

Analisis Faktor Penerimaan Pengguna Aplikasi *Fintech* Menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*

Bernadine Zidane Maheswara^{1*}, Nindita Aprilia², Wahyu Febryana Sari³, Samsu Supriyatna⁴

¹⁻⁴ Universitas Pamulang, Indonesia

email: bernadinezidanmaheswara1@gmail.com

Article Info :

Received:

24-9-2025

Revised:

28-10-2025

Accepted:

25-12-2025

Abstract

The massive digital transformation in Indonesia's banking sector has created fierce competition among financial service providers, making it crucial to understand the psychological determinants of technology adoption. This study aims to analyze the factors that influence behavioral intention and use behavior in one of Indonesia's leading digital banking applications by adopting the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) framework. Using a quantitative approach, data were collected from 300 active users and analyzed using multiple linear regression to test the hypotheses between variables. The results show that all independent variables in the UTAUT2 model contribute positively and significantly to behavioral intention, with hedonic motivation and perceived value identified as the most dominant determinants, indicating that users now prioritize aspects of enjoyment and economic benefits over mere technical functionality. Furthermore, analysis of actual usage behavior shows that habit and behavioral intention are the main predictors, while facilitating conditions are not proven to have a significant direct impact.

Keywords: *Fintech, UTAUT2, Consumer Behavior, Digital Banking, Technology Adoption.*

Abstrak

Transformasi digital yang masif di sektor perbankan Indonesia telah menciptakan persaingan ketat antar penyedia layanan keuangan, sehingga pemahaman mengenai determinan psikologis adopsi teknologi menjadi krusial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku (*behavioral intention*) dan perilaku penggunaan (*use behavior*) pada salah satu aplikasi bank digital terkemuka di Indonesia dengan mengadopsi kerangka kerja *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2). Menggunakan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan dari 300 responden pengguna aktif dan dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda untuk menguji hipotesis antar variabel. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa seluruh variabel independen dalam model UTAUT2 memberikan kontribusi positif dan signifikan terhadap niat perilaku, di mana motivasi hedonis dan nilai harga teridentifikasi sebagai determinan paling dominan, mengindikasikan bahwa pengguna kini lebih memprioritaskan aspek kesenangan dan keuntungan ekonomis dibandingkan sekadar fungsi teknis. Lebih lanjut, analisis terhadap perilaku penggunaan aktual menunjukkan bahwa kebiasaan (*habit*) dan niat perilaku merupakan prediktor utama, sedangkan kondisi yang memfasilitasi tidak terbukti memiliki dampak langsung yang signifikan.

Kata kunci: *Fintech, UTAUT2, Perilaku Konsumen, Bank Digital, Adopsi Teknologi.*



©2022 Authors.. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Transformasi ekosistem keuangan di Indonesia menunjukkan akselerasi yang signifikan seiring meningkatnya penetrasi internet dan kepemilikan perangkat telepon pintar yang merata di berbagai lapisan masyarakat. Perubahan ini tercermin dari meningkatnya volume transaksi digital yang mendorong pergeseran preferensi masyarakat dari layanan perbankan berbasis kantor cabang menuju aplikasi keuangan berbasis seluler, sebuah tren yang juga diamati dalam berbagai studi adopsi teknologi keuangan di Indonesia (Dzulhaida & Giri, 2018; Setiadi, 2022). Layanan perbankan digital tidak lagi dipahami sebagai pelengkap, melainkan telah menjadi sarana utama dalam aktivitas finansial harian seperti pembayaran, pengelolaan tabungan, hingga transaksi lintas platform. Perkembangan tersebut menempatkan industri perbankan pada lanskap persaingan baru yang tidak hanya mengedepankan stabilitas institusi, tetapi juga pengalaman pengguna yang berkelanjutan.

Pertumbuhan pesat aplikasi fintech dan bank digital menghadirkan paradoks baru bagi pelaku industri, karena tingginya angka unduhan aplikasi sering kali tidak sejalan dengan tingkat penggunaan

jangka panjang. Karakter pasar digital yang fleksibel memungkinkan pengguna berpindah aplikasi dengan cepat ketika insentif finansial berakhir atau pengalaman penggunaan dianggap kurang memuaskan, sebuah fenomena yang banyak ditemukan dalam studi perilaku konsumen fintech di Indonesia (Safitri & Andriansyah, 2020; Martono, 2021). Kondisi ini menegaskan bahwa tantangan utama industri keuangan digital tidak berhenti pada akuisisi pengguna, melainkan terletak pada pembentukan loyalitas dan keterikatan psikologis terhadap aplikasi. Keberhasilan sebuah aplikasi finansial pada akhirnya ditentukan oleh kemampuannya menjadi bagian dari rutinitas pengguna, bukan sekadar alat transaksi temporer.

Pendekatan teoritis yang digunakan untuk memahami penerimaan teknologi menjadi faktor penentu kualitas analisis. Model-model awal seperti Technology Acceptance Model (TAM) dan UTAUT generasi pertama dinilai memiliki keterbatasan karena dirancang dalam lingkungan organisasi yang bersifat struktural dan penggunaan teknologi yang relatif instruktif. Penggunaan aplikasi fintech bersifat personal, sukarela, serta dipengaruhi oleh preferensi individu dan dinamika emosional pengguna, karakteristik yang menuntut kerangka analisis yang lebih adaptif terhadap perilaku konsumen (Hafifah et al., 2022; Susdiani & Yolanda, 2021). Kesenjangan inilah yang membuka ruang relevansi penggunaan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 sebagai model yang lebih komprehensif.

UTAUT2 dikembangkan untuk menjawab kebutuhan analisis penerimaan teknologi dalam konteks konsumen dengan memperluas variabel-variabel determinan yang sebelumnya berfokus pada kinerja dan efisiensi. Penambahan konstruk seperti motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan memungkinkan peneliti mengkaji dimensi afektif, persepsi ekonomis, serta pembentukan rutinitas penggunaan secara lebih mendalam. Berbagai penelitian empiris menunjukkan bahwa faktor-faktor non-teknis ini berperan signifikan dalam mendorong niat dan perilaku penggunaan aplikasi keuangan digital (Setiadi, 2022; Hafifah et al., 2022). Kerangka ini memberikan sudut pandang yang lebih realistis terhadap perilaku pengguna modern yang menilai aplikasi tidak hanya dari fungsionalitas, tetapi juga dari kenyamanan dan kesenangan penggunaan.

Penelitian ini memfokuskan analisis pada aplikasi Blu by BCA, sebuah platform bank digital yang dikembangkan oleh PT Bank Central Asia Digital dan menasar segmen pengguna muda yang akrab dengan teknologi. Blu by BCA memanfaatkan kekuatan ekosistem BCA sekaligus menghadirkan fitur-fitur inovatif seperti pengelompokan tabungan dan integrasi transaksi digital yang dirancang untuk meningkatkan keterlibatan pengguna. Kinerja keuangan dan pertumbuhan dana pihak ketiga Blu by BCA menunjukkan tren positif yang mengindikasikan penerimaan pasar yang cukup kuat (Sabella et al., 2025). Kendati demikian, pertanyaan mengenai faktor psikologis dan perilaku yang mendorong penggunaan berulang aplikasi ini masih membutuhkan pembuktian empiris yang sistematis.

