

Analisis Faktor Perilaku dan Pengalaman Digital terhadap Minat Penggunaan Layanan BI-FAST di Kota Denpasar

Komang Kiska Jendra Ayu Ningrat¹⁾, Gusi Putu Lestara Permana²⁾

Universitas Pendidikan Nasional

Komangkiska06@gmail.com¹⁾, lestarapermana@undiknas.ac.id²⁾

ABSTRACT

This study aims to analyze behavioral factors and digital experiences that influence the intention to use BI-FAST services in Denpasar City. The research focuses on the influence of Perceived Usefulness, Subjective Norms, and Self-Efficacy on Cashless Payment Usage. A quantitative approach with a survey method was employed, and primary data were collected through a Google Form questionnaire distributed to BI-FAST users in Denpasar City using purposive sampling with a minimum of 125 respondents. Data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Squares (PLS) to examine the relationships among latent variables. The results show that Perceived Usefulness and Subjective Norms have a significant positive effect on Self-Efficacy. Furthermore, Perceived Usefulness, Subjective Norms, and Self-Efficacy are proven to have a positive influence on Cashless Payment Usage. These findings confirm that perceived benefits, social influence, and users' self-confidence play an important role in increasing BI-FAST adoption. Based on the analysis, it can be concluded that improving perceived usefulness, social support, and user self-efficacy can enhance the intensity of BI-FAST usage in Denpasar City. This research is expected to provide practical contributions for financial institutions in designing strategies to expand the adoption of digital payment systems, while also enriching the literature on user behavior in the context of modern payment services in Indonesia.

Keywords : *Perceived Usefulness, Subjective Norms, Self-Efficacy, BI-FAST, Cashless Payment Usage*

1. PENDAHULUAN

Berbagai aspek kehidupan telah berubah karena kemajuan teknologi digital, termasuk cara orang melakukan transaksi keuangan. Satu perubahan signifikan adalah berani metode pembayaran dari tunai menuju sistem pembayaran digital yang bersifat cashless. Pergeseran ini tidak hanya terjadi karena faktor teknologi tetapi juga dipengaruhi oleh aspek sosial, psikologis, dan keyakinan individu terhadap kegunaan teknologi tersebut (David, 1989).

Faktor sosial yang banyak dibahas adalah Subjective norm, Itu persepsi individu mengenai tekanan sosial atau dukungan dari orang-orang disekitarnya dalam mengadopsi suatu teknologi. Karena seseorang melihat bahwa keluarga, teman, atau rekan kerja mendukung penggunaan pembayaran digital (Winarno et al., 2021), maka kecenderungan untuk menggunakannya juga semakin besar Dukungan sosial tersebut tidak hanya among bangun keyakinan, tetapi juga mempengaruhi sikap seseorang terhadap perubahan. Dalam penelitian terbaru ditemukan bahwa subjektif dalam meningkatkan adopsi generasi muda yang cenderung mengikuti tren kelompok sosialnya (Nguyen & Dao, 2024). Dengan kata lain, mampu mendukung pendorong awal sebelum individu benar-benar yakin.

Namun, dukungan sosial tidak akan cukup apabila individu tidak melihat adanya manfaat nyata dari teknologi. Di sinilah konsep Perceived Usefulness menjadi krusial. Perceived Usefulness Atau persepsi kegunaan menjelaskan sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja atau efektivitasnya dalam melakukan aktivitas tertentu (Gupta et al., 2021). Berbagai penelitian membuktikan bahwa ketika pengguna merasa teknologi pembayaran digital mempermudah transaksi, mempercepat waktu, serta mengurangi daya, maka mereka cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk menggunakannya. Hal ini menunjukkan bahwa Perceived Usefulness menjadi salah satu faktor utama dalam menjelaskan niat adopsi pembayaran digital (Tian & Chan, 2024).

Selain itu, persepsi kegunaan juga berhubungan erat dengan kepuasan dan niat berkelanjutan untuk menggunakan layanan digital payment. Semakin tinggi persepsi kegunaan, semakin besar kemungkinan individu untuk tetap setia menggunakan metode cashless dibandingkan kembali ke uang tunai (Ariffin et al., 2021).

