

Analisis Pengaruh *Digital Divide* Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* Di Kota Tangerang Selatan

Adli Hasan Eko Prasetyo¹, Refi Rifaldi Windya Giri²

¹ Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, adlihasan@student.telkomuniversity.ac.id

² Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, rifaldi@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesenjangan digital dalam penggunaan mobile banking di Kota Tangerang Selatan. Meskipun wilayah ini memiliki infrastruktur internet yang relatif memadai, tingkat adopsi mobile banking masih rendah. Kondisi ini mengindikasikan adanya ketimpangan digital yang tidak hanya dipengaruhi oleh aspek teknologi, tetapi juga faktor individu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Partial Least Square (PLS) untuk menguji keterkaitan antara motivasi, akses fisik dan material, keterampilan digital, penggunaan, serta outcome. Selain itu, penelitian ini juga menguji peran moderasi dari faktor demografis, yaitu usia, pendidikan, pendapatan, dan jenis kelamin, dalam memengaruhi hubungan antarvariabel tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi memiliki pengaruh signifikan terhadap akses, yang selanjutnya berdampak pada peningkatan keterampilan digital, penggunaan mobile banking, dan hasil yang diperoleh. Faktor usia dan pendidikan terbukti memoderasi sebagian hubungan, sedangkan pengaruh pendapatan dan jenis kelamin lebih bervariasi tergantung jalur hubungan. Temuan ini menegaskan bahwa kesenjangan digital lebih banyak dipengaruhi oleh perbedaan karakteristik individu daripada sekadar ketersediaan infrastruktur. Secara praktis, implikasi penelitian ini menekankan pentingnya strategi inklusif dari lembaga keuangan, khususnya melalui edukasi digital dan peningkatan motivasi agar adopsi mobile banking dapat lebih merata di masyarakat.

Kata Kunci- Kesenjangan Digital, Mobile Banking, SEM-PLS

I. PENDAHULUAN

Transformasi pada sektor ekonomi kearah digital telah memengaruhi cara masyarakat hidup. Kehadiran inovasi teknologi disruptif secara signifikan telah mengubah perilaku masyarakat dalam kehidupan sehari-hari (Santoso et al., 2020). Pertumbuhan teknologi yang terus meningkat pada era digital telah membawa kemudahan dan perubahan besar pada kehidupan manusia (Netia & Maya Irijayanti, 2024). Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat mengakses layanan keuangan, salah satunya melalui aplikasi mobile banking (Widanengsih, 2021). Layanan ini menawarkan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi tanpa harus datang ke bank. Namun, meskipun mobile banking memberikan banyak manfaat, tingkat penggunaannya di Indonesia masih tergolong rendah (Sensor Tower, 2024).

Hal ini terlihat dari jumlah unduhan mobile banking yang masih lebih sedikit dibandingkan aplikasi dompet digital, serta tidak sebanding dengan jumlah pengguna internet dan smartphone di Indonesia (Kemp, 2024; Sayogo, 2024). Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan digital, yaitu perbedaan kemampuan dan akses masyarakat dalam menggunakan teknologi (Van Dijk, 2020). Penelitian terkait telah dilakukan di beberapa kota, salah satunya Purwokerto yang dilakukan oleh (Sagita & Giri, 2023).

Kota Tangerang Selatan dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki infrastruktur internet yang memadai (BPS Kota Tangerang Selatan, 2024; Nperf, 2024), tingkat pendidikan yang tinggi (BPS Banten, 2024), serta pendapatan minimum yang relatif besar (BPS Kabupaten Pandeglang, 2024). Namun, adopsi mobile banking masih belum merata. Hal ini menunjukkan bahwa hambatan bukan hanya soal infrastruktur, tetapi juga melibatkan faktor lain seperti motivasi, keterampilan digital, serta usia, pendidikan, pendapatan, dan jenis kelamin pengguna (Van Dijk, 2020).

Dilakukannya penelitian ini untuk mengkaji faktor-faktor tersebut yang terkait dengan pemakaian *mobile banking* di Tangerang Selatan, serta mengevaluasi peran variabel demografis sebagai moderator. Dengan pendekatan teori Resources and Appropriation dari Van Dijk (2020).

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Pemasaran

Pemasaran merupakan aktivitas yang melibatkan pelanggan serta membangun hubungan yang baik serta bermanfaat dan saling menguntungkan. Secara garis besar, pemasaran dapat dipahami sebagai kegiatan dimana suatu individu dan organisasi saling berhubungan dengan tujuan untuk saling memenuhi kebutuhan dan kebutuhan kedua belah pihak. (Haris et al. 2020)

B. Perilaku Konsumen

Menurut Schiffman & Wisenblit (2019) perilaku konsumen merupakan suatu aktivitas untuk mempelajari alasan dibalik bagaimana individu atau konsumen membuat keputusan untuk memilih dan menggunakan sebuah produk. Tujuan dari mempelajari pola dan alasan dibalik bagaimana konsumen memilih suatu produk yaitu untuk membantu pemasar menemukan pola keinginan yang diinginkan oleh konsumen.