Sejumlah kajian terdahulu mengenai penerimaan aplikasi fintech di Indonesia menunjukkan hasil yang beragam terkait dominasi faktor-faktor UTAUT2. Studi pada layanan e-money, dompet digital, hingga aplikasi transfer dana menegaskan bahwa motivasi hedonis dan kebiasaan sering kali memiliki pengaruh yang lebih kuat dibandingkan faktor teknis semata (Dzulhaida & Giri, 2018; Safitri & Andriansyah, 2020; Kristi et al., 2024). Temuan ini memperkuat argumen bahwa loyalitas pengguna tidak sepenuhnya dibangun melalui kepercayaan merek atau fitur keamanan, tetapi juga melalui pengalaman penggunaan yang menyenangkan dan konsisten. Kondisi tersebut memperlihatkan pentingnya pengujian model UTAUT2 secara spesifik pada konteks Blu by BCA sebagai entitas bank digital.

Pendekatan penelitian ini tidak membatasi analisis pada niat penggunaan semata, melainkan memperluas kajian hingga perilaku penggunaan aktual sebagai indikator keberhasilan adopsi teknologi. Hubungan antara niat, kebiasaan, serta kondisi yang memfasilitasi penggunaan menjadi fokus penting untuk memahami apakah ketertarikan pengguna benar-benar terwujud dalam aktivitas transaksi nyata. Beberapa penelitian menegaskan bahwa niat tidak selalu berujung pada penggunaan intensif ketika tidak didukung oleh kemudahan akses dan pembentukan rutinitas yang stabil (SUSDiani & Yolanda, 2021; Martono, 2021). Analisis ini diharapkan mampu menggambarkan proses penerimaan teknologi secara utuh dari tahap kognitif hingga perilaku aktual.

Penelitian ini diarahkan untuk memberikan kontribusi akademik dan praktis melalui pengujian empiris faktor-faktor penerimaan pengguna aplikasi Blu by BCA menggunakan kerangka UTAUT2. Hasil analisis diharapkan mampu mengidentifikasi variabel dominan yang memengaruhi niat dan perilaku penggunaan, sekaligus memperkaya literatur penerimaan teknologi keuangan di Indonesia.

Temuan ini juga diharapkan menjadi dasar perumusan strategi pengembangan aplikasi yang berorientasi pada retensi pengguna jangka panjang. Dengan pendekatan berbasis data perilaku konsumen, penelitian ini menawarkan perspektif strategis bagi pengelola bank digital dalam menghadapi kompetisi industri finansial yang semakin dinamis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif dan eksplanatori yang berfokus pada pengujian hubungan kausal antarvariabel dalam kerangka Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) untuk menjelaskan penerimaan dan penggunaan aplikasi Blu by BCA. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner berskala Likert kepada pengguna aktif aplikasi Blu guna mengukur konstruk utama, meliputi ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, pengaruh sosial, kondisi pemfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, niat perilaku, dan perilaku penggunaan. Analisis data dilakukan dengan teknik statistik untuk menilai besaran pengaruh dan keterkaitan antarvariabel secara empiris dan terukur. Pendekatan ini memungkinkan diperolehnya temuan yang objektif dan dapat digeneralisasi sebagai dasar pemahaman yang komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi perbankan digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden dan Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif terhadap karakteristik demografi 300 responden dilakukan untuk memetakan profil pengguna aplikasi Blu by BCA yang menjadi subjek penelitian. Berdasarkan jenis kelamin, komposisi responden terdistribusi cukup berimbang, meskipun didominasi tipis oleh kelompok perempuan sebanyak 53% (159 orang), sementara responden laki-laki berjumlah 47% (141 orang). Proporsi yang hampir setara ini mengindikasikan bahwa adopsi layanan perbankan digital tidak lagi bias gender dan telah menjadi kebutuhan universal bagi seluruh kalangan masyarakat.

Dari segi usia, data menunjukkan sebaran yang menarik di mana rentang usia responden berada antara 18 hingga 59 tahun, dengan rata-rata usia 38 tahun. Secara spesifik, kelompok usia dewasa matang (41-60 tahun) atau Gen X mendominasi sampel sebesar 45,7%, diikuti oleh kelompok Milenial (26-40 tahun) sebesar 33,3%, dan Gen Z (<25 tahun) sebesar 21%. Temuan ini cukup unik mengingat stereotip pengguna bank digital biasanya melekat pada anak muda; namun data ini membuktikan bahwa kelompok usia produktif yang lebih matang justru menjadi pengguna aktif, kemungkinan didorong oleh kebutuhan pengelolaan finansial keluarga dan stabilitas ekonomi yang lebih mapan.

Terkait intensitas penggunaan, mayoritas responden masih tergolong sebagai pengguna baru atau pemula. Data menunjukkan bahwa 48% responden memiliki pengalaman penggunaan aplikasi di bawah 6 bulan, dan 31,8% berada di rentang 6 hingga 12 bulan. Hanya sebagian kecil (sekitar 20%) yang telah menggunakan aplikasi lebih dari satu tahun. Rata-rata lama penggunaan adalah sekitar 10 bulan. Pola ini mengonfirmasi bahwa Blu by BCA sedang berada dalam fase pertumbuhan akuisisi pengguna yang agresif dalam setahun terakhir, sehingga mayoritas basis penggunaanya masih dalam tahap eksplorasi fitur dan adaptasi teknologi.

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai persepsi responden terhadap seluruh variabel yang diteliti dalam model UTAUT2. Data yang disajikan mencakup nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, serta nilai minimum dan maksimum dari jawaban responden. Pengukuran ini menggunakan skala Likert 5 poin, di mana semakin tinggi nilai rata-rata menunjukkan tingkat persetujuan yang semakin positif terhadap indikator variabel tersebut. Rangkuman hasil statistik deskriptif untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

No	Variabel	Mean	Std. Deviasi	Min	Max	Kategori
1	Harapan Kinerja (<i>Performance Expectancy</i>)	3.00	1.25	1.00	5.00	Cukup
2	Harapan Usaha (<i>Effort Expectancy</i>)	3.00	1.28	1.00	5.00	Cukup

3	Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>)	3.00	1.29	1.00	5.00	Cukup
4	Kondisi Memfasilitasi (<i>Facilitating Conditions</i>)	3.00	1.24	1.00	5.00	Cukup
5	Motivasi Hedonis (<i>Hedonic Motivation</i>)	3.00	1.24	1.00	5.00	Cukup
6	Nilai Harga (<i>Price Value</i>)	3.00	1.24	1.00	5.00	Cukup
7	Kebiasaan (<i>Habit</i>)	3.00	1.25	1.00	5.00	Cukup
8	Niat Perilaku (<i>Behavioral Intention</i>)	3.00	1.28	1.00	5.00	Cukup
9	Perilaku Penggunaan (<i>Use Behavior</i>)	3.00	1.31	1.00	5.00	Cukup

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025.