Menariknya *Self-Efficacy* juga terbukti memengaruhi kepuasan pengguna dan intensi keberlanjutan (*continuance Intentions*) dalam menggunakan layanan mobile payment. Dengan menggabungkan norma subjektif, manfaat perolehan dan keefektifan diri memberikan gambaran yang luas tentang komponen psikologis dan sosial yang mempengaruhi penerapan pembayaran digital. Norma sosial mendorong individu mencoba, persepsi kegunaan membentuk keyakinan manfaat, dan *Self-Efficacy* memberikan rasa percaya diri dalam penggunaan teknologi baru (Siwi et al., 2022).

Di Indonesia, adopsinya pembayaran digital juga didukung oleh kebijakan bank Indonesia melalui pengembangan infrastruktur pembayaran retail modern. Salah satu terobosan yang diluncurkan adalah BI-FAST, sebuah sistem pembayaran real-time yang memungkinkan transfer dana 24 / 7 dengan biaya yang jauh lebih rendah dibandingkan metode konvensional (BTN, 2024). BI fast menghadirkan berbagai keunggulan, seperti kecepatan transaksi instan, biaya murah hanya Rp2500 per transaksi, serta kemudahan dengan menggunakan proxy nomer berupa nomer ponsel atau alamat email. Fitur ini menjadikan BI fast sebagai salah satu solusi pembayaran digital dan inklusif dan dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat (Onebrick, 2024). Eiring peningkatan adopsi, kini menjadi tulang punggung modernisasi sistem keamanan nasional dengan partisipasi lebih dari 100 lembaga keuangan. Laporan bank Indonesia mencatat bahwa transaksi BI fast meningkat hingga 67,79% secara tahunan, mencerminkan penerimaan luas masyarakat terhadap sistem pembayaran yang cepat, aman, dan efisien (Gorshkov, 2022).

2. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *perceived usefulness*, *Subjective norm*, *self efficacy* terhadap digital payment usage berpengaruh positif. Misalnya pada studi (Budiman, 2022) menunjukkan bahwa *Perceived usefulness* dan *self-efficacy* terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan mobile payment fintech. Bahkan, *self-efficacy* memiliki nilai signifikansi yang lebih tinggi dibandingkan PU. Selain itu pada penelitian (Upadhyay et al., 2022) menyatakan bahwa *Self-efficacy* memiliki efek positif signifikan terhadap *effort expectancy*, yang pada gilirannya memperkuat niat dan perilaku penggunaan layanan *mobile payment*. Terdapat juga dalam penelitian (Alrawada et al., 2023) menemukan bahwa ketiga faktor tersebut secara signifikan mempengaruhi minat individu dalam menggunakan e-wallet. Namun, hasil yang berbeda ditemukan dalam penelitian (Pratiwi et al., 2023), di mana hanya kemudahan penggunaan dan kepercayaan yang berdampak positif, sedangkan persepsi kegunaan tidak menunjukkan pengaruh yang berarti terhadap minat menggunakan layanan Traveloka PayLater. Sedangkan pada penelitian (Winarno et al., 2021) menyatakan bahwa *Subjective norm* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived usefulness*, yang kemudian meningkatkan *behavioral intention* menggunakan aplikasi OVO (e-wallet). *Self-efficacy* di sini tidak memengaruhi *perceived ease of use*, namun SN tetap penting sebagai faktor eksternal penentu niat. Terdapat juga pada penelitian (Ariffin et al., 2021) menyatakan bahwa *Perceived usefulness* dan *subjective norm* memiliki pengaruh positif terhadap sikap dan terusannya dalam menggunakan e-wallet (*continuance intention*). Berdasarkan teori TAM, UTAUT, dan konsep *Self-Efficacy*, mengembangkan hipotesis H1: *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Self-Efficacy*, H2: *Subjective Norm* berpengaruh positif terhadap *Self-Efficacy*, H3: *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Cashless Payment Usage*, H4: *Subjective Norm* berpengaruh positif terhadap *Cashless Payment Usage*, H5: *Self-Efficacy* berpengaruh positif terhadap *Cashless Payment Usage*. Berdasarkan perbedaan hasil penelitian sebelumnya, penelitian ini hadir dengan keunikan tersendiri, yaitu mengkaji secara simultan pengaruh *Perceived Usefulness*, *Subjective Norms*, dan *Self-Efficacy* terhadap *Cashless Payment Usage* dalam konteks BI-FAST di Kota Denpasar. Fokus pada penggunaan aktual

