

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

5.1.1 Profil Responden

Berdasarkan penelitian ini total responden yang berhasil diperoleh sebanyak 217 orang, akan tetapi hanya 200 orang yang memenuhi kriteria dan dapat dilanjutkan untuk diolah, usia responden pada penelitian ini mulai dari umur 15 tahun sampai 26 tahun.

5.2 Analisis Deskriptif Statistik

Hasil analisis deskriptif menyatakan bahwa responden memiliki pandangan yang baik terhadap kegunaan, kenyamanan, keamanan, kepuasan pelanggan, dan niat untuk menggunakan kembali. Melalui hasil analisis deskriptif diketahui juga bahwa jawaban responden untuk seluruh variabel relatif sama atau identik.

5.3 Hasil Pembuktian Hipotesis

5.3.1 Kegunaan Berpengaruh Terhadap Niat Untuk Menggunakan Kembali

Tidak terdapat pengaruh signifikan pada kegunaan terhadap niat untuk menggunakan kembali. Kesadaran akan kegunaan yang dirasakan ternyata tidak berhasil mengantarkan responden untuk memiliki niat menggunakan kembali di masa mendatang. Hipotesis ini ditolak karena waktu yang dibutuhkan menggunakan bank digital masih bergantung terhadap banyak faktor, suku bunga yang dimiliki bank digital maupun bank tradisional itu sama, dan bank digital BCA *Mobile* ini tidak bisa digunakan untuk layanan pinjaman. Hal ini menunjukkan bahwa kegunaan tidak mempengaruhi niat untuk menggunakan kembali.

5.3.2 Kenyamanan Berpengaruh Terhadap Niat Untuk Menggunakan Kembali

Terdapat pengaruh signifikan pada kenyamanan terhadap niat untuk menggunakan kembali. Kesadaran akan kenyamanan yang dirasa ternyata berhasil mengantarkan responden untuk memiliki niat menggunakan kembali di masa mendatang. Dalam akses saat menggunakan aplikasi *BCA Mobile* ini memiliki layanan yang memberikan kenyamanan kepada pelanggan, salah satunya seperti *BCA Mobile* dapat digunakan saat memiliki koneksi *online*. Hal ini menunjukkan bahwa kenyamanan mempengaruhi niat untuk menggunakan kembali.

5.3.3 Keamanan Berpengaruh Terhadap Niat Untuk Menggunakan Kembali

Tidak terdapat pengaruh signifikan pada keamanan terhadap niat untuk menggunakan kembali. Kesadaran akan keamanan yang dirasa ternyata tidak berhasil mengantarkan responden untuk memiliki niat menggunakan kembali di masa mendatang. Dikarenakan bank digital belum tentu aman dari ancaman serangan dunia maya, dan bank digital belum tentu aman dari penipuan keuangan daripada layanan bank tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa keamanan tidak mempengaruhi niat untuk menggunakan kembali.

5.3.4 Kegunaan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan

Terdapat pengaruh signifikan pada kegunaan terhadap kepuasan pelanggan. Kegunaan berkaitan dengan fasilitas yang diberikan perusahaan bank digital kepada pelanggan, kegunaan ini memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Dikarenakan nilai keseluruhan bank digital lebih memuaskan daripada bank tradisional, dan antarmuka pengguna bank digital lebih memuaskan. Hal ini menunjukkan bahwa kegunaan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

5.3.5 Kenyamanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tidak terdapat pengaruh signifikan pada kenyamanan terhadap kepuasan pelanggan. Kesadaran tentang persepsi kenyamanan yang dirasa ternyata tidak berhasil mengantarkan responden memiliki rasa kepuasan saat menggunakan bank digital. Pelanggan tidak mendapat kepuasan karena faktor layanan pinjaman tidak tersedia di bank digital *BCA Mobile*. Hal ini menunjukkan bahwa kenyamanan tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan.

5.3.6 Keamanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan

Terdapat pengaruh signifikan pada keamanan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel keamanan memberikan pengaruh positif pada kepuasan pelanggan saat menggunakan bank digital *BCA Mobile*. Ketika kesadaran akan faktor keamanan sudah terbentuk, maka pelanggan akan menimbulkan rasa yang puas karena mendapatkan apa yang diinginkan. Tingkat keamanan bank digital *BCA Mobile* ini memang dikategorikan sangat tinggi, karena banyak faktor untuk mengaksesnya, seperti *login* menggunakan akun dan *password*, serta kode verifikasi yang aman. Hal ini menunjukkan bahwa keamanan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

5.3.7 Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Niat Untuk Menggunakan Kembali

Terdapat pengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan terhadap niat untuk menggunakan kembali. Kepuasan Pelanggan memberikan pengaruh positif pada niat untuk menggunakan kembali bank digital *BCA Mobile*. Ketika kesadaran akan faktor kepuasan sudah terbentuk, maka pelanggan akan timbul niat untuk menggunakan kembali bank digital di masa mendatang. Ketika pelanggan sudah mendapatkan kepuasan dalam menggunakan bank digital *BCA Mobile* dengan layanan dan fasilitas yang memadai, maka mereka akan melakukan menggunakan kembali di masa yang akan datang dan memilihnya sebagai prioritas. Hal ini menunjukkan

bahwa kepuasan pelanggan mempengaruhi niat untuk menggunakan kembali.

5.4 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan beberapa informasi penting yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan *BCA Mobile* adalah kegunaan, kenyamanan, dan kepuasan pelanggan sangat mempengaruhi niat untuk menggunakan kembali. Oleh sebab itu perusahaan lebih meningkatkan dan mempertahankan hal tersebut supaya lebih banyak pelanggan yang tertarik dan memiliki niat untuk menggunakan kembali *BCA Mobile*.

5.5 Kelemahan Penelitian dan Saran

Dalam penelitian ini memiliki kelemahan pada variabel keamanan yang tidak mempengaruhi pelanggan memiliki niat untuk menggunakan kembali, karena Bank BCA ini sudah terkenal dengan keamanannya, sehingga responden sudah tidak meragukan lagi faktor keamanan yang dimiliki oleh *BCA Mobile*. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat merekrut sampel yang lebih banyak dan dapat menggunakan variabel tambahan guna memperluas temuan lain. Karena peneliti menggunakan desain survei *cross-sectional* berdasarkan penggunaan awal layanan bank digital, peneliti hanya dapat mengidentifikasi korelasi tetapi tidak hubungan sebab akibat antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlin, F. N., Ferdiana, R., & Fauziati, S. (2019). Current trend and literature on electronic CRM adoption review. *Journal of Physics: Conference Series*, 12–58.
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Simintiras, A. C. (2016). Jordanian consumers' adoption of telebanking: Influence of perceived usefulness, trust and self-efficacy. *International Journal of Bank Marketing*, 34(5), 690–709.
- Al-Dmour, H. H., Algharabat, R. S. , Khawaja, R., & Al-Dmour, R. H. (2019). Investigating the impact of ECRM success factors on business performance: Jordanian commercial banks. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 31(1), 105–127.
- Amin, M. (2016). Internet banking service quality and its implication on e-customer satisfaction and e-customer loyalty. *International Journal of Bank Marketing*, 34(3), 280–306.
- Anshori, M., & Iswati. (2017). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Airlangga University Press*.
- Arahita, C. L., & Hatammimi, J. (2015). Factors affecting the intention to reuse mobile banking service. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 4(4), 15–22.
- Bataineh, A. Q. (2015). The effect of E-CRM practices on E-wom on banks' SNSs: the mediating role of customer satisfaction . *International Business Research*, 8(5), 230–243.
- Bhatt, A., & Bhatt, S. (2016). Factors affecting customers adoption of mobile banking services. *The Journal of Internet Banking and Commerce*, 21(1), 161.
- Cajestan, M. (2018). Digital banking, customer experience and bank financial performance: UK customers' perceptions. *International Journal of Bank Marketing*, 36(2), 23–255.
- Chaluvadi, S., Raut, R., & Gardas, B. B. (2018). Measuring the performance efficiency of banks in a developing economy: the case study of Indian public sector vs private sector. *Benchmarking: An International Journal*, 25(2), 575–606.
- Choi, Y., & Sun, L. (2016). Reuse intention of third-party online payments: A focus on the sustainable factors of Alipay. *Sustainability*, 8(2), 147.
- Civelek, M. E. (2018). *Essentials Of Structural Equation Modeling*. Zea Books.
- Colton, D., & Covert, R. W. (2015). *Designing and Constructing Instruments for Social Research and Evaluation* (Hoboken). Wiley.
- Dharmmesta, B. S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. BPFE Universitas Gadjah Mada.
- Dootson, P., Beatson, A., & Drennan, J. (2016). Financial institutions using social media: Do consumers perceive value? *International Journal of Bank Marketing*, 34(1), 9–36.