Perilaku Konsumen merupakan kajian mengenai bagaimana suatu individu atau kelompok yang disebut konsumen untuk membuat suatu keputusan dalam memilih (Solomon, 2019). Menurut Hoyer et al., (2023), perilaku konsumen mencakup lebih dari sekedar bagaimana seorang membeli produk.

C. Digital Divide

Kesenjangan digital merupakan fenomena yang terjadi akibat perbedaan akses dan kemampuan dalam menggunakan teknologi digital antara dua kelompok masyarakat (Dijk, 2020). Penelitian ini mengadopsi teori digital divide dari Van Dijk (2020) yang terdiri dari lima tahapan: motivation, physical & material access, skills, usage, dan outcomes. Tahap awal yaitu motivation mencerminkan kesiapan psikologis individu dalam mengakses teknologi. Tanpa motivasi, individu tidak akan melanjutkan ke tahap berikutnya, meskipun infrastruktur tersedia. Setelah itu, akses fisik terhadap perangkat digital menjadi syarat penting untuk mengembangkan digital skills, khususnya dalam penggunaan layanan mobile banking. Keterampilan ini diperlukan agar penggunaan teknologi berjalan efektif, sehingga dapat menghasilkan outcomes yang positif seperti kemudahan transaksi dan efisiensi waktu.

1 Motivation

Motivasi merupakan suatu rangsangan psikologis yang menggerakkan seseorang untuk melakukan tindakan demi mencapai tujuan atau keinginan tertentu yang diinginkan (Maliha et al., 2021). Dalam adopsi perangkat serta media digital, motivasi menentukan apakah seseorang tertarik untuk menggunakan hal tersebut atau tidak. Keputusan seseorang untuk membeli serta menggunakan perangkat digital dan juga keputusan seseorang untuk mengakses internet dipengaruhi oleh faktor psikologis, yaitu motivasi awal mereka (Dijk, 2020).

2 Physical and Material Access

Akses fisik merupakan kesempatan seseorang untuk dapat dengan mudah mengakses perangkat digital seperti ponsel atau komputer, baik di lingkungan pribadi maupun di lingkungan umum yang menyediakan fasilitas tersebut. Sedangkan akses material merupakan segala sesuatu yang dibutuhkan oleh seseorang untuk mendukung akses penggunaan terhadap media digital, seperti internet, listrik, dan perangkat lunak (Dijk, 2020). Menurut Rusito (2021), sebuah aplikasi yang membutuhkan internet untuk dapat menjalankannya haruslah terhubung dengan internet sesuai dengan protokol yang telah ditentukan untuk dapat berjalan.

3 Digital Skill

Digital skills memiliki pengertian sebagai kemampuan kognitif, pengetahuan, kecerdasan serta kemampuan teknis yang perlu dimiliki dan diperlukan seseorang untuk dapat menggunakan serta mengakses teknologi digital. Untuk dapat menggunakan teknologi digital dengan baik, seseorang tidak cukup dengan hanya mengerti pengetahuan dasar mengenai teknologinya, tetapi juga harus mampu untuk menganalisa serta memahami cara kerja pada teknologi tersebut. Tanpa kemampuan dan pemahaman digital yang baik seseorang tidak dapat menggunakan teknologi digital dengan benar (Dijk, 2020).

4 Usage

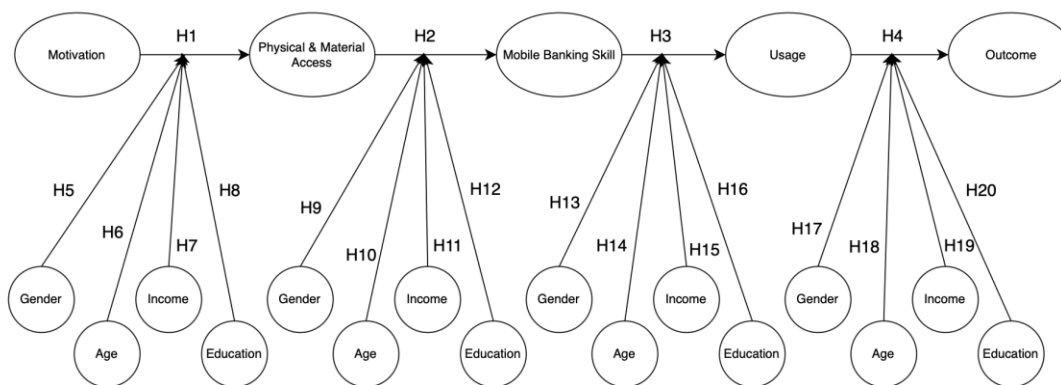
Penggunaan merupakan tujuan utama dari proses dalam penggunaan teknologi dan media digital untuk mencapai tujuan tertentu seperti melakukan komunikasi, bertransaksi dan mencari informasi. Hal ini merupakan fase yang terjadi apabila seseorang telah memiliki motivasi, akses fisik dan material dan juga keterampilan digital (Dijk, 2020).