BI-FAST menjadi pembeda utama dibanding penelitian terdahulu yang lebih banyak menekankan pada niat (*intention*) saja. Selain itu, penelitian ini menambahkan perspektif *Self-Efficacy* untuk menjelaskan keyakinan diri pengguna dalam mengoperasikan teknologi keuangan digital, sehingga diharapkan mampu memperkaya kajian TAM, UTAUT, dan teori *Self-Efficacy* dalam konteks sistem pembayaran ritel modern di Indonesia. Dengan merujuk pada penelitian sebelumnya, alternatif solusi yang dapat digunakan untuk menunjang penelitian saat ini antara lain: meningkatkan persepsi manfaat melalui edukasi tentang efisiensi BI-FAST, memperkuat pengaruh sosial dengan kampanye berbasis komunitas atau media sosial, serta menumbuhkan *Self-Efficacy* pengguna melalui fitur panduan dan dukungan teknis. Strategi ini diharapkan dapat memperluas penggunaan BI-FAST sekaligus mendukung pengembangan ekosistem pembayaran non-tunai di Indonesia.

3. METODE PENELITIAN

Teknik pool positif non-probability sampling digunakan untuk memilih responden sesuai dengan kriteria penelitian. Data yang digunakan berasal dari data awal yang dikumpulkan langsung dari peserta melalui penyebaran kuesioner. Ini dianggap kuantitatif karena data diukur dalam bentuk angka yang dapat dihitung secara statistik.

Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian asosiatif kausal digunakan. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan sebab akibat antara variabel Perceived Usefulness, Subjective Norms, Self-Efficacy, dan Non-Card Payment pada pengguna BI-FAST.

Populasi dan Subjek Penelitian

Seluruh pengguna layanan BI fast yang berdomisili di kota Denpasar. Jumlah populasi tidak diketahui secara pasti karena belum ada data resmi dari bank Indonesia. Oleh karena itu penelitian ini mengambil sampel minimal 125 responden dengan kriteria berdomisili di Denpasar, pengguna aktif smartphone dan internet, pernah melakukan transaksi menggunakan BI-FAST minimal satu kali.

Teknik pengumpulan data

Untuk mengumpulkan data, kuesioner yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian disebarluaskan melalui media sosial melalui Google Forms.

Instrumen penelitian

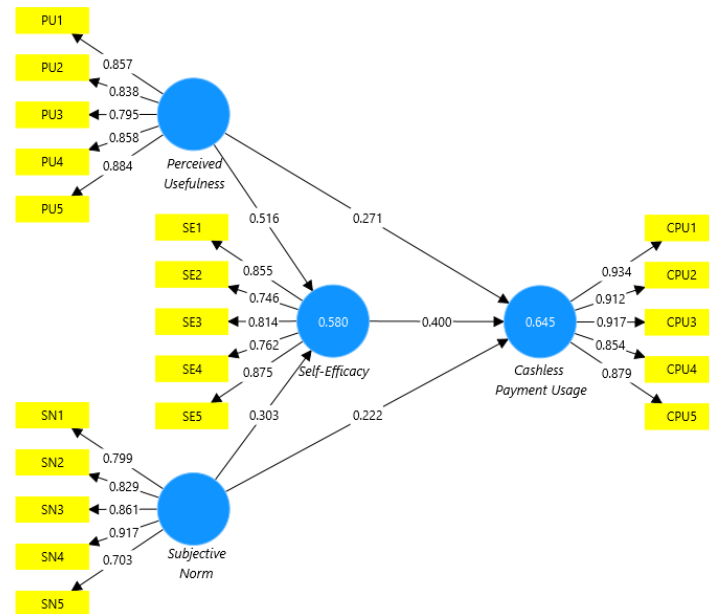
Yang digunakan adalah kuesioner tertutup dengan lima poin dari sangat tidak setuju (1) hingga sangat setuju (5). Indikatornya adalah: *Perceived Usefulness*: efisiensi, kecepatan, efektivitas, hasil yang lebih baik, dan manfaat sesuai kebutuhan, *Subjective Norms*: rekomendasi sosial, dorongan lingkungan, norma masyarakat, dukungan orang penting, dan tren sosial, *Self-Efficacy*: keyakinan menggunakan tanpa panduan, mengatasi masalah teknis, mencoba fitur baru, menyelesaikan kendala, dan pengoperasian dalam berbagai situasi, *Cashless Payment Usage*: frekuensi transaksi, ragam metode non-tunai, preferensi dibanding tunai, intensitas pada berbagai pembayaran, dan penggunaan untuk transaksi rutin/besar.