- Faizah, N., & Sanaji, S. (2022). Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Loyalitas dengan Trust sebagai Variabel Intervening Terhadap Penggunaan Aplikasi Warung Pintar. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1989), 946–959.
- Garg, R., Rahman, Z., & Qureshi, M. N. (2014). Measuring customer experience in banks: Scale development and validation. *Journal of Modelling in Management*, 9(1), 87–117.
- George, A., & Kumar, G. S. G. (2014). Impact of service quality dimensions in internet banking on customer satisfaction. *Decision*, 41, 73–85.
- Hanafizadeh, P., Keating, B. W., & Khedmatgozar, H. R. (2014). A systematic review of Internet banking adoption. *Telematics and Informatics*, 31(3), 492–510.
- Huang, L. C., Gao, M., & Hsu, P. F. (2019). A Study on the Effect of Brand Image on Perceived Value and Repurchase Intention in Ecotourism Industry. *Foundation Environmental Protection & Research*, 8(107), 283–287.
- Jae, W. S. (2021). Mediating effect of satisfaction in the relationship between customer experience and intention to reuse digital banks in Korea. *Social Behavior and Personality*, 49(2). <https://doi.org/10.2224/SBP.9753>
- Jalaliyoon, N., Bakar, N. A., & Taherdoost, H. (2014). Marketization of higher education institute; identifying a set of performance measurements based on analytic hierarchy process. *Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology*, 8(8), 912–918.
- Jeong, E. G., & Park, H. S. (2018). An empirical study on the factors affecting intention to use of [sic] Internet-only bank: Based on UTAUT model. *Journal of Financial Services Consumers*, 8(2), 5–26.
- Jun, M., & Palacios, S. (2016). Examining the key dimensions of mobile banking service quality: an exploratory study. *International Journal of Bank Marketing*, 34(3), 307–326.
- Kamath, P., Pai, Y., & Prabhu, N. (2019). Building customer loyalty in retail banking: a serialmediation approach. *International Journal of Bank Marketing*, 38(2), 456–484.
- Kasmir. (2017). Customer Service Excellent: Teori dan Praktik. *Pt Rajagrafindo Persada*.
- Kazi, A. K. (2013). An empirical study of factors influencing adoption of Internet banking among students of higher education: Evidence from Pakistan. *International Journal of Finance & Banking Studies*, 2(2), 87–99.
- Keisidou, E., Sarigiannidis, L., Maditinos, D. I., & Thalassinou, E. I. (2013). Customer satisfaction, loyalty and financial performance: A holistic approach of the Greek banking sector. *International Journal of Bank Marketing*, 31(4), 259–288.
- Klaus, P., & Maklan, S. (2013). Towards a better measure of customer experience. *International Journal of Market Research*, 55(2), 227–246.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principle of marketing*. 17 th ed., Edinburgh Gate, Harlow, Essex, England: Pearson Education Limited.

- Latifah, N., Widayani, A., & Normawati, R. A. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen pada E- Commerce Shopee. *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1), 82.
- Lee, S. J. (2015). Financial focus: U.S. Internet primary bank permission case and implications. *Weekly Financial Brief*, 24(21), 12–13.
- Loureiro, S. M. C., Kaufmann, H. R., & Rabino, S. (2014). Intentions to use and recommend to others: An empirical study of *online* banking practices in Portugal and Austria. *Online Information Review*, 38(2), 186–208. <https://doi.org/10.1108/OIR-01-2012-0100>
- Maamri, H., & Triki, A. (2013). Distributors' knowledge sharing competency (DKSC): scale generation and development process. *Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology*, 3(3), 1–27.
- Makmuri, T. R. , & Harsono, S. (2018). The Effect of Trust and Service Quality on Loyalty Mediated by Customer Satisfaction at PT Bank Nusa Tenggara Timur, Waingapu Branch Office, Indonesia. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 6(9), 551–563.
- Martins, C., Oliveira, T., & Popovič, A. (2014). Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application. *International Journal of Information Management*, 34(1), 1–13.
- Mbama, C. I., Ezepue, P., Alboul, L., & Beer, M. (2018). Digital banking, customer experience and financial performance: UK bank managers' perceptions. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 12(4), 432–451. <https://doi.org/10.1108/JRIM-01-2018-0026>
- Mulyono, H., & Situmorang, S. H. (2018). E-CRM and loyalty: a mediation effect of customer experience and satisfaction in *online* transportation of Indonesia. *Academic Journal of Economic Studies*, 4(3), 96–105.
- Namahoot, K. S., & Laohavichien, T. (2018). Assessing the intentions to use Internet banking: The role of perceived risk and trust as mediating factors. *International Journal of Bank Marketing*, 36(2), 256–276.
- Oghuma, A. P., Chang, Y., Libaque-Saenz, C. F., Park, M. C., & Rho, J. J. (2015). Benefit-confirmation model for post-adoption behavior of *mobile* instant messaging applications: A comparative analysis of KakaoTalk and Joyn in Korea. *Telecommunications Policy*, 39(8), 658–677.
- Raina, S., Chahal, H., & Dutta, K. (2019). *Customer experience and its marketing outcomes in financial services: a multivariate approach* (H. , J. J. and W. J. in Chahal, Ed.; Eds). Understanding the Role of Business Analytics, Springer.
- Raza, S. A., Jawaid, S. T., Hassan, A., & Burton, B. (2015). Internet banking and customer satisfaction in Pakistan. *Qualitative Research in Financial Markets*, 7(1), 24–36.
- Sangjae, L., & Kun, C. L. (2020). Comparative Study of Service Quality on VIP Customer Satisfaction in Internet Banking: South Korea Case. *Sustainability*, 12(16), 6365. <https://doi.org/10.3390/su12166365>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* (8th ed.). John Wiley & Sons, Inc.

- Shah, M. H., Peikari, H. R., & Yasin, N. M. (2014). The determinants of individuals' perceived e-security: evidence from Malaysia. *International Journal of Information Management*, 34, 48–57.
- Shankar, A., & Kumari, P. (2016). Factors affecting mobile banking adoption behavior in India. *The Journal of Internet Banking and Commerce*, 21(1).
- Singh, T. (2013). *Security and Privacy Issues in E-Banking: An Empirical Study of Customers' Perception*. Indian Institute of Banking and Finance.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D – MPKK*. .
- Susanto, A., Chang, Y., & Ha, Y. (2016). Determinants of continuance intention to use the smartphone banking services: An extension to the expectation-confirmation model. *Industrial Management & Data Systems*, 116(3), 508–525.
- Syahputra, D., & Murwatiningsih. (2019). Building customer engagement through customer experience, customer trust and customer satisfaction in Kaligung train customers. *Management Analysis Journal*, 8(4), 350–359.
- Tam, C., & Oliveira, T. (2017). Literature review of mobile banking and individual performance. *International Journal of Bank Marketing*, 35(7), 1042–1065.
- Widayat, W., & Artika, S. Y. (2019). Kualitas Situs Web, Kepercayaan, Kepuasan dan Loyalitas Pembelanja Muda di Toko Online. *Jurnal Akademika*, 17(1), 1–8.
- Windi, & Ellyawati, J. (2015). Trust, Antecedent and Consequence in Online Shopping Context: Testing The Role of E-WOM as Moderating Effect. *International Journal of Management and Applied Science*, 1(5), 41–45.
- Zhang, Y., Chen, X., Liu, X., & Zhu, N. (2018). Exploring trust transfer between Internet enterprises and their affiliated Internet-only banks: An adoption study of Internet-only banks in China. *Chinese Management Studies*, 12(1), 56–78.

LAMPIRAN

KUESIONER

A. Petunjuk pengisian

Berilah tanda (O) pada jawaban yang akan dipilih pada kolom yang tersedia.