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa nilai rata-rata (*mean*) secara keseluruhan untuk kesembilan variabel berada pada angka 3.00. Angka ini mengindikasikan bahwa secara umum, tingkat penerimaan responden terhadap aplikasi Blu by BCA berada pada kategori "Cukup" atau moderat. Hal ini menyiratkan bahwa meskipun pengguna tidak menolak teknologi ini, mereka juga belum sepenuhnya mencapai titik kepuasan maksimal atau loyalitas tinggi yang konsisten.

Nilai standar deviasi untuk seluruh variabel tercatat cukup tinggi, yakni berkisar antara 1.24 hingga 1.31. Besarnya nilai penyebaran data ini menunjukkan adanya heterogenitas atau keragaman yang signifikan dalam persepsi responden. Artinya, terdapat polarisasi pendapat di kalangan pengguna Blu by BCA; sebagian kelompok pengguna merasa sangat terbantu dan nyaman (memberikan nilai 4 atau 5), sementara sebagian lainnya masih menemui hambatan atau kurang merasakan manfaatnya (memberikan nilai 1 atau 2). Variabel Perilaku Penggunaan (*Use Behavior*) memiliki standar deviasi tertinggi (1.31), yang menegaskan bahwa intensitas pemakaian aplikasi antar individu sangat bervariasi ada yang menjadikan Blu sebagai rekening utama harian, namun banyak pula yang hanya menggunakannya sesekali.

Uji Reliabilitas Variabel

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi internal dari indikator-indikator yang membentuk suatu variabel laten. Instrumen penelitian dikatakan reliabel jika jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60 (atau 0.70 untuk standar yang lebih ketat). Hasil pengujian reliabilitas terhadap seluruh variabel penelitian disajikan pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Uji Reliabilitas Variabel

No	Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
1	Harapan Kinerja (<i>Performance Expectancy</i>)	3	0.857	> 0.70	Reliabel
2	Harapan Usaha (<i>Effort Expectancy</i>)	3	0.884	> 0.70	Reliabel
3	Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>)	3	0.897	> 0.70	Reliabel
4	Kondisi Memfasilitasi (<i>Facilitating Conditions</i>)	3	0.848	> 0.70	Reliabel

5	Motivasi Hedonis (<i>Hedonic Motivation</i>)	3	0.847	> 0.70	Reliabel
6	Nilai Harga (<i>Price Value</i>)	3	0.847	> 0.70	Reliabel
7	Kebiasaan (<i>Habit</i>)	3	0.857	> 0.70	Reliabel
8	Niat Perilaku (<i>Behavioral Intention</i>)	3	0.884	> 0.70	Reliabel
9	Perilaku Penggunaan (<i>Use Behavior</i>)	2	0.834	> 0.70	Reliabel

Sumber: Data Olahan Penulis, 2025.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini diarahkan untuk memastikan konsistensi internal setiap indikator yang membentuk variabel laten dalam model UTAUT2, sehingga instrumen yang digunakan benar-benar mampu mengukur konstruk secara stabil. Teknik Cronbach's Alpha dipilih karena telah menjadi standar umum dalam penelitian kuantitatif berbasis perilaku dan penerimaan teknologi, khususnya pada kajian fintech dan mobile banking (Dzulhaida & Giri, 2018; Setiadi, 2022; Hamzah & Sukma, 2021). Ambang batas reliabilitas ditetapkan pada nilai lebih besar dari 0,70 guna menjamin tingkat konsistensi yang kuat dan dapat diandalkan dalam analisis lanjutan. Pendekatan ini sejalan dengan praktik empiris pada berbagai penelitian adopsi fintech di Indonesia yang menekankan validitas dan reliabilitas instrumen sebagai fondasi analisis kausal (Safitri & Andriansyah, 2020; Martono, 2021).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Harapan Kinerja yang diukur melalui tiga item pernyataan memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,857, sementara Harapan Usaha dengan jumlah item yang sama mencatat nilai 0,884, keduanya melampaui standar reliabilitas yang ditetapkan. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi responden mengenai manfaat kinerja dan kemudahan penggunaan aplikasi Blu by BCA memiliki konsistensi jawaban yang tinggi. Kondisi tersebut memperkuat asumsi bahwa aspek utilitarian masih memainkan peran penting dalam penerimaan teknologi keuangan digital, sebagaimana juga ditemukan pada studi penerimaan e-money, e-wallet, dan mobile banking (Hafifah et al., 2022; Saragih & Rikumahu, 2022; Maulana et al., 2023). Konsistensi ini menjadi dasar yang kuat untuk menguji pengaruh variabel tersebut terhadap niat dan perilaku penggunaan.

Variabel Pengaruh Sosial mencatat nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,897, yang merupakan salah satu nilai tertinggi dalam pengujian reliabilitas, menunjukkan kuatnya keseragaman persepsi responden terkait peran lingkungan sosial dalam penggunaan aplikasi. Kondisi Memfasilitasi juga menunjukkan reliabilitas yang baik dengan nilai 0,848, menandakan bahwa dukungan infrastruktur, perangkat, dan akses teknologi dipersepsikan secara konsisten oleh pengguna. Temuan ini sejalan dengan berbagai penelitian yang menempatkan faktor sosial dan ketersediaan sumber daya sebagai determinan penting dalam adopsi fintech di berbagai segmen masyarakat (Susdiani & Yolanda, 2021; Ismail et al., 2024; Armi & Piliyanti, 2023). Konsistensi kedua variabel ini memperkuat argumentasi bahwa penerimaan teknologi tidak berdiri sendiri, melainkan dipengaruhi oleh lingkungan dan kesiapan sistem pendukung.

Pada dimensi afektif dan perilaku, variabel Motivasi Hedonis dan Nilai Harga masing-masing memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,847, sedangkan Kebiasaan mencatat nilai 0,857, seluruhnya menunjukkan tingkat reliabilitas yang tinggi. Hasil ini mengonfirmasi bahwa aspek kesenangan, persepsi manfaat ekonomi, serta rutinitas penggunaan aplikasi Blu by BCA dipahami secara relatif seragam oleh responden. Temuan tersebut konsisten dengan berbagai studi UTAUT2 dan UTAUT3 yang menegaskan peran dominan variabel non-teknis dalam membentuk keterikatan pengguna terhadap aplikasi fintech (Kristi et al., 2024; Desvira & Aransyah, 2023; Adzani et al., 2025; Hilyah et al., 2024). Konsistensi pada variabel-variabel ini memberikan legitimasi empiris bagi analisis lanjutan terkait loyalitas dan penggunaan berkelanjutan.

Variabel Niat Perilaku yang diukur melalui tiga item pernyataan menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,884, sementara Perilaku Penggunaan dengan dua item pernyataan memperoleh nilai 0,834, keduanya berada jauh di atas batas minimum reliabilitas. Hal ini menandakan bahwa instrumen mampu menangkap kecenderungan niat dan intensitas penggunaan aktual aplikasi Blu by BCA secara

konsisten. Reliabilitas yang kuat pada variabel dependen ini sangat krusial karena menjadi tolok ukur keberhasilan pengujian hubungan kausal dalam model UTAUT2. Secara keseluruhan, hasil uji reliabilitas ini menegaskan bahwa seluruh konstruk penelitian layak digunakan dalam analisis struktural lebih lanjut, sejalan dengan temuan empiris pada penelitian fintech dan bank digital yang menekankan pentingnya kualitas instrumen pengukuran (Martinelli, 2021; Sabella et al., 2025; Fadhilah & Setiawardani, 2022).

Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Perilaku

Untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, digunakan teknik analisis regresi linear berganda. Analisis dilakukan dalam dua tahap model struktural sesuai dengan kerangka kerja UTAUT2. Tahap pertama menguji pengaruh variabel independen terhadap Niat Perilaku (*Behavioral Intention*), sedangkan tahap kedua menguji pengaruh variabel prediktor terhadap Perilaku Penggunaan (*Use Behavior*) aktual.

Model pertama bertujuan untuk menganalisis pengaruh Harapan Kinerja (PE), Harapan Usaha (EE), Pengaruh Sosial (SI), Kondisi Memfasilitasi (FC), Motivasi Hedonis (HM), Nilai Harga (PV), dan Kebiasaan (HB) terhadap Niat Perilaku (BI) pengguna aplikasi Blu by BCA.

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Model 1 (Terhadap Niat Perilaku)

Variabel Independen	Koefisien Regresi (β)	T-Hitung	Sig. (p-value)	Keterangan
(Constant)	-1.117	-	0.000	-
		3.670		
Harapan Kinerja (PE)	0.147	2.586	0.010	Diterima
Harapan Usaha (EE)	0.163	2.921	0.004	Diterima
Pengaruh Sosial (SI)	0.180	3.891	0.000	Diterima
Kondisi Memfasilitasi (FC)	0.112	2.180	0.030	Diterima
Motivasi Hedonis (HM)	0.263	5.165	0.000	Diterima
Nilai Harga (PV)	0.259	5.329	0.000	Diterima
Kebiasaan (HB)	0.249	5.327	0.000	Diterima
R-Square (R^2)	0.402			
F-Statistic	28.03		0.000	Fit

Sumber: Data Olahan Penulis, 2025.

Berdasarkan Tabel 3, hasil analisis menunjukkan bahwa, Uji Simultan (Uji F), nilai F-hitung sebesar 28.03 dengan signifikansi 0.000 (< 0.05) menunjukkan bahwa ketujuh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan aplikasi Blu by BCA. Koefisien, determinasi (R^2): Nilai R^2 sebesar 0.402 mengindikasikan bahwa 40.2% variasi niat pengguna dapat dijelaskan oleh variabel-variabel dalam model UTAUT2 ini, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Uji Parsial (Uji T), seluruh variabel independen terbukti memiliki nilai signifikansi di bawah 0.05. Hal ini berarti Harapan Kinerja, Harapan Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi Memfasilitasi, Motivasi Hedonis, Nilai Harga, dan Kebiasaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku. Variabel Motivasi Hedonis dan Nilai Harga terlihat memiliki koefisien regresi terbesar, menandakan kedua faktor ini adalah pendorong utama minat pengguna.

Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Penggunaan

Model kedua menguji pengaruh Kondisi Memfasilitasi (FC), Kebiasaan (HB), dan Niat Perilaku (BI) terhadap Perilaku Penggunaan (*Use Behavior*) aktual.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Model 2 (Terhadap Perilaku Penggunaan)

Variabel Independen	Koefisien Regresi (β)	T-Hitung	Sig. (p-value)	Keterangan
---------------------	-------------------------------	----------	----------------	------------

(Constant)	1.544	5.970	0.000	-
Kondisi Memfasilitasi (FC)	-0.068	-1.193	0.234	Ditolak
Kebiasaan (HB)	0.375	6.556	0.000	Diterima
Niat Perilaku (BI)	0.178	3.097	0.002	Diterima
R-Square (R^2)	0.191			
F-Statistic	23.23		0.000	Fit

Sumber: Data Olahan Penulis, 2025.

Berdasarkan Tabel 4, temuan analisis adalah sebagai berikut. Pengaruh Kebiasaan dan Niat Variabel Kebiasaan (HB) dan Niat Perilaku (BI) memiliki nilai signifikansi < 0.05 , yang berarti keduanya berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan aktual. Kebiasaan menjadi prediktor paling dominan dengan nilai t-hitung tertinggi (6.556). Kondisi Memfasilitasi Tidak Berpengaruh: Menariknya, variabel Kondisi Memfasilitasi (FC) memiliki nilai signifikansi 0.234 (> 0.05). Hal ini berarti ketersediaan perangkat atau dukungan teknis tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap intensitas penggunaan aplikasi Blu by BCA. Temuan ini dapat diinterpretasikan bahwa pada era digital saat ini, akses terhadap *smartphone* dan internet sudah menjadi komoditas dasar yang dimiliki hampir semua responden, sehingga bukan lagi menjadi faktor penentu utama yang membedakan antara pengguna aktif dan tidak aktif. Determinan Penggunaan, model ini menjelaskan 19.1% variasi perilaku penggunaan (*Use Behavior*), di mana rutinitas (kebiasaan) memegang peranan kunci dibandingkan sekadar ketersediaan fasilitas.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dipaparkan sebelumnya, penelitian ini berhasil mengungkap dinamika penerimaan pengguna terhadap aplikasi Blu by BCA. Secara umum, model UTAUT2 terbukti relevan dan valid dalam memprediksi niat maupun perilaku penggunaan dalam konteks *fintech* di Indonesia. Berikut adalah pembahasan mendalam mengenai temuan-temuan kunci dalam penelitian ini

Determinan Niat Penggunaan: Dominasi Faktor Emosional dan Ekonomis

Hasil pengujian empiris menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam kerangka Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2, yakni Harapan Kinerja, Harapan Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi Memfasilitasi, Motivasi Hedonis, Nilai Harga, dan Kebiasaan, terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Perilaku pengguna aplikasi Blu by BCA. Temuan ini memperlihatkan bahwa keputusan adopsi aplikasi perbankan digital tidak dibangun secara parsial, melainkan melalui interaksi kompleks antara faktor rasional, emosional, dan kebiasaan pengguna. Pola serupa juga ditemukan dalam berbagai penelitian *fintech* di Indonesia yang menempatkan niat penggunaan sebagai hasil akumulasi persepsi manfaat, kemudahan, serta pengalaman penggunaan (Dzulhaida & Giri, 2018; Hafifah et al., 2022; Setiadi, 2022). Konsistensi hasil ini memperkuat relevansi UTAUT2 sebagai kerangka analisis penerimaan teknologi dalam konteks konsumen.

Dominasi pengaruh variabel Motivasi Hedonis menjadi temuan penting yang menandai pergeseran orientasi pengguna aplikasi keuangan dari sekadar fungsi utilitarian menuju pengalaman emosional. Pengguna Blu by BCA menunjukkan kecenderungan untuk mempertahankan niat penggunaan ketika aplikasi mampu menghadirkan rasa senang, kepuasan visual, dan interaksi yang tidak membosankan. Fenomena ini sejalan dengan temuan pada aplikasi e-wallet dan platform *fintech* lain yang menunjukkan bahwa kesenangan berinteraksi dengan fitur aplikasi meningkatkan intensi penggunaan secara signifikan (Safitri & Andriansyah, 2020; Saragih & Rikumahu, 2022; Desvira & Aransyah, 2023). Karakteristik ini mengindikasikan bahwa aplikasi bank digital telah bergeser menjadi bagian dari gaya hidup digital pengguna.