Teknik Analisis Data

Software SmartPLS digunakan untuk menganalisis data menggunakan Structural Equation Modelling (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS). Model Pengukuran (Outer Model), yang mengevaluasi validitas (convergent dan discriminant), reliabilitas (Cronbach's Alpha dan Composite Reliability), dan Model Struktural (Inner Model), yang mengevaluasi hubungan antar variabel dengan menggunakan nilai R². Selain itu, uji hipotesis diterima pada taraf signifikansi 5% jika t-statistic lebih besar dari 1,96 dan p-value tidak lebih dari 0,05.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)



Gambar 1 Hasil Pengujian Model PLS Algorithm
Sumber: Data diproses 2025

Proses masing – masing kelompok indikator hingga berhubungan dengan variabel laten dijelaskan di *outer model*. Untuk menilai validitas dan reabilitas model perlu dilakukannya evaluasi model pengukuran (*outer model*). Dalam pengujian validitas pada model SEM terdapat *convergente validity*, *discriminant validity*, *composite reliability*.

Convergent validity

Dalam model pengukuran dengan indikator refleksif, konvergen validitas dapat dilihat dari korelasi antara skor item atau indikator dan skor konstruk. Jika ada korelasi antara skor item atau indikator dan konstruk yang diinginkan lebih besar dari 0,70, maka ukuran reflektif individu dianggap tinggi. Berikut ini adalah hasil dari analisis hubungan antara indikator dan variabelnya:

Tabel 1.
Pengujian Convergent validity

	<i>Perceived usefulness</i>	<i>Subjective norm</i>	<i>Self-efficacy</i>	<i>Cashless payment usage</i>
PU1	0,857			
PU2	0,838			
PU3	0,795			
PU4	0,858			
PU5	0,884			
SN1		0,799		
SN2		0,829		
SN3		0,861		
SN4		0,917		
SN5		0,703		
SE1			0,855	
SE2			0,746	
SE3			0,814	
SE4			0,762	

SE5			0,875	
CPU1				0,934
CPU2				0,912
CPU3				0,917
CPU4				0,854
CPU5				0,879

Sumber: Data diolah 2025

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk merefleksikan dan mengungkapkan masing-masing variabelnya dianggap valid, karena faktor penampungan berada di atas 0,70. Variabel *perceived usefulness*, variabel *subjective norm*, variabel *self-efficacy*, dan variabel penggunaan pembayaran tanpa kartu kredit memiliki nilai penampungan luar yang lebih besar dari 0,70. Dengan demikian, hasilnya menunjukkan bahwa *convergent validity* telah dipenuhi.

Discriminat Validity

Proses cross-loading antara konstraknya menunjukkan diskreminat validitas indikator. Hasil perhitungan cross loading dapat dilihat sebagai berikut: konstruk laten menunjukkan bahwa indikator blok mereka lebih baik daripada indikator blok lainnya jika kolerasi konstruk dengan indikatornya lebih besar daripada kolerasi indikatornya.

Tabel 2.

Hasil Validitas diskriminan Dengan Cross Loading

	<i>Perceived usefulness</i>	<i>Subjective norm</i>	<i>Self-efficacy</i>	<i>Cashless payment usage</i>
PU1	0,857	0,679	0,626	0,674
PU2	0,838	0,583	0,604	0,621
PU3	0,795	0,532	0,613	0,481
PU4	0,858	0,622	0,606	0,683
PU5	0,884	0,583	0,648	0,573
SN1	0,491	0,799	0,515	0,512
SN2	0,656	0,829	0,608	0,578
SN3	0,564	0,861	0,558	0,604
SN4	0,667	0,917	0,618	0,673
SN5	0,542	0,703	0,439	0,405
SE1	0,681	0,640	0,855	0,614
SE2	0,451	0,426	0,746	0,556
SE3	0,639	0,532	0,814	0,565
SE4	0,518	0,466	0,762	0,617
CPU1	0,744	0,686	0,738	0,934
CPU2	0,630	0,577	0,691	0,912
CPU3	0,595	0,574	0,640	0,917
CPU4	0,657	0,633	0,627	0,854
CPU5	0,602	0,587	0,653	0,879
CPU1	0,744	0,686	0,738	0,934