Keterangan:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

1. Jenis Kelamin:

- Laki-laki
- Perempuan

2. Usia Responden Generasi Z (dalam angka):

- 11-14 tahun
- 15-18 tahun
- 19-22 tahun
- 23-26 tahun

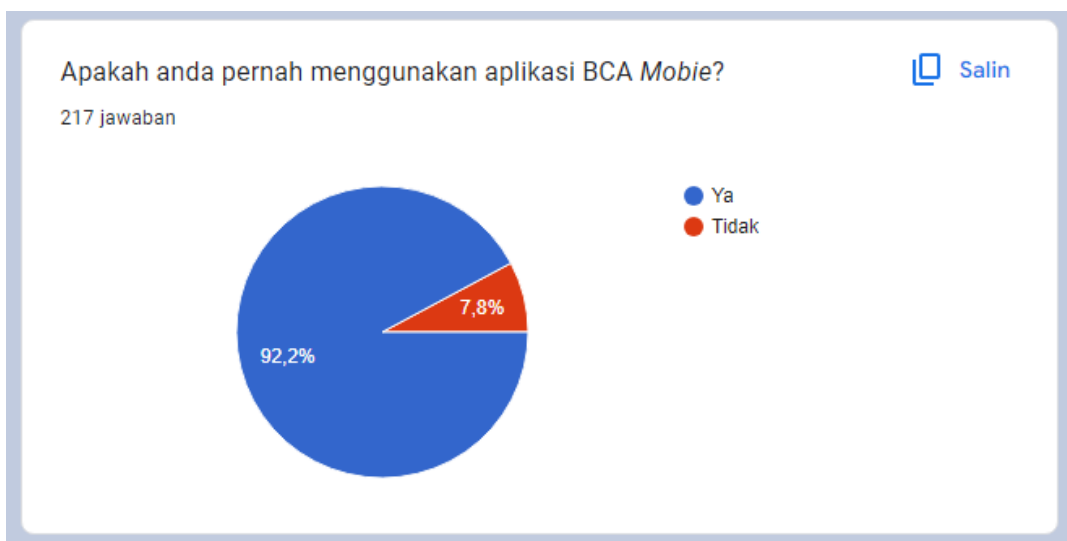
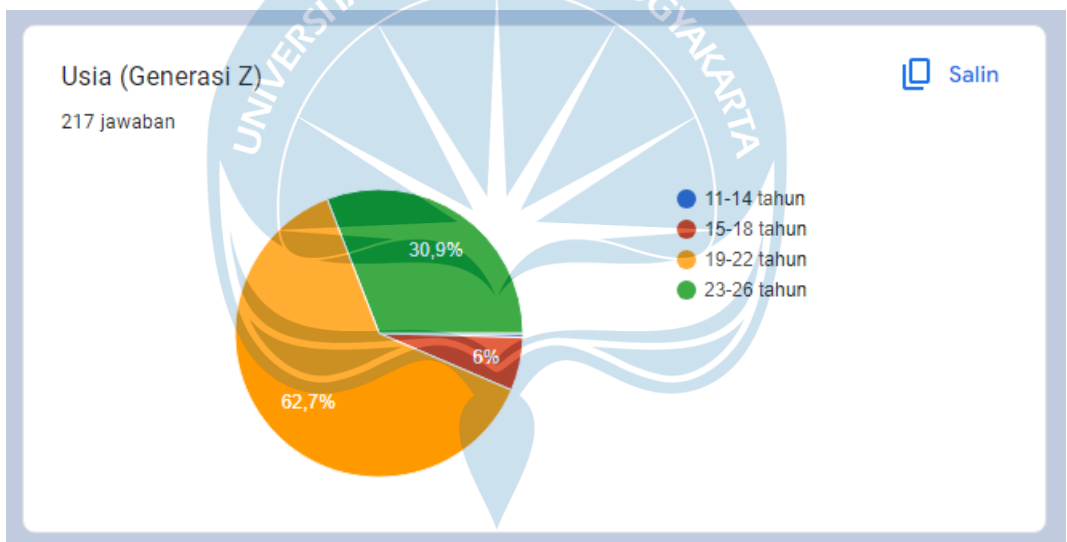
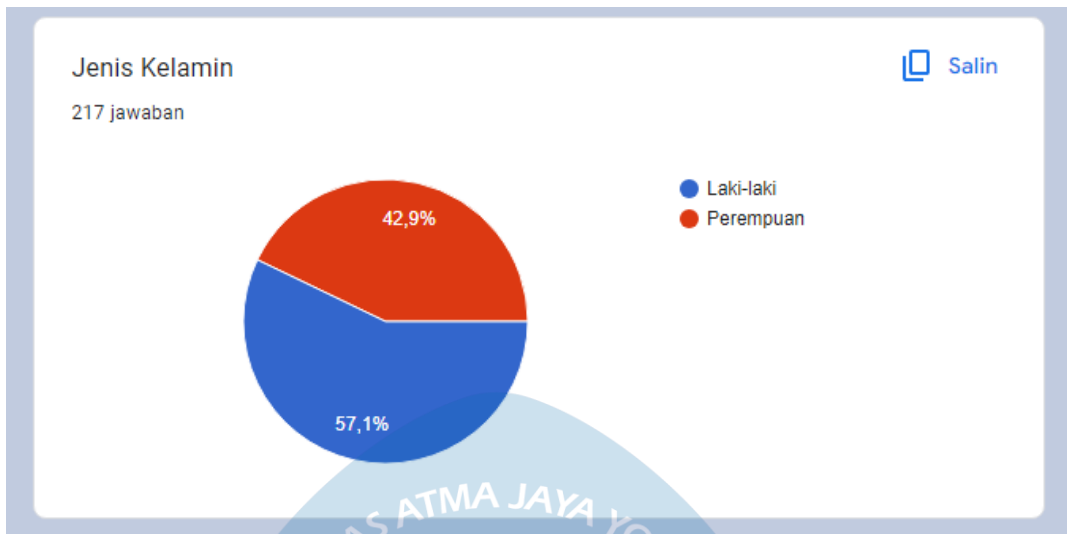
3. Apakah pernah menggunakan aplikasi *BCA Mobile*?

- YA
- Tidak

Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
<ul style="list-style-type: none">• Saya akan terus menggunakan layanan bank digital <i>BCA Mobile</i> di masa yang akan datang.• Saya akan sering menggunakan layanan bank digital <i>BCA Mobile</i>.• Saya akan menggunakan layanan bank digital <i>BCA Mobile</i> sebagai prioritas.					
<ul style="list-style-type: none">• Antarmuka pengguna bank digital lebih memuaskan daripada bank tradisional.• Layanan keuangan bank digital lebih memuaskan daripada bank tradisional.• Keseluruhan layanan bank digital lebih memuaskan					

daripada bank tradisional.					
<ul style="list-style-type: none"> • Waktu yang dibutuhkan untuk menggunakan layanan bank digital lebih cepat daripada layanan bank tradisional. • Bank digital cenderung menawarkan suku bunga yang istimewa dibandingkan dengan bank tradisional. • Bank digital lebih baik daripada bank tradisional karena <i>mobile banking</i> dapat digunakan untuk layanan deposit/penarikan/pinjaman. 					
<ul style="list-style-type: none"> • Layanan bank digital tidak merepotkan karena tidak menunggu daftar antrian. • Layanan bank digital tersedia melalui koneksi <i>online</i>, sehingga saya dapat menggunakan layanan keuangan tanpa mengunjungi bank. • Layanan bank digital nyaman karena pembayaran seluler dan layanan pinjaman tersedia. 					
<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keamanan <i>online</i> bank digital lebih tinggi daripada bank tradisional. • Bank digital lebih aman dari serangan dunia maya daripada layanan bank tradisional. • Bank digital lebih aman dari penipuan keuangan daripada layanan bank tradisional. 					