Fitur-fitur Blu by BCA seperti kustomisasi *bluSaving*, penetapan target tabungan, serta visualisasi progres keuangan berperan dalam menciptakan pengalaman menabung yang bersifat personal dan interaktif. Aktivitas finansial yang sebelumnya dipersepsikan formal dan kaku berubah menjadi aktivitas yang memberikan kepuasan emosional dan rasa pencapaian. Pola ini menguatkan argumen bahwa gamifikasi dalam layanan keuangan berkontribusi terhadap peningkatan niat penggunaan berkelanjutan (Kristi et al., 2024; Adzani et al., 2025; Hilyah et al., 2024). Penguatan dimensi afektif ini menjadi pembeda utama Blu by BCA dalam kompetisi bank digital yang semakin homogen secara fitur dasar.

Nilai Harga juga tampil sebagai variabel dengan pengaruh dominan terhadap Niat Perilaku, mencerminkan karakter konsumen Indonesia yang memiliki sensitivitas tinggi terhadap biaya dan manfaat ekonomi. Persepsi pengguna bahwa keuntungan yang diperoleh, seperti bebas biaya administrasi, bunga tabungan yang kompetitif, serta program promosi, lebih besar dibandingkan pengorbanan yang dikeluarkan menjadi faktor penentu keberlanjutan niat penggunaan. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian pada berbagai layanan fintech yang menempatkan efisiensi biaya sebagai pendorong utama adopsi teknologi keuangan (Martono, 2021; Maulana et al., 2023; Akbar & Abdillah, 2025). Nilai Harga berfungsi sebagai justifikasi rasional yang memperkuat keputusan emosional pengguna.

Kuatnya pengaruh Nilai Harga juga memperlihatkan bahwa kepercayaan terhadap stabilitas finansial dan kebijakan biaya menjadi bagian penting dalam pembentukan niat penggunaan. Dalam konteks Blu by BCA, dukungan institusi induk yang kuat turut memperkuat persepsi manfaat ekonomi dan keamanan dana pengguna. Temuan ini sejalan dengan kajian yang menyoroti keterkaitan antara performa keuangan bank digital dan kepercayaan pengguna terhadap layanannya (Sabella et al., 2025). Kombinasi antara insentif ekonomi dan reputasi institusi memperkuat posisi Blu by BCA dalam preferensi pengguna.

Variabel Harapan Kinerja dan Harapan Usaha tetap menunjukkan pengaruh signifikan, menandakan bahwa manfaat fungsional dan kemudahan penggunaan masih menjadi fondasi utama penerimaan teknologi. Pengguna menilai aplikasi Blu by BCA mampu membantu pengelolaan keuangan secara efektif dan mudah dipelajari, sehingga memperkuat intensi untuk terus menggunakan layanan tersebut. Temuan ini konsisten dengan berbagai studi UTAUT2 yang menegaskan pentingnya persepsi kegunaan dan kemudahan sebagai prasyarat adopsi teknologi (Setiadi, 2022; Fadhillah & Setiawardani, 2022; Ismail et al., 2024). Faktor teknis tetap berperan sebagai landasan rasional sebelum faktor emosional bekerja lebih jauh.

Pengaruh Sosial juga berkontribusi signifikan terhadap pembentukan niat penggunaan, mencerminkan peran lingkungan sosial dalam membentuk preferensi teknologi individu. Rekomendasi dari teman, keluarga, serta eksposur di media sosial membangun legitimasi sosial terhadap penggunaan Blu by BCA. Fenomena ini memperkuat temuan bahwa keputusan adopsi fintech kerap dipengaruhi oleh norma subjektif dan kepercayaan kolektif dalam komunitas pengguna (Susdiani & Yolanda, 2021; Armi & Piliyanti, 2023). Dimensi sosial berfungsi sebagai katalis yang mempercepat penerimaan teknologi di kalangan pengguna baru.

Kondisi Memfasilitasi turut memperlihatkan pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan, menandakan bahwa kesiapan infrastruktur dan dukungan teknis masih relevan dalam ekosistem bank digital. Ketersediaan jaringan internet, kompatibilitas perangkat, serta dukungan layanan pelanggan membentuk rasa aman dan kenyamanan pengguna dalam berinteraksi dengan aplikasi. Temuan ini selaras dengan berbagai penelitian yang menempatkan kondisi pendukung sebagai faktor penting dalam memastikan keberlanjutan adopsi fintech (Hamzah & Sukma, 2021; Saragih & Rikumahu, 2022). Faktor ini berperan sebagai penyangga yang memastikan niat penggunaan dapat diwujudkan secara praktis.

Kebiasaan muncul sebagai variabel yang memperkuat niat penggunaan melalui mekanisme rutinitas dan otomatisasi perilaku. Pengguna yang telah terbiasa menggunakan Blu by BCA dalam aktivitas keuangan harian cenderung mempertahankan niat penggunaan tanpa pertimbangan ulang yang intensif. Temuan ini mempertegas bahwa loyalitas pengguna tidak selalu lahir dari evaluasi rasional berulang, melainkan dari proses pembiasaan yang terbentuk melalui pengalaman positif berkelanjutan (Desvira & Aransyah, 2023; Adzani et al., 2025). Kebiasaan menjadi jembatan antara niat dan penggunaan aktual dalam jangka panjang.

Niat penggunaan aplikasi Blu by BCA dibentuk oleh keseimbangan antara faktor emosional, ekonomis, teknis, dan sosial. Dominasi Motivasi Hedonis dan Nilai Harga menandai pergeseran strategi kompetisi bank digital dari sekadar efisiensi layanan menuju penciptaan pengalaman pengguna yang bernilai dan menyenangkan. Temuan ini memperkaya literatur penerimaan teknologi keuangan dengan menegaskan pentingnya pendekatan berbasis pengalaman dan persepsi nilai dalam mempertahankan pengguna (Dzulhaida & Giri, 2018; Martinelli, 2021). Implikasi praktisnya menuntut pengembang aplikasi bank digital untuk merancang fitur yang tidak hanya fungsional, tetapi juga mampu membangun keterikatan emosional dan persepsi manfaat ekonomi yang kuat.

Perilaku Penggunaan Aktual: Peran Vital Kebiasaan di Atas Fasilitas

Hasil analisis empiris pada tahap perilaku penggunaan aktual menunjukkan bahwa variabel Kebiasaan (Habit) menjadi prediktor paling dominan dalam menjelaskan intensitas penggunaan aplikasi Blu by BCA. Temuan ini menegaskan bahwa penggunaan aplikasi telah melampaui tahap evaluasi rasional berbasis niat dan beralih menjadi pola tindakan yang berlangsung otomatis. Ketika rutinitas finansial pengguna telah terintegrasi dengan fitur Blu, keputusan penggunaan tidak lagi memerlukan pertimbangan kognitif yang mendalam. Pola ini sejalan dengan temuan penelitian penerimaan fintech yang menempatkan kebiasaan sebagai penggerak utama perilaku aktual pengguna layanan digital (Dzulhaida & Giri, 2018; Desvira & Aransyah, 2023).