Sumber: Data diolah 2025

menjelaskan bahwa semua indikator dapat dianggap valid karena nilai cross loading dari masing-masing indikator dari variabel yang saling berkaitan lebih besar daripada nilai cross loading dari masing-masing variabel.

Tabel 3.
Hasil Pengujian Validitas diskriminan Dengan Nilai AVE

Variabel Penelitian	AVE
<i>Perceived usefulness</i>	0,717
<i>Subjective norm</i>	0,680
<i>Self-efficacy</i>	0,659
<i>Cashless payment usage</i>	0,810

Sumber: Data diolah 2025

Dengan demikian, dapat dijelaskan bahwa nilai AVE dari variabel penggunaan pembayaran tanpa tunai, keefektifan diri, standar subjektif, dan kegunaan yang dianggap bermanfaat masing-masing memiliki nilai yang lebih besar dari 0,50, sehingga model dapat dianggap valid.

Reliability

Untuk mengetahui reliabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksif, ada dua metode yang dapat digunakan: reliabilitas komposit dan cronbach's alpha. Jika nilai reliabilitas komposit dan cronbach's alpha di atas 0,70, konstruk dianggap reliabel. Hasil uji reliabilitas konstruk PLS ditunjukkan sebagai berikut.

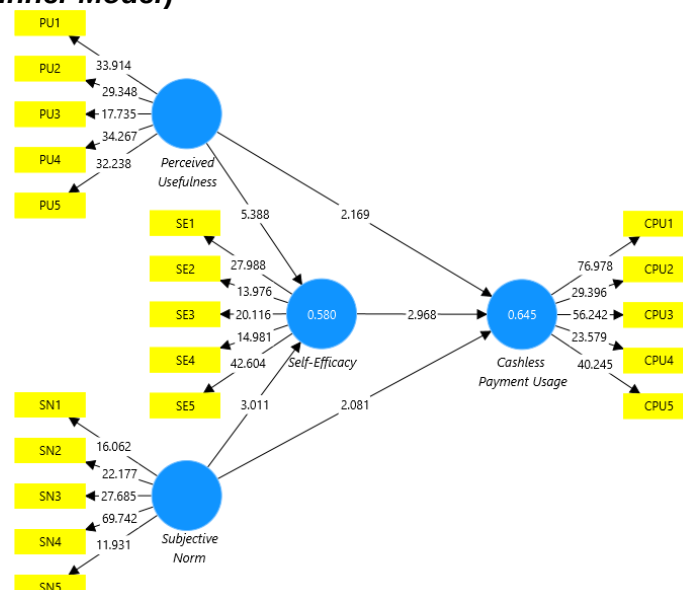
Tabel 4.
Hasil Pengujian Reliability

Variabel	Cronbachs Alpha	Composite Reliability	Keterangan
<i>Perceived usefulness</i>	0,901	0,927	Reliabel
<i>Subjective norm</i>	0,881	0,913	Reliabel
<i>Self-efficacy</i>	0,870	0,906	Reliabel
<i>Cashless payment usage</i>	0,941	0,955	Reliabel

Sumber: Data diolah 2025

Ada kemungkinan bahwa variabel memiliki reliabilitas yang baik, karena hasil gabungan reliabilitas dan cronbachs alpha untuk variabel perceived usefulness, subjective norm, self-efficacy, dan use of cashless payment semuanya di atas 0,70.

Model Struktural (Inner Model)



Gambar 2. Model Persamaan Struktural Penelitian
Sumber: Data diproses 2023

Model struktural diukur melalui uji pengaruh langsung dan analisis koefisien determinasi (R-Square). Dengan nilai R-Square 0,75, 0,50, dan 0,25, model dianggap kuat, moderat, dan lemah. Ini menunjukkan bahwa ada pengaruh substantif dari variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen.