5 Outcome

Hasil merupakan akhir dari tahapan-tahapan sebelumnya. Tujuan utama dari adanya tahapan ini adalah untuk menentukan hasil akhir setelah seseorang mampu menggunakan teknologi dan media digital, dengan begitu dapat diketahui apakah penggunaan teknologi dan media digital berpengaruh kepada hal positif atau negatif (Dijk, 2020)

D. Hipotesis dan Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan kerangka pemikiran yang diadaptasi dari buku *The Digital Divide* karya Jan van Dijk (2020). Kesenjangan digital merupakan fenomena yang masih banyak terjadi. Menurut Van Dijk (2020) untuk menjelaskan fenomena kesenjangan digital terdapat 5 variabel utama yang dapat menjadi sumber terjadinya fenomena tersebut dengan 4 variabel moderator. Adapun variabelnya adalah motivation, physical & material access, mobile banking skill, usage, outcome.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran
Sumber: Data Diolah Penulis (2024)

Pemilihan kerangka berpikir yang diadopsi dari teori digital divide yang dijabarkan oleh Van Dijk (2020) didasari oleh alasan bahwa teori ini lebih mampu menjelaskan fenomena yang ingin diteliti yaitu adopsi teknologi digital secara berjenjang, mulai dari aspek psikologis hingga dampak penggunaannya. Hal ini menjadi pembeda sekaligus keunggulan dibandingkan dengan model seperti UTAUT dan TAM yang lebih berfokus pada behavioral intention. Sebagai mana didukung juga oleh (Prasetyo et al., 2022) bahwa faktor psikologis menjadi faktor penting pada tahap awal adopsi digital. Berdasarkan penjelasan kerangka pemikiran dan tujuan penelitian, maka penulis merumuskan hipotesis seperti berikut:

- H1** : Motivation memiliki pengaruh terhadap physical and material access
- H2** : Physical and material access memiliki pengaruh terhadap mobile banking skill
- H3** : Mobile banking skill memiliki pengaruh terhadap usage
- H4** : Usage memiliki pengaruh terhadap outcome
- H5** : Gender memoderasi hubungan antara motivation terhadap physical and material access
- H6** : Age memoderasi hubungan antara motivation terhadap physical and material access
- H7** : Income memoderasi hubungan antara motivation terhadap physical and material access
- H8** : Education memoderasi hubungan antara motivation terhadap physical and material access
- H9** : Gender memoderasi hubungan antara physical and material access terhadap mobile banking skill

- H10** : Age memoderasi hubungan antara physical and material access terhadap mobile banking skill
H11 : Income memoderasi hubungan antara physical and material access terhadap mobile banking skill
H12 : Education memoderasi hubungan antara physical and material access terhadap mobile banking skill
H13 : Gender memoderasi hubungan antara mobile banking skill terhadap usage
H14 : Age memoderasi hubungan antara mobile banking skill terhadap usage
H15 : Income memoderasi hubungan antara mobile banking skill terhadap usage
H16 : Education memoderasi hubungan antara mobile banking skill terhadap usage
H17 : Gender memoderasi hubungan antara usage terhadap outcome
H18 : Age memoderasi hubungan antara usage terhadap outcome
H19 : Income memoderasi hubungan antara usage terhadap outcome
H20 : Education memoderasi hubungan antara usage terhadap outcome

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner daring kepada 385 responden pria yang memiliki niat membeli produk Kahf yang berdomisili Indonesia. penelitian deskriptif dan kausal karena dalam penelitian ini ingin menganalisis keterkaitan antar variabelnya dan menjelaskan hasil penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dan kausal, yaitu untuk menguji hubungan sebab-akibat antar variabel. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu, khususnya masyarakat yang berdomisili di Kota Tangerang Selatan dan merupakan pengguna aktif layanan mobile banking. Penelitian ini bersifat cross-sectional, di mana data dikumpulkan satu kali dalam periode tertentu melalui survei menggunakan kuesioner tertutup berskala Likert.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Tangerang Selatan pengguna mobile banking. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria: (1) berdomisili di Kota Tangerang Selatan, (2) berusia minimal 17 tahun, dan (3) menggunakan layanan mobile banking. Jumlah sampel ditentukan sebanyak 350 responden, mengacu pada kompleksitas model penelitian yang terdiri dari lebih dari tujuh konstruk.