HASIL PENGISIAN KUESIONER

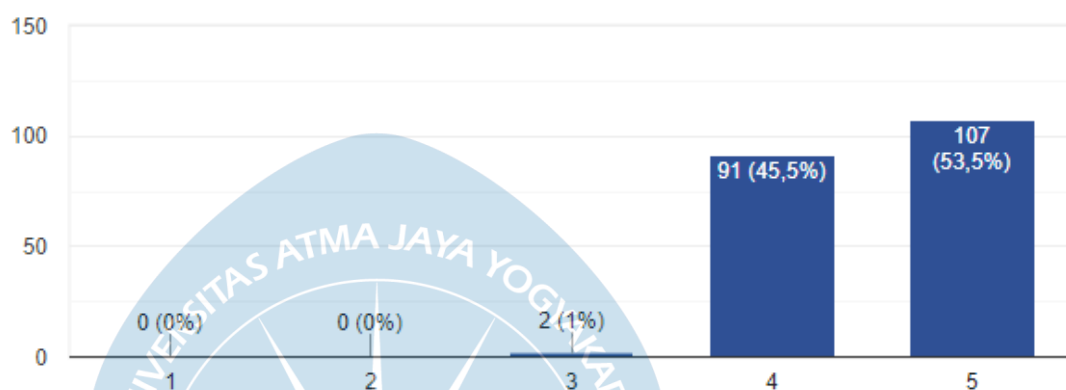


Niat Untuk Menggunakan Kembali

Saya akan terus menggunakan layanan bank digital BCA Mobile di masa yang akan datang

 Salin

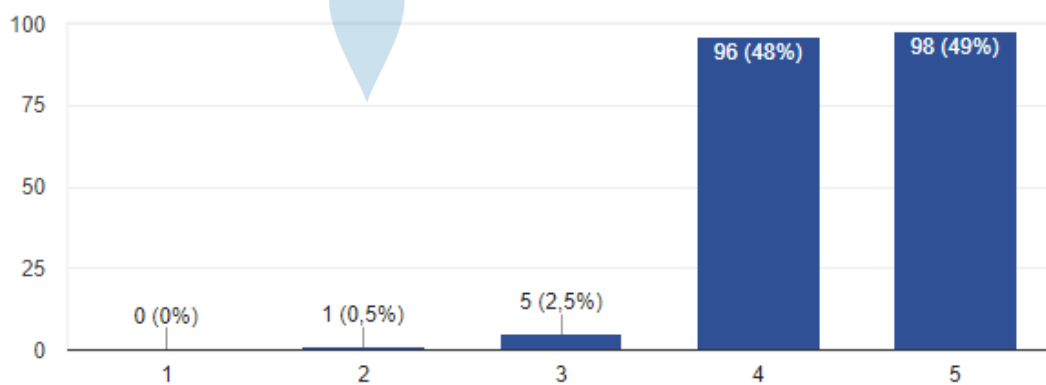
200 jawaban



Saya akan sering menggunakan layanan bank digital BCA Mobile

 Salin

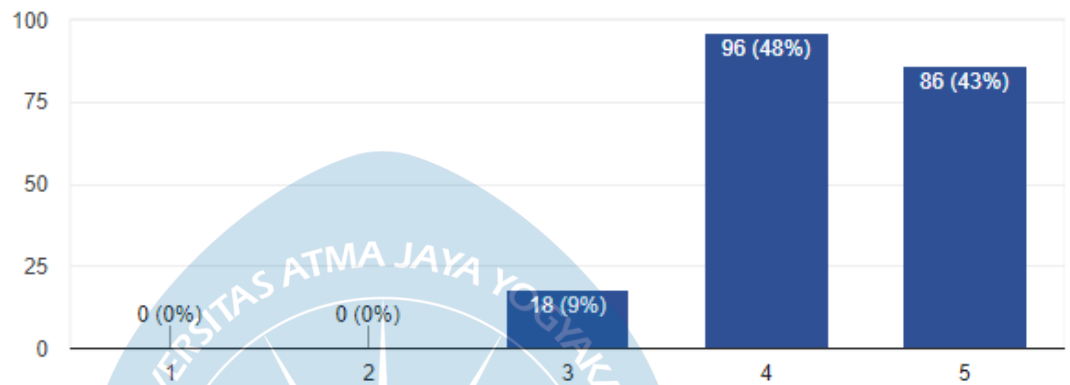
200 jawaban



Saya akan menggunakan layanan bank digital BCA Mobile sebagai prioritas

 Salin

200 jawaban

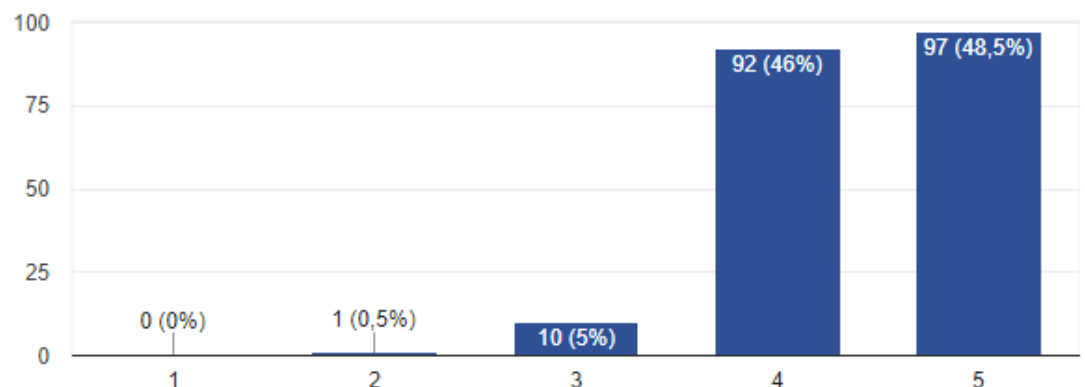


Kepuasan Pelanggan

Antarmuka pengguna bank digital lebih memuaskan daripada bank tradisional

 Salin

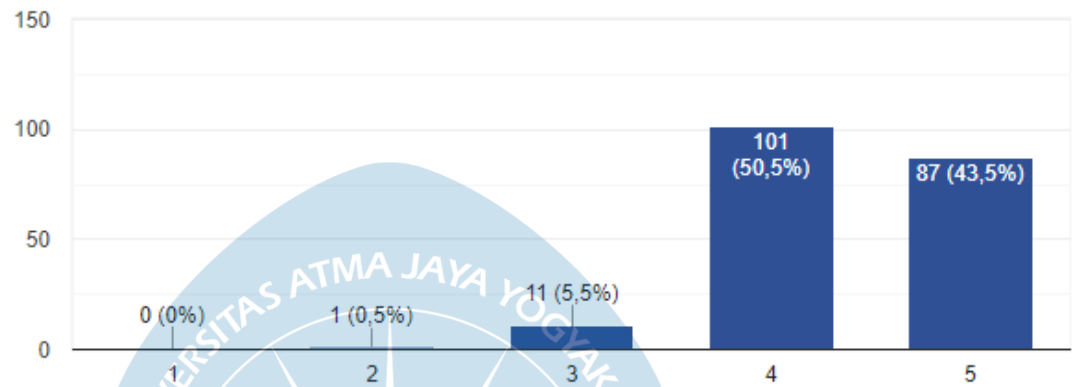
200 jawaban



Layanan keuangan bank digital lebih memuaskan daripada bank tradisional

Salin

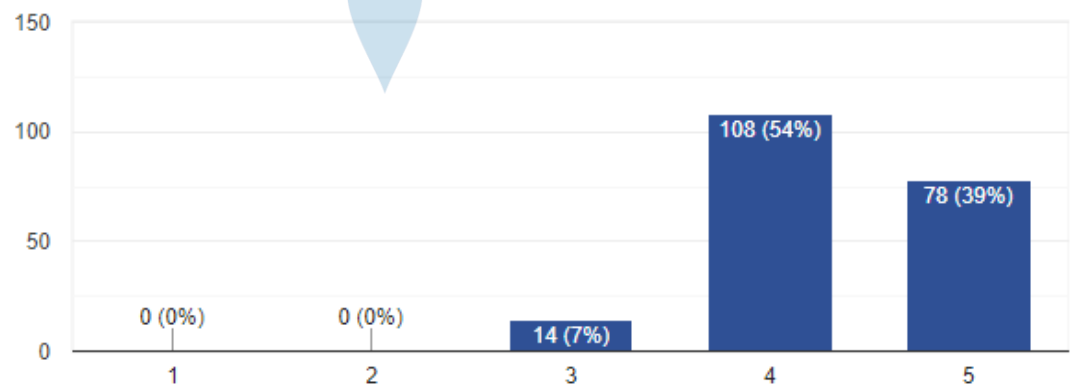
200 jawaban



Keseluruhan layanan bank digital lebih memuaskan daripada bank tradisional


Salin

200 jawaban

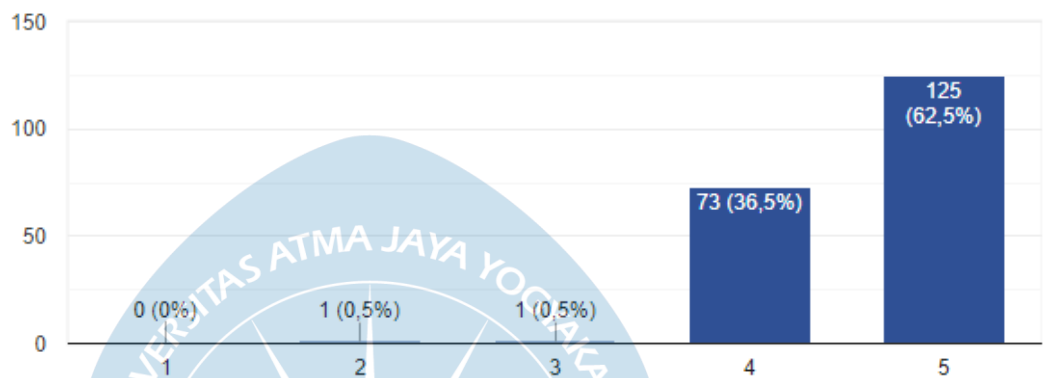


Kegunaan

Waktu yang dibutuhkan untuk menggunakan layanan bank digital lebih cepat daripada layanan bank tradisional