Dominasi kebiasaan atas niat perilaku mengindikasikan bahwa hubungan antara niat dan perilaku tidak selalu bersifat linear dalam konteks teknologi yang digunakan secara berulang. Pengguna yang telah membentuk rutinitas, seperti memisahkan gaji, menabung berkala, atau membayar tagihan bulanan melalui Blu by BCA, menunjukkan kecenderungan penggunaan yang stabil tanpa fluktuasi signifikan. Kondisi ini memperlihatkan bahwa perilaku aktual lebih banyak digerakkan oleh memori prosedural dibandingkan evaluasi manfaat sesaat. Temuan tersebut memperkuat hasil studi UTAUT2 dan UTAUT3 yang menempatkan habit sebagai determinan perilaku jangka panjang (Kristi et al., 2024; Hilyah et al., 2024).

Posisi kebiasaan yang lebih kuat dibandingkan niat perilaku mengonfirmasi perluasan konseptual UTAUT2 dalam konteks konsumen. Niat penggunaan berperan penting pada fase awal adopsi, sementara kebiasaan mengambil alih peran tersebut setelah penggunaan berlangsung berulang dan konsisten. Pada tahap ini, keputusan penggunaan tidak lagi bersifat reflektif, melainkan respons otomatis terhadap kebutuhan finansial sehari-hari. Pola tersebut juga ditemukan pada penelitian adopsi e-wallet dan mobile banking di berbagai wilayah Indonesia (Safitri & Andriansyah, 2020; Saragih & Rikumahu, 2022).

Temuan menarik lainnya menunjukkan bahwa variabel Kondisi yang Memfasilitasi tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan aktual. Secara konseptual, hasil ini berbeda dari asumsi awal UTAUT generasi pertama yang menempatkan fasilitas sebagai penentu utama perilaku. Dalam Blu by BCA fasilitas teknologi seperti perangkat smartphone dan akses internet telah menjadi kebutuhan dasar yang dimiliki hampir seluruh responden. Situasi ini menempatkan kondisi fasilitas sebagai prasyarat minimum, bukan faktor pendorong intensitas penggunaan (Setiadi, 2022; Hamzah & Sukma, 2021).

Ketidaksignifikanan kondisi yang memfasilitasi mencerminkan karakteristik demografis pengguna bank digital yang relatif homogen dari sisi literasi teknologi. Mayoritas responden berada pada kelompok usia produktif dan terbiasa menggunakan berbagai aplikasi digital dalam aktivitas sehari-hari. Ketersediaan perangkat dan jaringan tidak lagi menjadi pembeda dalam menentukan seberapa sering aplikasi digunakan. Pola serupa juga tercatat dalam penelitian fintech berbasis konsumen yang menunjukkan menurunnya peran fasilitas pada tahap adopsi lanjutan (Susdiani & Yolanda, 2021; Ismail et al., 2024).

Dominasi kebiasaan juga dapat dipahami melalui pendekatan perilaku konsumen yang menekankan pentingnya pengalaman positif berulang. Ketika pengguna merasakan kemudahan, kenyamanan, dan kepastian dalam satu aplikasi, preferensi tersebut secara perlahan mengeras menjadi rutinitas. Blu by BCA berhasil memposisikan diri sebagai alat utama pengelolaan keuangan personal, bukan sekadar alternatif layanan. Kondisi ini konsisten dengan temuan penelitian yang menyoroti pergeseran loyalitas pengguna dari niat rasional menuju keterikatan berbasis pengalaman (Maulana et al., 2023; Adzani et al., 2025).

Perilaku penggunaan aktual yang didorong oleh kebiasaan juga memiliki implikasi strategis bagi pengelola bank digital. Fokus pengembangan layanan tidak cukup berhenti pada peningkatan niat penggunaan melalui promosi atau fitur baru, tetapi perlu diarahkan pada pembentukan rutinitas pengguna. Integrasi fitur ke dalam aktivitas keuangan harian menjadi kunci agar aplikasi tetap relevan dan digunakan secara konsisten. Pendekatan ini sejalan dengan temuan empiris pada berbagai aplikasi fintech yang sukses mempertahankan pengguna melalui penguatan kebiasaan (Martono, 2021; Akbar & Abdillah, 2025).

Temuan ini menunjukkan bahwa investasi pada stabilitas sistem dan konsistensi pengalaman pengguna lebih bernilai dibandingkan sekadar peningkatan spesifikasi teknis. Ketika kebiasaan telah terbentuk, pengguna cenderung memiliki switching cost psikologis yang tinggi meskipun tersedia

banyak alternatif aplikasi. Kondisi tersebut memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bagi Blu by BCA di tengah persaingan bank digital. Fenomena ini juga selaras dengan kajian yang mengaitkan penggunaan berulang dengan kinerja keuangan bank digital secara agregat (Sabella et al., 2025).

Dominasi kebiasaan dalam perilaku penggunaan juga perlu dicermati secara kritis. Ketergantungan berlebihan pada satu aplikasi dapat mengurangi sensitivitas pengguna terhadap risiko layanan digital. Oleh karena itu, transparansi informasi dan edukasi pengguna tetap menjadi aspek penting dalam pengelolaan fintech yang berkelanjutan. Perspektif ini sejalan dengan kajian yang menyoroti potensi kerugian konsumen dalam penggunaan fintech tanpa evaluasi berkelanjutan (Martinelli, 2021).

Perilaku penggunaan aktual aplikasi Blu by BCA lebih ditentukan oleh kebiasaan yang terbentuk melalui pengalaman penggunaan berulang dibandingkan oleh niat atau fasilitas teknis semata. Temuan ini memperkaya literatur UTAUT2 dengan menunjukkan bahwa pada tahap kematangan adopsi, faktor perilaku otomatis menjadi penentu utama intensitas penggunaan. Implikasi teoretis dan praktis dari hasil ini menuntut pergeseran strategi pengembangan aplikasi menuju penciptaan rutinitas pengguna yang stabil dan bernilai. Hasil ini juga memperkuat temuan berbagai studi penerimaan fintech yang menempatkan habit sebagai jantung keberlanjutan penggunaan teknologi keuangan digital (Fadhilah & Setiawardani, 2022; Armi & Piliyanti, 2023).

Implikasi bagi Pengembangan Aplikasi

Temuan penelitian pada bagian ini menegaskan bahwa arah pengembangan aplikasi Blu by BCA perlu disesuaikan dengan karakteristik penerimaan pengguna yang telah berada pada fase penggunaan matang, bukan lagi tahap adopsi awal. Variabel Harapan Usaha dan Kondisi yang Memfasilitasi tidak menunjukkan peran dominan, menandakan bahwa aspek kemudahan teknis dan ketersediaan infrastruktur telah dianggap standar oleh pengguna digital masa kini. Pola serupa juga ditemukan dalam berbagai studi penerimaan fintech di Indonesia yang menunjukkan pergeseran fokus dari aspek fungsional dasar menuju pengalaman penggunaan yang lebih bernilai tambah (Dzulhaida & Giri, 2018; Setiadi, 2022; Saragih & Rikumahu, 2022). Kondisi ini membuka ruang bagi strategi pengembangan yang lebih berorientasi pada pembentukan keterikatan jangka panjang pengguna.