Strategi pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form, yang disebarluaskan melalui media sosial. Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer yang diperoleh langsung dari hasil kuesioner, serta data sekunder yang berasal dari buku, jurnal ilmiah, dan situs web relevan.

Analisis data dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu analisis deskriptif dan analisis kausal. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik data responden dan jawaban mereka terhadap tiap indikator. Selanjutnya, analisis kausal dilakukan menggunakan metode Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM), yang cocok untuk model bersifat prediktif dan kompleks. Evaluasi model dilakukan dalam dua tahap, yaitu outer model untuk menguji validitas dan reliabilitas indikator, serta inner model untuk mengkaji hubungan antar konstruk melalui nilai R^2 , Q^2 , path coefficient, dan effect size (f^2 dan q^2).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	115	32,9%
	Perempuan	235	67,1%
Usia	17-23 tahun	42	12,0%
	24-39 tahun	254	72,6%
	40-55 tahun	49	14,0%
	56-74 tahun	5	1,4%
Pendidikan	SMA/K sederajat	17	4,9%
	Diploma	99	28,3%
	Sarjana	234	66,9%
Penghasilan	< Rp. 2.700.000	80	22,9%

Rp2.700.001 - Rp5.000.000	205	58,6%
Rp5.000.001 - Rp10.000.000	46	13,1%
> 10.000.000	19	5,4%

Berdasarkan data karakteristik responden yang diperoleh dari 350 responden, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan (67,1%), sementara laki-laki berjumlah 32,9%. Sebagian besar responden berada pada rentang usia 24–39 tahun (72,6%), diikuti oleh kelompok usia 40–55 tahun (14%), 17–23 tahun (12%), dan sisanya 56–74 tahun (1,4%). Dari segi pendidikan, mayoritas responden merupakan lulusan sarjana (66,9%), kemudian diploma (28,3%), dan SMA/ sederajat (4,9%). Sementara itu, penghasilan bulanan responden sebagian besar berada pada kisaran Rp2.700.001–Rp5.000.000 (58,6%), disusul oleh kelompok berpenghasilan <Rp2.700.000 (22,9%), Rp5.000.001–Rp10.000.000 (13,1%), dan di atas Rp10.000.000 (5,4%).

4.2 Hasil Uji Outer Model

4.2.1 Hasil Uji Convergent Validity

Tabel 2 Hasil *Loading Factor* dan AVE

Variabel	Ind.	Faktor Loading	AVE	Kesimpulan
<i>Motivation</i>	MOT1	0,783	0,609	Valid
	MOT2	0,832		Valid
	MOT3	0,723		Valid
	MOT4	0,796		Valid
	MOT5	0,765		Valid
<i>Phsyical & Material Access</i>	PM1	0,843	0,604	Valid
	PM2	0,761		Valid
	PM3	0,740		Valid
	PM4	0,761		Valid
<i>Mobile Banking Skill</i>	MB1	0,823	0,593	Valid
	MB2	0,723		Valid
	MB3	0,796		Valid
	MB4	0,715		Valid
	MB5	0,740		Valid
	MB6	0,755		Valid
	MB7	0,750		Valid
	MB8	0,836		Valid
	MB9	0,760		Valid
	MB10	0,775		Valid
	MB11	0,791		Valid
<i>Usage</i>	USE1	0,786	0,592	Valid
	USE2	0,801		Valid
	USE3	0,761		Valid
	USE4	0,717		Valid
	USE5	0,788		Valid

	USE6	0,763		Valid
<i>Outcome</i>	OUT1	0,745	0,592	Valid
	OUT2	0,800		Valid
	OUT3	0,799		Valid
	OUT4	0,738		Valid
	OUT5	0,722		Valid
	OUT6	0,730		Valid
	OUT7	0,753		Valid
	OUT8	0,859		Valid
	OUT9	0,794		Valid
	OUT10	0,759		Valid
	OUT11	0,720		Valid
	OUT12	0,801		Valid

Hasil pengujian validitas konstruk melalui nilai loading factor menunjukkan bahwa seluruh indikator pada kelima variabel penelitian, yaitu Motivation, Physical & Material Access, Mobile Banking Skill, Usage, dan Outcome, memiliki nilai di atas 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator valid dalam mengukur konstruk masing-masing. Selain itu, nilai Average Variance Extracted (AVE) untuk seluruh variabel juga berada di atas ambang batas minimum 0,5, yakni Motivation (0,609), Physical & Material Access (0,604), Mobile Banking Skill (0,593), Usage (0,592), dan Outcome (0,592). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas konvergen dan layak untuk digunakan dalam analisis lanjutan.

