbatasan akses kantor bank fisik seperti Kota Manokwari.

4. Hipotesis keempat (H4) diterima, sosial dan tren digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi digital banking ($t=2,184$; $sig=0,031$), meskipun pengaruhnya paling lemah di antara keempat variabel ($\beta=0,143$). Temuan ini sejalan dengan penelitian Bashir, Imtiaz, dan Ullah (2023) dalam kerangka UTAUT2 bahwa social influence memiliki peran dalam membentuk persepsi individu terhadap penggunaan teknologi digital. Pengaruh sosial yang relatif lebih lemah dapat disebabkan oleh karakteristik generasi milenial yang cenderung lebih mandiri dalam keputusan penggunaan teknologi berdasarkan evaluasi personal dibandingkan tekanan sosial.

PENUTUP

Penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan keamanan, kenyamanan dan aksesibilitas, serta sosial dan tren digital secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi digital banking oleh generasi milenial di Kota Manokwari. Nilai R^2 sebesar 0,672 menunjukkan bahwa keempat variabel bersama-sama menjelaskan 67,2% variasi adopsi digital banking. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan variabel yang paling dominan ($\beta=0,312$), diikuti kepercayaan dan keamanan ($\beta=0,287$), kenyamanan dan aksesibilitas ($\beta=0,198$), serta sosial dan tren digital ($\beta=0,143$).

Implikasi kebijakan dari penelitian ini mencakup: (1) Lembaga perbankan perlu terus meningkatkan kemudahan antarmuka aplikasi digital banking agar lebih intuitif dan mudah digunakan; (2) Penguatan sistem keamanan digital dan edukasi nasabah mengenai keamanan transaksi digital perlu diprioritaskan untuk membangun kepercayaan; (3) Peningkatan stabilitas infrastruktur internet dan optimalisasi performa aplikasi pada kondisi jaringan terbatas diperlukan untuk meningkatkan aksesibilitas di wilayah Papua Barat; (4) Strategi pemasaran berbasis komunitas dan media sosial dapat dimanfaatkan untuk memperkuat pengaruh sosial dan tren digital guna mendorong adopsi yang lebih luas.

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal cakupan wilayah yang terbatas pada Kota Manokwari dan tidak mempertimbangkan variabel mediasi seperti kepuasan atau loyalitas. Penelitian lanjutan disarankan untuk memperluas wilayah penelitian ke kabupaten lain di Papua Barat, serta menambahkan variabel moderasi seperti tingkat literasi digital dan frekuensi penggunaan internet.

DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors Influencing Adoption of Mobile Banking by Jordanian Bank Customers: Extending UTAUT2 with Trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99–110.
- Alfansi, L., & Daulay, M. Y. I. (2021). Factor Affecting the Use of E-Money in Millennial Generation. *Journal of Accounting, Business and Finance Research*, 12(1), 1–10.

- Apau, R., Titis, E., & Lallie, H. S. (2025). Mobile Banking Adoption Integrating Security, Risk and Trust: A Systematic Review. *Journal of Financial Technology*, 4(1), 55–73.
- Bashir, M., Imtiaz, S., & Ullah, H. (2023). Factors Influencing Mobile Banking Adoption: A Systematic Review Based on UTAUT2. *Journal of Digital Finance*, 3(2), 34–52.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Mer, A., & Viridi, A. S. (2023). Modeling Millennials Adoption Intentions of E-Banking: The Moderating Role of Trust. *International Journal of Bank Marketing*, 41(4), 874–897.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Statistik Perbankan Digital Indonesia*. Jakarta: OJK.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia 2023–2027*. Jakarta: OJK Press.
- Rahardhan, R., & Legowo, N. (2024). Examining Digital Banking Adoption: The Role of Security, Trust and User Experience. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 39(1), 1–18.
- Rangkuti, F. (2022). Generasi Milenial dan Perubahan Perilaku Transaksi Keuangan Digital. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(2), 115–128.
- Sangeetha, S., Logesh, S., & Priya, P. R. (2022). Millennials' Perception on Adoption of Digital Banking Services Using UTAUT2 Model. *International Journal of Humanities, Law and Social Sciences*, 4(1), 1–14.
- Sankaran, R., & Chakraborty, S. (2021). Factors Impacting Mobile Banking Adoption in India. *Journal of Management Information Systems*, 38(2), 391–425.
- Thusi, P., & Maduku, D. K. (2020). South African Millennials' Acceptance and Use of Retail Mobile Banking Apps: An Integrated Perspective. *Computers in Human Behavior*, 111, 106405. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563220301588>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2). *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>