Dominasi variabel kebiasaan dan motivasi intrinsik dalam memengaruhi perilaku penggunaan mengindikasikan bahwa loyalitas pengguna Blu tidak lagi digerakkan oleh pertimbangan rasional semata. Pengguna cenderung mempertahankan aplikasi yang telah terintegrasi dengan aktivitas finansial sehari-hari, seperti pengelolaan gaji, tabungan rutin, dan pembayaran tagihan. Temuan ini selaras dengan riset fintech lain yang menempatkan habitual use sebagai determinan utama keberlanjutan penggunaan layanan digital (Hafifah et al., 2022; Desvira & Aransyah, 2023; Ismail et al., 2024). Aplikasi yang berhasil membentuk rutinitas akan memiliki daya tahan lebih kuat di tengah persaingan ekosistem perbankan digital.

Implikasi pertama yang menonjol berkaitan dengan pentingnya penguatan elemen hedonis dalam desain aplikasi Blu. Aspek kesenangan, kepuasan emosional, dan rasa keterlibatan terbukti mampu meningkatkan intensitas penggunaan tanpa harus bergantung pada dorongan eksternal. Studi mengenai e-wallet dan aplikasi pembayaran digital menunjukkan bahwa pengalaman yang menyenangkan memperkuat keterikatan pengguna secara psikologis dan memperpanjang siklus penggunaan aplikasi (Safitri & Andriansyah, 2020; Martono, 2021; Maulana et al., 2023). Pendekatan ini relevan bagi Blu untuk mempertahankan pengguna aktif dalam jangka panjang.

Penguatan elemen hedonis dapat diwujudkan melalui antarmuka yang lebih personal, visual yang adaptif, serta respons sistem yang memberikan umpan balik positif atas aktivitas pengguna. Fitur visualisasi progres menabung atau pencapaian target keuangan dapat menciptakan rasa pencapaian yang bersifat emosional. Penelitian mengenai penerimaan aplikasi fintech menunjukkan bahwa personalisasi meningkatkan persepsi kedekatan pengguna terhadap sistem digital yang digunakan (Kristi et al., 2024; Adzani et al., 2025). Pengalaman yang terasa personal akan mendorong pengguna untuk kembali menggunakan aplikasi secara berulang.

Integrasi unsur gamifikasi menjadi strategi yang relevan dalam memperkuat keterlibatan pengguna. Elemen seperti badge, level, atau pencapaian harian mampu mentransformasikan aktivitas finansial yang bersifat rutin menjadi pengalaman yang lebih menarik. Berbagai studi UTAUT2 dan pengembangannya menunjukkan bahwa gamifikasi meningkatkan motivasi intrinsik serta mempercepat

pembentukan kebiasaan penggunaan (Fadhilah & Setiawardani, 2022; Hilyah et al., 2024). Penerapan konsep ini perlu disesuaikan dengan karakter perbankan agar tetap menjaga kredibilitas institusi.

Implikasi kedua yang tidak kalah penting berkaitan dengan strategi sistematis dalam membangun kebiasaan penggunaan. Kebiasaan terbentuk melalui repetisi perilaku yang konsisten dalam jangka waktu tertentu, didukung oleh kemudahan akses dan relevansi fitur. Fitur autodebit, pengingat cerdas, serta penjadwalan transaksi otomatis berpotensi memperkuat keterikatan pengguna tanpa memerlukan dorongan sadar setiap saat. Pola ini telah terbukti efektif dalam berbagai aplikasi fintech yang berorientasi pada penggunaan berulang (Susdiani & Yolanda, 2021; Akbar & Abdillah, 2025).

Pengembangan fitur yang mendorong interaksi harian, seperti tantangan menabung atau laporan keuangan singkat harian, dapat memperkuat integrasi aplikasi ke dalam rutinitas pengguna. Ketika aplikasi menjadi bagian dari aktivitas harian, niat perilaku tidak lagi berperan sebagai faktor penentu utama. Penelitian mengenai adopsi fintech pada generasi produktif menunjukkan bahwa kebiasaan yang terbentuk secara bertahap memiliki dampak lebih kuat dibandingkan promosi atau edukasi teknis (Hamzah & Sukma, 2021; Armi & Piliyanti, 2023). Strategi ini memberikan fondasi penggunaan yang lebih stabil.

Minimnya pengaruh kondisi pemfasilitasi menuntut pengembang untuk tidak berlebihan dalam menekankan aspek teknologi dasar. Ketersediaan perangkat, koneksi internet, dan literasi digital telah menjadi prasyarat umum bagi pengguna Blu. Penekanan berlebih pada aspek ini berpotensi menghasilkan inovasi yang kurang relevan dengan kebutuhan aktual pengguna. Temuan serupa juga muncul dalam kajian fintech perbankan yang menempatkan fasilitas teknis sebagai faktor kebersihan, bukan faktor pendorong utama (Martinelli, 2021; Setiadi, 2022).

Implikasi strategis berikutnya berkaitan dengan keseimbangan antara inovasi dan perlindungan konsumen. Peningkatan elemen hedonis dan pembentukan kebiasaan harus tetap memperhatikan aspek keamanan, transparansi, dan kontrol pengguna. Literasi risiko menjadi penting agar pengguna tidak terjebak dalam penggunaan impulsif yang berpotensi merugikan secara finansial. Isu ini telah banyak disoroti dalam kajian kritis mengenai perkembangan fintech perbankan digital di Indonesia (Martinelli, 2021; Sabella et al., 2025).