4.2.2 Hasil Uji *Discriminant Validity*

Konstruk	<i>Mobile Banking Skill</i>	<i>Motivation</i>	<i>Outcome</i>	<i>Physical & Material Access</i>	<i>Usage</i>
<i>Mobile Banking Skill</i>	0,770				
<i>Motivation</i>	0,702	0,781			
<i>Outcome</i>	0,745	0,693	0,769		
<i>Physical & Material Access</i>	0,694	0,555	0,584	0,777	
<i>Usage</i>	0,675	0,622	0,684	0,449	0,770

Berdasarkan hasil uji discriminant validity pada tabel di atas, seluruh konstruk menunjukkan nilai akar kuadrat Average Variance Extracted (AVE) (ditandai dengan angka tebal diagonal) lebih tinggi dibandingkan korelasi antar konstruk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing konstruk memiliki validitas diskriminan yang baik, artinya setiap konstruk dalam model dapat dibedakan secara jelas dari konstruk lainnya. Validitas diskriminan yang memadai ini memperkuat keandalan model pengukuran dalam penelitian ini.

Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)	
Education <-> Age	0.207
Income <-> Age	0.247
Income <-> Education	0.088
MB <-> Age	0.091
MB <-> Education	0.204

MB <-> Income	0.054
MOT <-> Age	0.073
MOT <-> Education	0.142
MOT <-> Income	0.069
MOT <-> MB	0.794
OUT <-> Age	0.088
OUT <-> Education	0.155
OUT <-> Income	0.028
OUT <-> MB	0.796
OUT <-> MOT	0.780
PM <-> Age	0.071
PM <-> Education	0.159
PM <-> Income	0.080
PM <-> MB	0.809
PM <-> MOT	0.684
PM <-> OUT	0.682
USE <-> Age	0.116
USE <-> Education	0.189
USE <-> Income	0.102
USE <-> MB	0.753
USE <-> MOT	0.732
USE <-> OUT	0.757
USE <-> PM	0.542
Gender <-> Age	0.082
Gender <-> Education	0.077
Gender <-> Income	0.062
Gender <-> MB	0.042
Gender <-> MOT	0.072
Gender <-> OUT	0.107
Gender <-> PM	0.018
Gender <-> USE	0.051

Nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) harus memiliki angka dibawah 0,85 atau 0,90. Dan data diatas menunjukan bahwa angka-angka dibawah 0,85 atau 0,90.

4.2.3 Hasil Uji Reliabilitas

Konstruk	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho _a)	Kesimpulan
<i>Motivation</i>	0,839	0,842	Reliabel
<i>Physical & Material Access</i>	0,780	0,786	Reliabel
<i>Mobile Banking Skill</i>	0,931	0,933	Reliabel
<i>Usage</i>	0,862	0,864	Reliabel
<i>Outcome</i>	0,937	0,939	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, seluruh konstruk dalam penelitian ini memiliki nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability (rho_A) di atas ambang batas minimum 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan untuk masing-masing konstruk—*Motivation*, *Physical & Material Access*, *Mobile*

Banking Skill, Usage, dan Outcome—memiliki tingkat konsistensi internal yang baik dan dapat diandalkan. Dengan demikian, seluruh konstruk dinyatakan reliabel.

4.3 Hasil Uji Inner Model

4.3.1 R-Square

Variabel Endogen	R-square	R-square adjusted
<i>Physical & Material Access</i>	0,334	0,317
<i>Mobile Banking Skill</i>	0,496	0,483
<i>Usage</i>	0,489	0,475
<i>Outcome</i>	0,491	0,477

Berdasarkan hasil uji R-Square, diketahui bahwa seluruh variabel endogen dalam model memiliki nilai R-square yang menunjukkan tingkat kemampuan prediksi dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R-square tertinggi terdapat pada variabel *Mobile Banking Skill* (0,496), diikuti oleh *Outcome* (0,491), *Usage* (0,489), dan *Physical & Material Access* (0,334). Hal ini menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang cukup baik.

4.3.2 Q-Square

Variabel Endogen	Q ²	Keterangan
<i>Mobile Banking Skill</i>	0,391	Memiliki predictive relevance
<i>Outcome</i>	0,211	Memiliki predictive relevance
<i>Physical & Material Access</i>	0,296	Memiliki predictive relevance
<i>Usage</i>	0,259	Memiliki predictive relevance

Berdasarkan hasil uji Q-Square, seluruh variabel endogen dalam model *Mobile Banking Skill*, *Physical & Material Access*, *Usage*, dan *Outcome* memiliki nilai Q² di atas 0, yang berarti masing-masing variabel memiliki predictive relevance. Nilai Q² tertinggi terdapat pada *Mobile Banking Skill* (0,391), menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang paling kuat terhadap variabel tersebut. Secara keseluruhan, hasil ini mengindikasikan bahwa model struktural yang digunakan dalam penelitian ini mampu memprediksi variabel-variabel endogen secara relevan.