 Salin

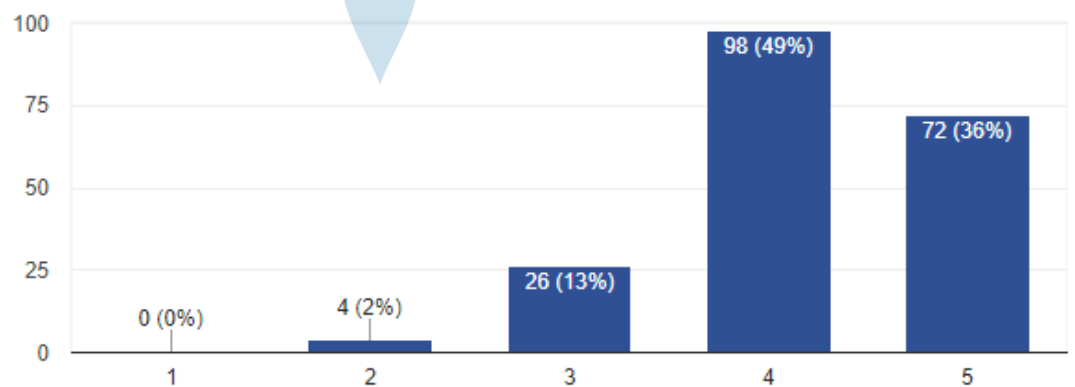
200 jawaban



Bank digital cenderung menawarkan suku bunga yang istimewa dibandingkan dengan bank tradisional

 Salin

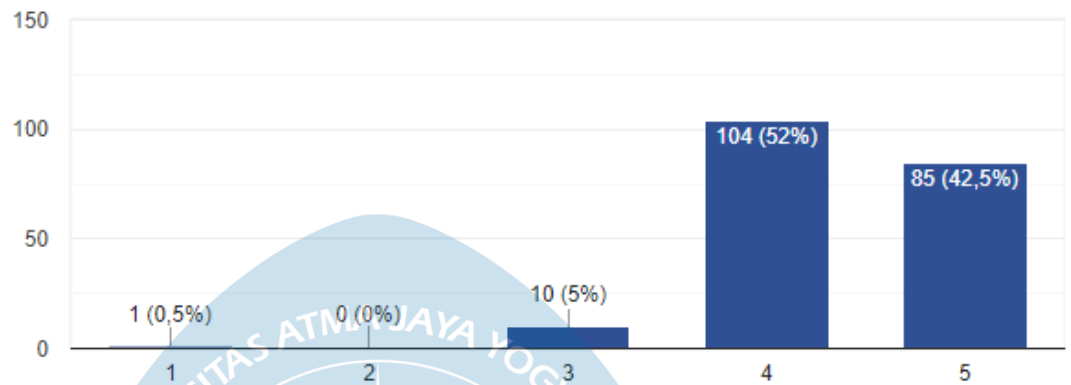
200 jawaban



Bank digital lebih baik daripada bank tradisional karena *mobile banking* dapat digunakan untuk layanan deposit/penarikan/pinjaman

Salin

200 jawaban

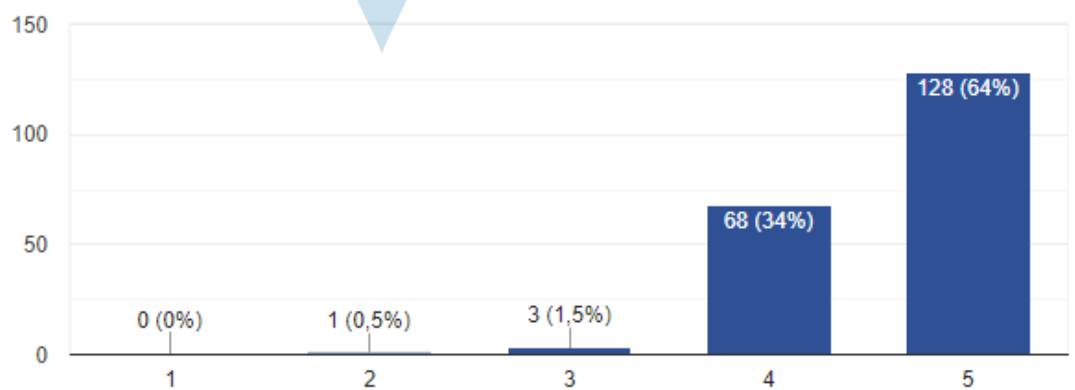


Kenyamanan

Layanan bank digital tidak merepotkan karena tidak menunggu daftar antrian

Salin

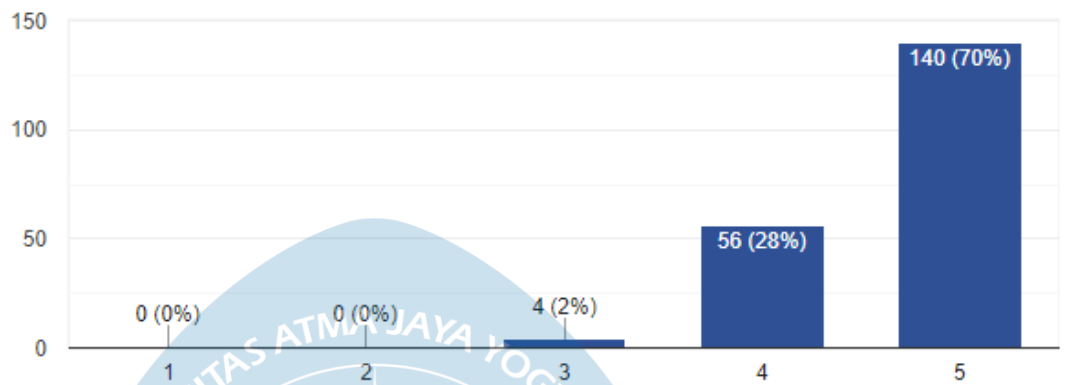
200 jawaban



Layanan bank digital tersedia melalui koneksi online, sehingga saya dapat menggunakan layanan keuangan tanpa mengunjungi bank

Salin

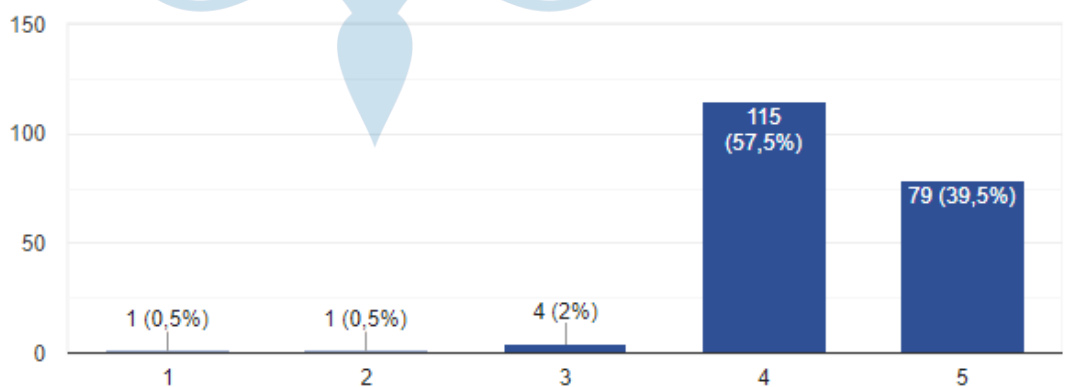
200 jawaban



Layanan bank digital nyaman karena pembayaran seluler dan layanan pinjaman tersedia