Tabel 5.
Nilai R-square

Variabel	R Square
<i>Self-efficacy</i>	0,580
<i>Cashless payment usage</i>	0,645

Data diolah 2025

Nilai R-Square yang ditujukan di Tabel 5 menunjukkan self-efficacy sebesar 0,580, yang merupakan kategori moderat, dan penggunaan pembayaran tanpa tunai sebesar 0,645, yang juga merupakan kategori moderat. Berikut ini adalah hasil dari pengujian hipotesis penelitian ini.

Tabel 6.
Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Original sampel	t statistic	p values	Ket
<i>Perceived usefulness -> Self-efficacy</i>	0,516	5,388	0,000	Signifikan
<i>Subjective norm -> Self-efficacy</i>	0,303	3,011	0,003	Signifikan
<i>Perceived usefulness -> Cashless payment usage</i>	0,271	2,169	0,032	Signifikan
<i>Subjective norm -> Cashless payment usage</i>	0,222	2,081	0,040	Signifikan
<i>Self-efficacy -> Cashless payment usage</i>	0,400	2,968	0,004	Signifikan

Data diolah 2025

Sehubungan dengan hasil analisis PLS, dapat dilihat bagaimana masing-masing variabel eksogen mempengaruhi variabel endogen.

Pengaruh *Perceived usefulness* terhadap *Self-efficacy* dalam penggunaan sistem pembayaran digital

Hasil dari pengujian hipotesis pertama penelitian ini mengenai pengaruh perceived usefulness terhadap self-efficacy menunjukkan bahwa dalam penggunaan sistem pembayaran digital, nilai awal sampel sebesar 0,516, nilai p 0,000 kurang dari 0,05, dan nilai t statistik sebesar 2,968 lebih besar dari 1,96. Hasil menunjukkan bahwa ketika persepsi kegunaan layanan BI-FAST meningkat, self-efficacy dalam penggunaan sistem pembayaran digital juga meningkat. Oleh karena itu, hipotesis bahwa persepsi kegunaan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap self-efficacy dalam penggunaan sistem pembayaran digital dapat diterima.

Pengaruh *Subjective norm* terhadap *Self-efficacy* dalam penggunaan sistem pembayaran digital

Dengan nilai awal sampel 0,303, nilai p 0,003 < 0,05, dan nilai t statistik 3,011 lebih besar dari 1,96, hasil pengujian hipotesis keempat penelitian ini menunjukkan bahwa norma subjektif berdampak positif terhadap self-efficacy dalam penggunaan sistem pembayaran digital. Hasil menunjukkan bahwa ketika subjektif standar pengguna layanan BI-FAST meningkat, self-efficacy pengguna dalam penggunaan sistem pembayaran digital akan meningkat. Oleh karena itu, hipotesis bahwa pengaruh subjektif standar memiliki dampak positif yang signifikan terhadap self-efficacy dalam penggunaan sistem pembayaran digital dapat diterima.

Pengaruh *Perceived usefulness* terhadap *Cashless payment usage* dalam penggunaan sistem pembayaran digital

Dengan nilai awal sampel sebesar 0,271, nilai p sebesar 0,032 kurang dari 0,05, dan nilai t statistic sebesar 2,169 lebih besar dari 1,96, hasil pengujian hipotesis ketiga penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat secara positif berdampak pada penggunaan pembayaran tanpa tunai dalam sistem pembayaran digital. Hasil menunjukkan bahwa ketika persepsi kegunaan layanan BI-FAST meningkat, penggunaan pembayaran tunai menggunakan sistem pembayaran digital akan meningkat. Berdasarkan temuan ini, hipotesis pengaruh persepsi kegunaan yang signifikan dan positif terhadap penggunaan pembayaran tunai menggunakan sistem pembayaran digital dapat diterima.