4.3.3 F-Square

Hipotesis	f-square	Kategori
<i>Motivation -> Physical & Material Access</i>	0,319	Sedang
<i>Physical & Material Access -> Mobile Banking Skill</i>	0,736	Besar
<i>Mobile Banking Skill -> Usage</i>	0,693	Besar
<i>Usage -> Outcome</i>	0,709	Besar
<i>Gender x Motivation -> Physical & Material Access</i>	0,005	Lemah

<i>Age x Motivation -> Physical & Material Access</i>	0,020	Lemah
<i>Income x Motivation -> Physical & Material Access</i>	0,000	Lemah
<i>Education x Motivation -> Physical & Material Access</i>	0,001	Lemah
<i>Gender x Physical & Material Access -> Mobile Banking Skill</i>	0,000	Lemah
<i>Age x Physical & Material Access -> Mobile Banking Skill</i>	0,001	Lemah
<i>Income x Physical & Material Access -> Mobile Banking Skill</i>	0,008	Lemah
<i>Education x Physical & Material Access -> Mobile Banking Skill</i>	0,000	Lemah
<i>Gender x Mobile Banking Skill -> Usage</i>	0,011	Lemah
<i>Age x Mobile Banking Skill -> Usage</i>	0,017	Lemah
<i>Income x Mobile Banking Skill -> Usage</i>	0,009	Lemah
<i>Education x Mobile Banking Skill -> Usage</i>	0,006	Lemah
<i>Gender x Usage -> Outcome</i>	0,000	Lemah
<i>Age x Usage -> Outcome</i>	0,003	Lemah
<i>Income x Usage -> Outcome</i>	0,019	Lemah
<i>Education x Usage -> Outcome</i>	0,001	Lemah

Berdasarkan hasil uji F-Square, ditemukan bahwa beberapa hubungan antar variabel memiliki efek ukuran yang signifikan. Tiga hubungan menunjukkan efek besar, yaitu *Physical & Material Access* → *Mobile Banking Skill* (0,736), *Mobile Banking Skill* terhadap *Usage* (0,693), dan *Usage* terhadap *Outcome* (0,709). Sementara itu, *Motivation* terhadap *Physical & Material Access* memiliki efek sedang (0,319). Namun, sebagian besar interaksi moderasi, seperti interaksi antara jenis kelamin, usia, pendapatan, dan pendidikan terhadap jalur-pengaruh utama, menunjukkan efek yang lemah (nilai f-square < 0,02). Hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh moderasi dari variabel demografis terhadap hubungan antar konstruk utama dalam model relatif kecil atau tidak signifikan.

4.4 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Path Coefficient	T statistics	P values	Kesimpulan
<i>Motivation -> Physical & Material Access (MOT ->PM)</i>	0,512	10,616	0,000	H0 ditolak, H1 diterima
<i>Physical & Material Access -> Mobile Banking Skill (PM->MB)</i>	0,679	15,839	0,000	H0 ditolak, H2 diterima
<i>Mobile Banking Skill -> Usage (MB->USE)</i>	0,674	13,805	0,000	H0 ditolak, H3 diterima
<i>Usage -> Outcome (USE->OUT)</i>	0,667	13,469	0,000	H0 ditolak, H4 diterima
<i>Gender x MOT ->PM</i>	-0,057	1,280	0,201	H0 diterima, H5 ditolak
<i>Age x MOT ->PM</i>	-0,159	2,408	0,016	H0 ditolak, H6 diterima
<i>Income x MOT ->PM</i>	-0,010	0,215	0,830	H0 diterima, H7 ditolak
<i>Education x MOT ->PM</i>	-0,036	0,593	0,553	H0 diterima, H8 ditolak

<i>Gender x PM->MB</i>	-0,004	0,096	0,923	H0 diterima, H9 ditolak
<i>Age x PM->MB</i>	-0,023	0,477	0,634	H0 diterima, H10 ditolak
<i>Income x PM->MB</i>	0,075	1,510	0,131	H0 diterima, H11 ditolak
<i>Education x PM->MB</i>	0,017	0,280	0,780	H0 diterima, H12 ditolak
<i>Gender x MB->USE</i>	0,075	1,588	0,112	H0 diterima, H13 ditolak
<i>Age x MB->USE</i>	0,128	3,330	0,001	H0 ditolak, H14 diterima
<i>Income x MB->USE</i>	-0,083	1,572	0,116	H0 diterima, H15 ditolak
<i>Education x MB->USE</i>	0,074	1,373	0,170	H0 diterima, H16 ditolak
<i>Gender x USE -> OUT</i>	0,005	0,096	0,923	H0 diterima, H17 ditolak
<i>Age x USE -> OUT</i>	-0,065	0,690	0,490	H0 diterima, H18 ditolak
<i>Income x USE -> OUT</i>	-0,115	2,121	0,034	H0 ditolak, H19 diterima
<i>Education x USE -> OUT</i>	-0,032	0,445	0,656	H0 diterima, H20 ditolak

4.5 Analisis Hasil Penelitian

Hasil analisis menggunakan metode Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menunjukkan bahwa seluruh konstruk utama, yakni Motivation, Physical & Material Access, Mobile Banking Skill, Usage, dan Outcome, memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas yang baik. Nilai loading factor seluruh indikator berada di atas 0,7 dengan nilai Average Variance Extracted (AVE) melebihi 0,5, sedangkan nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability seluruh konstruk berada di atas 0,70, sehingga instrumen pengukuran dinyatakan valid dan reliabel.