Salin

200 jawaban

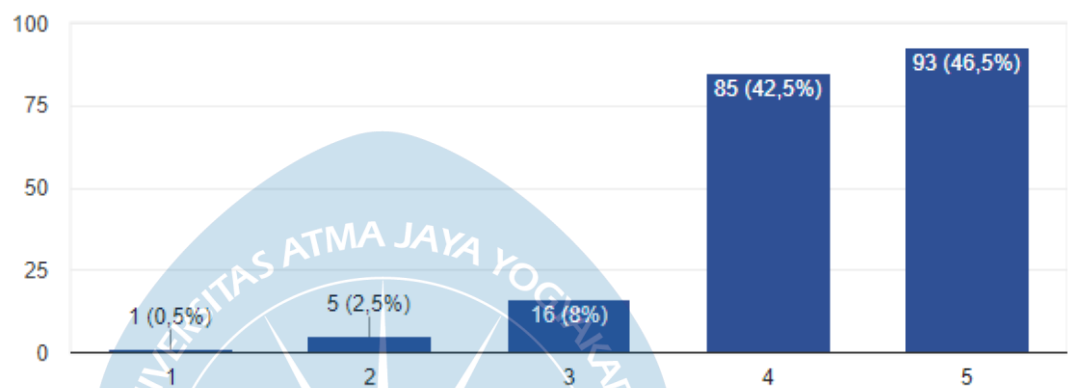


Keamanan

Tingkat keamanan online bank digital lebih tinggi daripada bank tradisional

 Salin

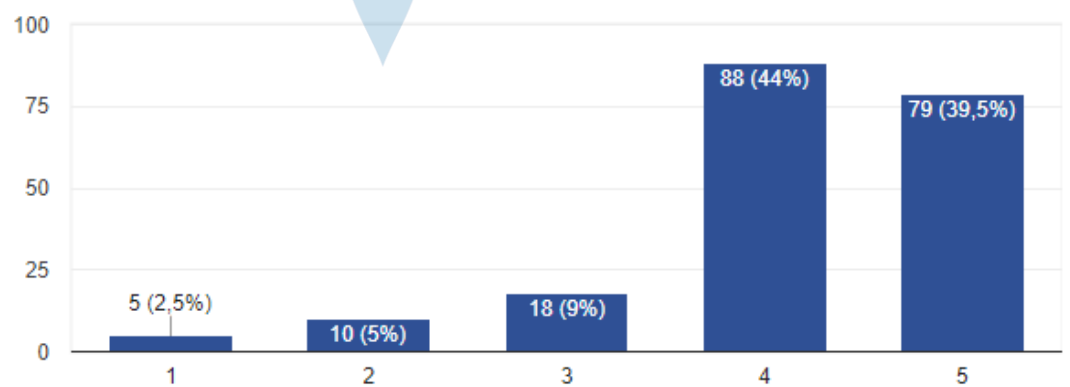
200 jawaban



Bank digital lebih aman dari serangan dunia maya daripada layanan bank tradisional

 Salin

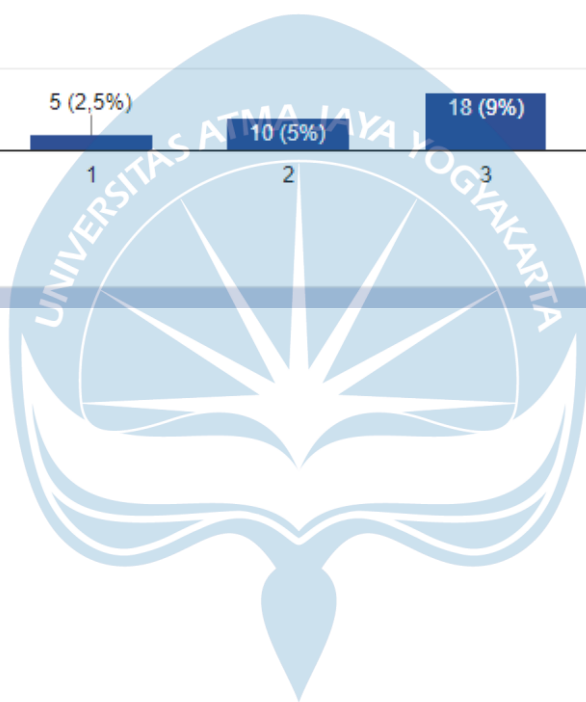
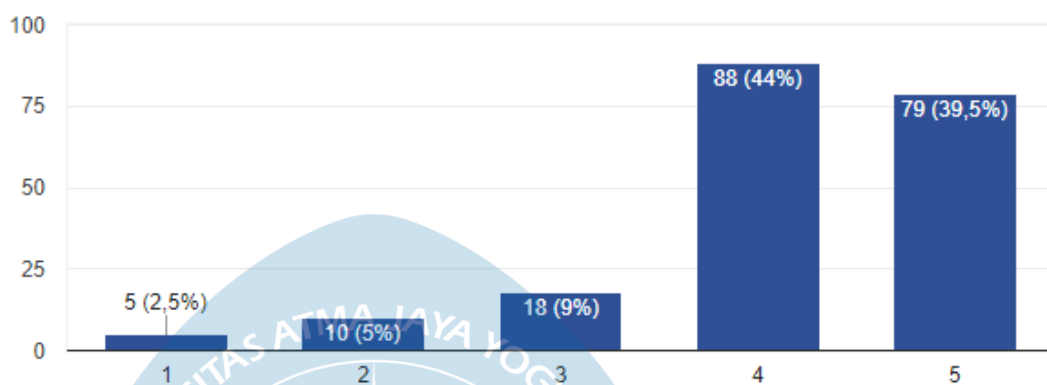
200 jawaban



Bank digital lebih aman dari serangan dunia maya daripada layanan bank tradisional

 Salin

200 jawaban



JAWABAN RESPONDEN

X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	X2.3	X3.1	X3.2	X3.3	X4.1	X4.2	X4.3	X5.1	X5.2	X5.3
5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	5	5	5	2	3	3	5	5	5	3	2	1
4	4	5	5	5	4	5	3	5	3	4	4	5	4	4
5	5	4	5	4	4	5	3	5	5	5	5	3	3	2
4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	5	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4
4	4	3	5	3	4	4	5	3	5	3	4	4	3	5
4	4	3	3	3	3	4	2	3	5	5	4	3	3	3
5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4
4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4
5	5	5	3	3	3	5	2	4	5	5	5	3	3	2
3	3	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	3	3
5	2	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	2	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4
4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5
4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	3
4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5
4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5
5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3
4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5
4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
4	4	3	4	5	4	5	3	3	5	5	4	4	5	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5
3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	3
4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4
4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4

5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5
5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5
5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5
5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4
5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	1	5	5	5	5	3	3
5	5	5	4	4	3	4	3	5	5	5	5	2	2	2
5	5	3	3	3	3	5	3	3	5	5	5	2	2	1
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	3	3	3	5	4	5	5	5	4	4	2	5
4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4
4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2
4	5	5	4	3	4	4	3	4	5	5	4	3	1	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	4	5
5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5
4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5
4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	5	4	4	5	3	5	5	5	5	3	3	3
4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	3	4	3	4	3	5	5	5	5	5	3	3
4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5
5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5
4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
4	3	3	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4
4	4	3	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4
5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5
4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4
4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5
4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4
5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
4	3	3	4	4	3	4	3	4	5	5	3	3	4	3
5	5	3	5	3	4	5	5	5	5	5	5	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4
5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5
5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	1	1
5	5	4	4	4	4	4	2	5	4	5	2	2	1	4
5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4	1	1	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4
5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	5	3	4	4	5	5	4	3	3	4	5	4	5	4
5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	3	5	4	4	5	3	5	5	5	4	3	3	3
4	4	3	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	3	3	5	3	4	4	4	4	3	3	4
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5
4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
5	3	5	4	5	4	3	3	4	5	4	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5
4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	5	3	4	4	5
5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4