Pengaruh *Subjective norm* terhadap *Cashless payment usage* dalam penggunaan sistem pembayaran digital

Hasil dari pengujian hipotesis keempat penelitian ini mengenai pengaruh norma subjektif terhadap penggunaan pembayaran tanpa tunai menunjukkan bahwa norma subjektif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan pembayaran tanpa tunai dalam sistem pembayaran digital; nilai awal sampel sebesar 0,222, dengan nilai p 0,040 kurang dari 0,05, dan nilai t statistic sebesar 2,081 lebih besar dari 1,96. Hasil menunjukkan bahwa ketika norma subjektif untuk penggunaan layanan BI-FAST meningkat, penggunaan pembayaran tanpa kartu akan meningkat. Berdasarkan temuan ini, hipotesis tentang pengaruh norma subjektif yang signifikan dan positif terhadap penggunaan pembayaran tanpa kartu dalam sistem pembayaran digital dapat diterima.

Pengaruh *Self-efficacy* terhadap *Cashless payment usage* dalam penggunaan sistem pembayaran digital

Hasil dari pengujian hipotesis kelima penelitian ini mengenai pengaruh self-efficacy terhadap penggunaan pembayaran tanpa tunai menunjukkan bahwa, dengan nilai awal sampel sebesar 0,400, nilai p 0,004 kurang dari 0,05, dan nilai t statistic sebesar 2,968 lebih besar dari 1,96, hasil menunjukkan bahwa pengguna BI-FAST memiliki tingkat keberhasilan yang lebih besar ketika menggunakan sistem pembayaran digital tanpa tunai.

5. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness*, *Subjective Norms*, dan *Self-Efficacy* berdampak positif pada penggunaan pembayaran tanpa tunai saat menggunakan sistem pembayaran digital. Dengan kata lain, persepsi kegunaan, dukungan sosial, dan keyakinan pengguna meningkat seiring dengan tingkat penggunaan layanan BI-FAST di Kota Denpasar. Untuk meningkatkan pengalaman pengguna, pengelola BI-FAST harus terus meningkatkan kecepatan dan stabilitas transaksi. Dengan sistem yang cepat, aman, dan andal, kepercayaan dan minat masyarakat untuk menggunakan BI-FAST akan meningkat.

REFERENSI

- Ariffin, S. K., Abd Rahman, M. F. R., Muhammad, A. M., & Zhang, Q. (2021). Understanding the consumer's intention to use the e-wallet services. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 25(3), 446-461.
- Davis, F. D. (1989). Technology acceptance model: TAM. *Al-Suqri, MN, Al-Aufi, AS: Information Seeking Behavior and Technology Adoption*, 205(219), 5.
- Gorshkov, V. (2022). Cashless payment in emerging markets: The case of Russia. *Asia and the Global Economy*, 2(1), 100033.
- Gupta, R., Ranjan, S., & Gupta, A. (2021). Consumer's Perceived Trust and Subjective Norms as Antecedents of Mobile Wallets Adoption and Continuance Intention: A

- Technology Acceptance Approach. In *Recent Advances in Technology Acceptance Models and Theories* (pp. 211-224). Cham: Springer International Publishing.
- Nguyen, G. D., & Dao, T. H. T. (2024). Factors influencing continuance intention to use mobile banking: an extended expectation-confirmation model with moderating role of trust. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 1-14
- Sari, F. K., Fadly, Y., & Ramadhan, P. R. (2022). The effect of changes in the value of conventional interbank transfers and digital banks in technological development. *Britain International of Humanities and Social Sciences (BioHS) Journal*, 4(2), 246-257.
- Sitepu, T., Lubis, A. N., Rini, E. S., & Sembiring, B. K. F. (2022). Determination of the Decision to Choose Non-Subsidized Home Ownership Loans at PT. Bank Tabungan Negara North Sumatra Region. *Quality-Access to Success*, 23(191).
- Siwi, M. K., Ritonga, M., Sofia, N., & Santoso, M. H. (2023, June). The influence of perceived usefulness, perceived ease of use, Internet self-efficacy, subjective norms and behavioral control on online purchasing decisions. In *Ninth Padang International Conference On Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship (PICEEBA 2022)* (pp. 514-521). Atlantis Press.
- Tian, Y., & Chan, T. J. (2024). Predictors of mobile payment use applications from the extended technology acceptance model: does self-efficacy and trust matter?. *Sage Open*, 14(4), 21582440241292525.
- Winarno, W. A., Imam, M. U., & Palupi, T. W. (2021). Perceived enjoyment, application self-efficacy, and subjective norms as determinants of behavior intention in using OVO applications. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business (JAFEB)*, 8(2), 1189-1200.