Uji inner model mengonfirmasi bahwa hubungan jalur utama dalam kerangka Resource and Appropriation Theory Van Dijk (2020) bersifat signifikan. Motivasi terbukti berpengaruh positif terhadap akses fisik dan material, yang selanjutnya berdampak signifikan terhadap keterampilan mobile banking. Keterampilan tersebut mendorong intensitas penggunaan (usage), yang pada akhirnya meningkatkan hasil atau manfaat (outcome) yang dirasakan. Nilai path coefficient yang tinggi pada setiap hubungan ini menunjukkan bahwa adopsi mobile banking mengikuti proses bertahap dari motivasi hingga hasil penggunaan.

Analisis effect size (f^2) mengungkapkan bahwa hubungan Physical & Material Access terhadap Mobile Banking Skill, Mobile Banking Skill terhadap Usage, dan Usage terhadap Outcome memiliki pengaruh besar, sementara Motivation terhadap Physical & Material Access memiliki pengaruh sedang. Sebaliknya, sebagian besar hubungan moderasi yang melibatkan variabel demografis—gender, usia, pendidikan, dan pendapatan—menunjukkan pengaruh yang lemah, dengan pengecualian usia yang memoderasi hubungan Motivation → Physical & Material Access dan Mobile Banking Skill → Usage, serta pendapatan yang memoderasi hubungan Usage → Outcome.

Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun infrastruktur digital di Tangerang Selatan relatif memadai, keberhasilan adopsi mobile banking lebih ditentukan oleh faktor individu seperti motivasi, keterampilan digital, dan persepsi manfaat, dibandingkan faktor demografis secara umum. Usia dan pendapatan berperan pada jalur tertentu, tetapi tidak menjadi determinan utama pada keseluruhan model. Hal tersebut juga serupa dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Hanifah & Giri, 2022) di kota Jakarta dengan kota yang karakteristiknya mirip dengan Tangerang Selatan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini membuktikan bahwa kerangka Resource and Appropriation Theory mampu menjelaskan adopsi mobile banking di Kota Tangerang Selatan melalui lima tahapan: motivasi, akses fisik dan material, keterampilan digital, penggunaan, dan hasil penggunaan. Setiap tahapan saling terkait secara signifikan dan membentuk jalur adopsi yang konsisten dengan teori.

Motivasi menjadi pemicu awal yang mendorong akses, keterampilan digital memfasilitasi penggunaan, dan penggunaan yang intens menghasilkan manfaat yang lebih besar. Faktor usia berpengaruh dalam memperkuat atau melemahkan hubungan pada jalur tertentu, sementara pendapatan memengaruhi sejauh mana penggunaan menghasilkan manfaat. Gender dan pendidikan tidak menunjukkan efek moderasi yang signifikan, mengindikasikan adanya pemerataan akses dan literasi digital di wilayah penelitian.

B. Saran

5.2.1 Saran Praktis

Secara praktis, penyedia layanan mobile banking disarankan untuk merancang strategi peningkatan motivasi dan keterampilan digital pengguna melalui program edukasi yang terstruktur, seperti pelatihan daring, panduan interaktif, dan sosialisasi keamanan transaksi. Optimalisasi desain aplikasi yang ringan, ramah pengguna lintas usia, serta penambahan fitur seperti mode senior atau layanan bantuan cepat (help desk) akan meningkatkan kenyamanan dan rasa percaya diri pengguna. Bagi segmen berpendapatan tinggi, pengembangan fitur premium yang relevan dapat meningkatkan persepsi manfaat.

5.2.2 Saran Akademis

Secara akademis, penelitian selanjutnya dapat diperluas pada konteks wilayah dengan karakteristik sosial-ekonomi yang berbeda, termasuk daerah rural, untuk menguji generalisasi model. Selain itu, penerapan model serupa dapat dilakukan pada layanan digital lainnya seperti e-health, e-education, e-commerce, atau layanan publik digital, guna memahami peran kesenjangan digital pada berbagai sektor layanan. Pengujian hubungan kausal secara lebih mendalam dengan pendekatan longitudinal juga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika adopsi teknologi digital.