4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4
4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4
5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4
4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4
4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5
5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4
5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4
4	4	3	4	4	3	5	3	4	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	1	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	3	2
5	4	3	2	3	4	5	4	4	4	5	4	4	1	4
4	5	4	3	5	5	5	3	5	4	4	4	5	5	4
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5
5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5
4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4
5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4
4	3	4	5	5	5	4	3	4	4	4	5	3	2	3
4	4	3	3	3	3	5	3	4	5	4	5	3	2	2
4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5
5	5	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4

4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5
5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5
4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4
4	4	4	4	2	3	5	2	4	5	3	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5
5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5
5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4



Timestamp	Jenis Kelamin	Usia (Generasi Z)	Apakah anda pernah menggunakan aplikasi BCA Mobie?
4/28/2023 17:04:36	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
4/28/2023 17:11:08	Perempuan	19-22 tahun	Ya
4/28/2023 17:12:13	Perempuan	19-22 tahun	Ya
4/28/2023 17:20:49	Perempuan	19-22 tahun	Ya
4/28/2023 17:24:51	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
4/28/2023 17:40:02	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
4/28/2023 17:43:59	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
4/28/2023 17:47:18	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
4/28/2023 17:48:41	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
4/28/2023 17:49:26	Laki-laki	15-18 tahun	Ya
4/28/2023 17:50:11	Perempuan	19-22 tahun	Ya
4/28/2023 17:51:22	Perempuan	19-22 tahun	Ya
4/28/2023 17:52:02	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
4/28/2023 17:55:21	Laki-laki	15-18 tahun	Ya
4/28/2023 17:59:31	Perempuan	19-22 tahun	Ya
4/28/2023 18:02:50	Laki-laki	15-18 tahun	Ya
4/28/2023 18:19:21	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
4/28/2023 18:21:50	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
4/28/2023 18:23:55	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
4/28/2023 18:28:38	Perempuan	19-22 tahun	Ya
4/28/2023 18:30:26	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
4/28/2023 18:40:21	Perempuan	19-22 tahun	Ya
4/28/2023 18:43:57	Perempuan	23-26 tahun	Ya
4/28/2023 18:44:40	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
4/28/2023 18:47:18	Perempuan	19-22 tahun	Ya
4/28/2023 19:09:47	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
4/28/2023 19:18:14	Perempuan	23-26 tahun	Ya
4/28/2023 19:18:30	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
4/28/2023 19:22:47	Perempuan	19-22 tahun	Ya
4/28/2023 19:49:42	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
4/28/2023 19:49:50	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
4/28/2023 19:52:42	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
4/28/2023 19:53:32	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
4/28/2023 21:03:15	Laki-laki	15-18 tahun	Ya
4/28/2023 21:28:25	Perempuan	19-22 tahun	Ya
4/28/2023 21:46:09	Perempuan	19-22 tahun	Ya
4/28/2023 22:24:13	Perempuan	15-18 tahun	Ya
4/29/2023 0:09:00	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
4/29/2023 12:49:37	Perempuan	19-22 tahun	Ya
4/29/2023 12:50:21	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
4/29/2023 12:51:17	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
4/29/2023 12:52:49	Perempuan	19-22 tahun	Ya
4/29/2023 12:56:04	Perempuan	23-26 tahun	Ya
4/29/2023 12:56:41	Perempuan	19-22 tahun	Ya
4/29/2023 14:03:05	Laki-laki	19-22 tahun	Ya

4/29/2023 14:03:54	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
4/29/2023 14:05:29	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
4/29/2023 14:44:26	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
4/29/2023 14:45:12	Perempuan	23-26 tahun	Ya
4/29/2023 14:45:49	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
4/29/2023 15:02:47	Perempuan	19-22 tahun	Ya
4/29/2023 15:15:01	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
4/29/2023 15:23:14	Perempuan	23-26 tahun	Ya
4/29/2023 16:52:26	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
4/29/2023 16:53:38	Perempuan	23-26 tahun	Ya
4/29/2023 16:54:33	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
4/29/2023 16:55:54	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
4/29/2023 18:48:13	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
4/29/2023 19:07:38	Perempuan	19-22 tahun	Ya
4/29/2023 19:08:40	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
4/30/2023 10:38:31	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
4/30/2023 10:44:04	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
4/30/2023 10:45:40	Perempuan	15-18 tahun	Ya
4/30/2023 18:39:17	Laki-laki	15-18 tahun	Ya
4/30/2023 18:40:29	Perempuan	15-18 tahun	Ya
4/30/2023 18:41:17	Perempuan	19-22 tahun	Ya
4/30/2023 18:42:40	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
4/30/2023 18:43:14	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
4/30/2023 18:44:00	Perempuan	19-22 tahun	Ya
4/30/2023 18:45:17	Perempuan	23-26 tahun	Ya
4/30/2023 18:46:10	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
4/30/2023 18:50:53	Perempuan	19-22 tahun	Ya
4/30/2023 18:51:58	Perempuan	19-22 tahun	Ya
4/30/2023 18:53:06	Laki-laki	15-18 tahun	Ya
4/30/2023 18:53:51	Perempuan	19-22 tahun	Ya
4/30/2023 18:56:44	Perempuan	23-26 tahun	Ya
4/30/2023 18:57:19	Perempuan	23-26 tahun	Ya
4/30/2023 18:58:01	Perempuan	19-22 tahun	Ya
4/30/2023 18:58:42	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
4/30/2023 19:21:31	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
4/30/2023 19:22:29	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
4/30/2023 19:23:27	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
4/30/2023 19:24:23	Perempuan	23-26 tahun	Ya
4/30/2023 19:25:17	Perempuan	23-26 tahun	Ya
4/30/2023 19:26:17	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
4/30/2023 19:27:23	Perempuan	23-26 tahun	Ya
4/30/2023 19:28:36	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
4/30/2023 19:29:38	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
4/30/2023 19:30:36	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
4/30/2023 19:35:41	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
4/30/2023 21:09:47	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
4/30/2023 21:28:21	Perempuan	19-22 tahun	Ya
4/30/2023 22:07:35	Perempuan	19-22 tahun	Ya

5/1/2023 0:11:59	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/1/2023 1:35:25	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
5/1/2023 2:53:57	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/1/2023 5:23:21	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/1/2023 11:37:58	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/1/2023 11:40:23	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
5/1/2023 11:40:23	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/1/2023 11:41:41	Perempuan	23-26 tahun	Ya
5/1/2023 11:41:42	Perempuan	23-26 tahun	Ya
5/1/2023 11:42:45	Perempuan	23-26 tahun	Ya
5/1/2023 11:42:46	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
5/1/2023 11:43:47	Perempuan	23-26 tahun	Ya
5/1/2023 11:43:47	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/1/2023 11:44:48	Perempuan	15-18 tahun	Ya
5/1/2023 11:44:48	Laki-laki	15-18 tahun	Ya
5/1/2023 11:46:11	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/1/2023 11:46:11	Perempuan	23-26 tahun	Ya
5/1/2023 11:47:19	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/1/2023 11:47:19	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
5/1/2023 11:48:25	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/1/2023 11:48:26	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/1/2023 11:49:36	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/1/2023 11:49:36	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/1/2023 11:50:47	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/1/2023 11:50:48	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/1/2023 11:52:50	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/1/2023 11:52:51	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/1/2023 16:49:42	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
5/1/2023 16:50:23	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
5/1/2023 16:51:08	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/2/2023 8:43:52	Perempuan	23-26 tahun	Ya
5/2/2023 9:10:33	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/2/2023 9:11:28	Perempuan	23-26 tahun	Ya
5/2/2023 9:12:25	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/2/2023 9:13:20	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
5/2/2023 9:14:18	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/2/2023 9:15:36	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/2/2023 9:17:19	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/2/2023 15:19:58	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/2/2023 15:20:31	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
5/2/2023 15:21:04	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/2/2023 15:21:43	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/2/2023 17:09:31	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/2/2023 17:13:03	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/2/2023 17:14:11	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/2/2023 17:24:03	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/2/2023 17:38:36	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/2/2023 17:39:33	Laki-laki	23-26 tahun	Ya