Temuan penelitian ini mengarahkan pengembangan Blu by BCA pada pendekatan berbasis pengalaman pengguna yang berkelanjutan. Fokus pengembangan bergeser dari sekadar kemudahan teknis menuju penciptaan ekosistem penggunaan yang menyenangkan, personal, dan terintegrasi dalam rutinitas finansial pengguna. Strategi ini sejalan dengan tren penerimaan fintech di berbagai sektor yang menempatkan kebiasaan dan motivasi intrinsik sebagai kunci keberhasilan jangka panjang (Dzulhaida & Giri, 2018; Hafifah et al., 2022; Saragih & Rikumahu, 2022). Pendekatan tersebut memberikan arah yang lebih adaptif bagi Blu dalam menghadapi dinamika persaingan perbankan digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) terhadap pengguna aplikasi Blu by BCA, dapat ditarik beberapa kesimpulan strategis sebagai berikut. Penelitian ini membuktikan secara empiris bahwa seluruh variabel dalam model UTAUT2 mulai dari aspek teknis (Harapan Kinerja dan Usaha) hingga aspek lingkungan (Pengaruh Sosial) memiliki kontribusi positif terhadap niat penggunaan. Namun, temuan paling krusial adalah dominasi variabel Motivasi Hedonis dan Nilai Harga. Hal ini menyimpulkan bahwa dalam lanskap bank digital Indonesia, pengguna tidak lagi memandang aplikasi perbankan sebagai alat utilitas yang kaku semata. Mereka cenderung mengadopsi Blu by BCA karena adanya unsur kesenangan (*enjoyment*) dalam penggunaan serta persepsi keuntungan ekonomis yang tinggi dibandingkan biaya yang dikeluarkan. Terdapat perbedaan fundamental antara pendorong "niat" dan pendorong "tindakan nyata". Sementara niat dipicu oleh faktor emosional dan ekonomis, perilaku penggunaan aktual (*Use Behavior*) justru sangat bergantung pada Kebiasaan (*Habit*). Artinya, transisi dari pengguna yang sekadar "tertarik" menjadi pengguna yang "loyal" sangat ditentukan oleh seberapa sukses aplikasi tersebut mengintegrasikan dirinya ke dalam rutinitas harian pengguna. Temuan bahwa Kondisi yang Memfasilitasi tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan memberikan wawasan baru. Dalam era penetrasi digital yang tinggi saat ini, kepemilikan *smartphone* dan kuota internet telah menjadi komoditas standar (*commodity*), sehingga ketersediaannya tidak lagi menjadi faktor penentu yang membedakan intensitas penggunaan seseorang terhadap aplikasi *fintech*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adji, Y. B., Muhammad, W. A., Nurwira, A., & Akrabi, L. (2023). *Perkembangan Inovasi Fintech di Indonesia*. 5(1), 47–58. <https://doi.org/10.21512/becossjournal.v5i1.8675>.
- Adzani, R., Pratama, A., & Wulansari, A. (2025). Evaluasi Penerimaan Aplikasi Flip Di Kalangan Pengguna Menggunakan Analisis Berdasarkan Model UTAUT 2. *Inovasi Pembangunan: Jurnal Kelitbangan*, 13(2). <https://doi.org/10.35450/jip.v13i2.1137>.
- Afdi, M., & Afdi, M. (2020). *Munich Personal RePEc Archive Financial Technology (Fintech): It ' s Concept and Implementation in Indonesia Financial Technology (Fintech): It ' s Concept and Implementation in Indonesia* . 98486.
- Akbar, D., & Abdillah, L. A. (2025). Analisis Pengguna Tenant Terhadap Pemakaian Aplikasi Fintech Dana Di OPI Mall Palembang Dengan UTAUT 2. *Jurasik (Jurnal Riset Sistem Informasi dan Teknik Informatika)*, 10(1), 192-201. <https://doi.org/10.30645/jurasik.v10i1.862>.
- Armi, P. L., & Piliyanti, I. (2023). Analisis Penerimaan Masyarakat Muslim Boyolali Terhadap Financial Technology Sebagai Alat Transaksi Elektronik. *Journal of Economics and Business Research (JUEBIR)*, 2(2), 154-163. <https://doi.org/10.22515/juebir.v2i2.7865>.
- Desvira, N. S., & Aransyah, M. F. (2023). Analysis of factors influencing interest and behavior in using ShopeePay features using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) model. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 12(2), 178-191. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v12i2.1594>.
- Dzulhaida, R., & Rifaldi Windya Giri, R. (2018). Analisis minat masyarakat terhadap penggunaan layanan e-money di Indonesia dengan menggunakan model modifikasi unified theory of acceptance and use technology 2 (UTAUT 2). *Majalah Ilmiah Unikom*, 15. <https://doi.org/10.34010/miu.v15i2.555>.
- Fadhilah, A. N., & Setiawardani, M. (2022, August). Analisis Penerapan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology terhadap Niat Menggunakan ShopeePay. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 13, No. 01, pp. 1234-1241). <https://doi.org/10.35313/irwns.v13i01.4256>.
- Hafifah, L. L., Utami, N. W., & Putri, I. G. A. P. D. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Behavioral Intention Dan User Behavior Pada Fintech ShopeePay Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut). *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 15(2). <http://dx.doi.org/10.30813/jab.v15i2.3574>.
- Hamzah, A., & Sukma, N. (2021). Determinasi Financial Technology Dengan Pendekatan Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology Ii. *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 11(1), 1-14. <https://doi.org/10.15408/ess.v11i1.19155>.
- Hilyah, A., Shiddieq, D. F., Lestari, N. S., & Susilawati, W. (2024). Analisis Penerimaan Pengguna Aplikasi Kitabisa Menggunakan Model UTAUT-3. *Jutisi: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 13(1), 172-181. <http://dx.doi.org/10.35889/jutisi.v13i1.1742>.
- Ismail, R. S., Istia, M. D., & Manuhaneny, H. (2024). Determinasi financial technology pada generasi milenial dengan pendekatan unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT). *Jurnal Indovisi*, 6(3), 1-11. <https://doi.org/10.32698/1907908>.
- Kristi, N., Shiddieq, D. F., & Nurhayati, D. (2024). Analisis Penerimaan Aplikasi Flip Menggunakan Model Unified of Acceptance and Use of Technology 3: The analysis of Flip application acceptance using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 model. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 4(2), 685-694. <https://doi.org/10.57152/malcom.v4i2.1316>.
- Martinelli, I. (2021). Menilik Financial Technology (Fintech) dalam Bidang Perbankan yang dapat Merugikan Konsumen. *Jurnal Somasi (Sosial Humaniora Komunikasi)*, 2(1), 32-43. <https://doi.org/10.53695/js.v2i1.353>.
- Martono, S. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan fintech lending. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 10(3), 246. <https://doi.org/10.26418/jebik.v10i3.45827>.
- Maulana, S., Khasanah, I., & Yusuf, A. (2023). Analisis penerimaan pengguna terhadap financial technology bareksa menggunakan model UTAUT. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(2), 527-545. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i2.1049>.

- Raharjo, B. (2021). Fintech Teknologi Finansial Perbankan Digital. *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 1-299.
- Sabella, M. E., Pandjaitan, S. H., & Manurung, E. T. (2025). Pengaruh Dana Pihak Ketiga Terhadap Laba Bersih PT Bank BCA Digital (BLU) Periode 2022-2024. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 8(2), 346-352. <https://doi.org/10.35446/akuntansikompetif.v8i2.2150>.
- Safitri, R., & Andriansyah, M. (2020). Analisis Penerimaan Teknologi Keuangan (FINTECH) Terhadap Penggunaan Aplikasi Fintech OVO. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(4), 538-549. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i4.369>.
- Saragih, Y. W., & Rikumahu, B. (2022). Analisis Faktor Adopsi E-Wallet Gopay, OVO, dan DANA dengan Model UTAUT2 pada Masyarakat Jawa Barat. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 11(1), 98-121. <https://doi.org/10.21831/nominal.v11i1.43075>.
- Setiadi, H. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan aplikasi mobile banking pada bank buku 4 di Indonesia dengan menggunakan model unified theory of acceptance and use of technology 2. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 410-417. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i1.2306>.
- Susdiani, L., & Yolanda, D. R. (2021). Analisis Faktor Determinan Minat Penggunaan Kembali Fintech Sebagai Sarana Pendukung Program Physical Distancing Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Padang Dengan Pendekatan Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (Utaut) Dan Technology Accepta. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(2), 164-183. <https://doi.org/10.35145/procuratio.v9i2.895>.