REFERENSI

- BPS. (2024). [Metode Baru] Rata-rata Lama Sekolah (Tahun), 2022-2024.
- BPS Kabupaten Pandeglang. (2024). Upah Minimum Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Banten (Rupiah), 2023-2024.
- BPS Provinsi Banten. (2023b). Upah Minimum Kabupaten/Kota per Bulan di Provinsi Banten (Rupiah), 2023.
- Dijk, J. V. (2020). *The Digital Divide*. Polity Press.
- Ghaniyyah, A. Z. S., & Giri, R. R. W. (2024). Digital Divide dalam Adopsi Mobile Banking di Kota Purbalingga: SOLUTIONS IN INDONESIA'S MOBILE BANKING ADOPTION [Doctoral Dissertation / PhD Thesis]. University of Twente.
- Giri, R. R. W., Santoso, B. R., Mustikasari, A., & Bratawisnu, M. K. (2017). Consumer perceptual mapping towards e-banking channel: A study of bank BRI customer in Indonesia. In 2017 5th International Conference on Information and Communication Technology (ICoICT7) (pp. 1-4). IEEE.
- Giri, R. R. W., & Wellang. (2016). SOCIAL SCIENCES & HUMANITIES Impact of Website Design, Trust, and Internet Skill on the Behaviour Use of Site Internet Banking in Bandung Raya: A Modification of the Utaut Model. *Pertanika J. Soc. Sci. & Hum*, 24, 35–50.
- Giri, R. R. W., Wanda, V., & Irawan, H. (2019). Internet banking adoption analysis in Medan and Bandung City using the unified theory of use and acceptance of technology (UTAUT) model with culture as moderator. In 1st International Conference on Economics, Business, Entrepreneurship, and Finance (ICEBEF 2018) (pp. 697-702). Atlantis Press.

- Haris, Kotler, P., Armstrong, G., & He, H. (2020). *PRINCIPLES OF MARKETING EIGHTH EUROPE AN EDITION* (8th ed.). Pearson. www.pearson.com/uk
- Hoyer, W. D., MacInnis, D. J., & Pieters, R. (2023). *Consumer Behaviour* (8th ed.). Cengage.
- Kemp, S. (2024). *DIGITAL 2024: INDONESIA*.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Malihah, L., Yulian Ma, M., Adi Riswan Al Mubarak, M., Amalia Institut Agama Islam Darussalam, R., & Selatan, K. (2021). Analisis SWOT Terhadap Motivasi Penggunaan Transaksi Non Tunai (E-Money Syariah) oleh Pelaku UMKM (Studi Pada Pelaku UMKM di Sekitar Lingkungan Kampus IAI Darussalam Martapura). *MUSYARAKAH: Journal of Sharia Economics (MJSE)*, 1(2), 89–99. <http://journal.umpo.ac.id/index.php/musyarakah>.
- Netia, & Maya Irfayanti. (2024). Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction pada Aplikasi Tokopedia. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(8). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i8.4087>
- Prasetio, A., Rahman, D. A., Sary, F. P., Pasaribu, R. D., & Sutjipto, M. R. (2022). The role of Instagram social media marketing activities and brand equity towards airlines customer response. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1195–1200. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.6.014>
- Nperf. (2024). Telkomsel's 3G / 4G / 5G coverage map in Indonesia.
- Santoso, W., Sitorus, P. M., Batunanggar, S., Krisanti, F. T., Anggadwita, G., & Alamsyah, A. (2020). Talent mapping: a strategic approach toward digitalization initiatives in the banking and financial technology (FinTech) industry in Indonesia. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 12(3), 399–420. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-04-2020-0075>
- Sayogo, F. (2024). Ringkasan Eksekutif Distribusi Simpanan Bank Umum Mei 2024.
- Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior*. Pearson Education.
- Sensor Tower. (2024). *State of Mobile 2024*. Sensor Tower. <https://sensortower.com/state-of-mobile-2024>
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 (1st ed.). ANDI.
- Solomon, M. R. (2019). *Consumer Behaviour: Buying, Having, and Being*. Pearson. www.pearson.com/mylab/marketing
- Hanifah, D., & Giri, R. R. W. (2022). Analisis Pengaruh Digital Divide terhadap Penggunaan Mobile Banking di DKI Jakarta. In *YUME : Journal of Management* (Vol. 6, Issue 1).
- Prasetio, A., Rahman, D. A., Sary, F. P., Pasaribu, R. D., & Sutjipto, M. R. (2022). The role of Instagram social media marketing activities and brand equity towards airlines customer response. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1195–1200. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.6.014>
- Varas Sagita, D., Rifaldi, R., & Giri, W. (2023). Analisis Digital Divide Terhadap Penggunaan Mobile Banking di Kota Purwokerto. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 156–168.