5/2/2023 20:15:28	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
5/2/2023 20:25:01	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/4/2023 18:31:15	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/4/2023 18:31:27	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/4/2023 18:31:51	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
5/4/2023 18:42:27	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/4/2023 18:47:15	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
5/4/2023 18:48:16	Perempuan	23-26 tahun	Ya
5/4/2023 19:01:55	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/4/2023 19:09:02	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/4/2023 19:12:07	Laki-laki	15-18 tahun	Ya
5/4/2023 19:16:47	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/4/2023 19:17:12	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/4/2023 19:19:32	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/4/2023 19:26:34	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/4/2023 19:27:06	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/4/2023 19:48:26	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
5/4/2023 19:49:00	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
5/4/2023 19:49:31	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/4/2023 19:50:08	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/4/2023 19:50:45	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
5/4/2023 19:52:39	Perempuan	23-26 tahun	Ya
5/4/2023 20:12:08	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/4/2023 20:12:53	Laki-laki	15-18 tahun	Ya
5/4/2023 20:13:52	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
5/4/2023 20:16:53	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/4/2023 20:31:41	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/4/2023 21:39:47	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
5/4/2023 21:41:20	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/4/2023 21:42:37	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
5/4/2023 22:20:22	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/5/2023 5:25:53	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/5/2023 8:08:29	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
5/5/2023 11:52:01	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/5/2023 12:11:40	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/5/2023 12:16:59	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/5/2023 12:17:30	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/5/2023 14:14:25	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/5/2023 14:52:14	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/5/2023 15:53:47	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/5/2023 16:55:41	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/5/2023 17:09:27	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/6/2023 6:45:25	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/6/2023 6:57:30	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
5/6/2023 7:28:48	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/6/2023 7:47:02	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/6/2023 7:47:55	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
5/6/2023 10:01:39	Laki-laki	23-26 tahun	Ya

5/6/2023 18:53:26	Laki-laki	23-26 tahun	Ya
5/6/2023 18:56:42	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/6/2023 19:06:17	Perempuan	23-26 tahun	Ya
5/6/2023 19:46:08	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/6/2023 19:47:06	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/6/2023 21:37:16	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/6/2023 21:47:18	Perempuan	23-26 tahun	Ya
5/6/2023 21:52:03	Laki-laki	19-22 tahun	Ya
5/6/2023 23:16:41	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/6/2023 23:18:25	Perempuan	19-22 tahun	Ya
5/6/2023 23:28:14	Laki-laki	19-22 tahun	Ya



LAMPIRAN KUESIONER JURNAL ACUAN

Variables	Measurement instruments
Intention to reuse	<ol style="list-style-type: none"> 1. I will continue to use the DB service in the future. 2. I will use the DB service frequently. 3. I will use the DB service as a priority.
Customer satisfaction	<ol style="list-style-type: none"> 1. The user interface of the DB is more satisfactory than that of the TB. 2. The financial service of the DB is more satisfactory than that of the TB. 3. The overall service of the DB is more satisfactory than that of the TB.
Usefulness	<ol style="list-style-type: none"> 1. The time required to use the DB service is faster than that of the TB service. 2. The DB is likely to offer preferential rates to those of the TB. 3. The DB is better than the TB because mobile banking can be used for deposit/withdrawal/loan services.
Convenience	<ol style="list-style-type: none"> 1. The DB service is hassle-free because there is no waiting list. 2. The DB service is available via both wired and mobile connections, so I can use financial services without visiting banks. 3. The DB service is convenient because mobile payment and loan services are available.
Employee–customer engagement	<ol style="list-style-type: none"> 1. The DB's telephone agents and email agents understand customer requirements better than the TB's agents. 2. The DB's telephone agents and email agents perform interactive customer support better than the TB's agents. 3. The DB's telephone agents and email agents can more quickly respond to customer inquiries and requests than can the TB's agents.
Security	<ol style="list-style-type: none"> 1. The level of online security of the DB is higher than that of the TB. 2. The DB service is safer from cyberattack than the TB service. 3. The DB service is safer from financial fraud than the TB service.

Note. DB = digital banking; TB = traditional banking.

Hasil Uji Validitas & Reliabilitas SPSS

Variabel Niat Untuk Menggunakan Kembali

Correlations

		NMK1	NMK2	NMK3	Total
NMK1	Pearson Correlation	1	.518**	.454*	.819**
	Sig. (2-tailed)		.003	.012	<,001
	N	30	30	30	30
NMK2	Pearson Correlation	.518**	1	.219	.777**
	Sig. (2-tailed)	.003		.244	<,001
	N	30	30	30	30
NMK3	Pearson Correlation	.454*	.219	1	.720**
	Sig. (2-tailed)	.012	.244		<,001
	N	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.819**	.777**	.720**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.641	3

Variabel Kepuasan Pelanggan

Correlations

		KP1	KP2	KP3	Total
KP1	Pearson Correlation	1	.584**	.695**	.875**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30
KP2	Pearson Correlation	.584**	1	.666**	.851**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001
	N	30	30	30	30
KP3	Pearson Correlation	.695**	.666**	1	.898**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001
	N	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.875**	.851**	.898**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.846	3

Variabel Kegunaan

Correlations

		K1	K2	K3	Total
K1	Pearson Correlation	1	.293	.466**	.755**
	Sig. (2-tailed)		.116	.010	<.001
	N	30	30	30	30
K2	Pearson Correlation	.293	1	.393*	.674**
	Sig. (2-tailed)	.116		.032	<.001
	N	30	30	30	30
K3	Pearson Correlation	.466**	.393*	1	.861**
	Sig. (2-tailed)	.010	.032		<.001
	N	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.755**	.674**	.861**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.644	3

Variabel Kenyamanan

Correlations

		KN1	KN2	KN3	Total
KN1	Pearson Correlation	1	.633**	.533**	.871**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.002	<.001
	N	30	30	30	30
KN2	Pearson Correlation	.633**	1	.475**	.850**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.008	<.001
	N	30	30	30	30
KN3	Pearson Correlation	.533**	.475**	1	.784**
	Sig. (2-tailed)	.002	.008		<.001
	N	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.871**	.850**	.784**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.784	3

Variabel Keamanan

Correlations

		KA1	KA2	KA3	Total
KA1	Pearson Correlation	1	.509**	.517**	.750**
	Sig. (2-tailed)		.004	.003	<.001
	N	30	30	30	30
KA2	Pearson Correlation	.509**	1	.792**	.908**
	Sig. (2-tailed)	.004		<.001	<.001
	N	30	30	30	30
KA3	Pearson Correlation	.517**	.792**	1	.915**
	Sig. (2-tailed)	.003	<.001		<.001
	N	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.750**	.908**	.915**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.824	3

Hasil Olah Data SmartPLS

Analisis Deskriptif

	Rata-Rata	Median	Minimum	Maksimum	Standar Deviasi	Kelebihan Kurtosis	<i>Skewness</i>
X1.1	4,525	5,000	3,000	5,000	0,519	-1,408	-0,317
X1.2	4,455	4,000	2,000	5,000	0,573	0,362	-0,627
X1.3	4,340	4,000	3,000	5,000	0,636	-0,674	-0,438
X2.1	4,425	4,000	2,000	5,000	0,612	0,225	-0,700
X2.2	4,370	4,000	2,000	5,000	0,611	0,118	-0,552
X2.3	4,320	4,000	3,000	5,000	0,598	-0,627	-0,264
X3.1	4,610	5,000	2,000	5,000	0,527	1,344	-1,070
X3.2	4,190	4,000	2,000	5,000	0,731	0,107	-0,623
X3.3	4,360	4,000	1,000	5,000	0,625	2,931	-0,943
X4.1	4,615	5,000	2,000	5,000	0,545	1,595	-1,216
X4.2	4,680	5,000	3,000	5,000	0,508	0,455	-1,233
X4.3	4,350	4,000	1,000	5,000	0,598	4,398	-1,029
X5.1	4,320	4,000	1,000	5,000	0,767	1,939	-1,223
X5.2	4,130	4,000	1,000	5,000	0,945	1,842	-1,338
X5.3	4,220	4,000	1,000	5,000	0,884	2,210	-1,409

Outer Loading

	Keamanan	Kegunaan	Kenyamanan	Kepuasan Peanggan	Niat Menggunakan Kembali
X1.1					0,709
X1.2					0,647
X1.3					0,878
X2.1				0,792	
X2.2				0,795	
X2.3				0,884	
X3.1		0,601			
X3.2		0,777			
X3.3		0,746			
X4.1			0,680		
X4.2			0,604		
X4.3			0,798		
X5.1	0,878				
X5.2	0,892				
X5.3	0,865				

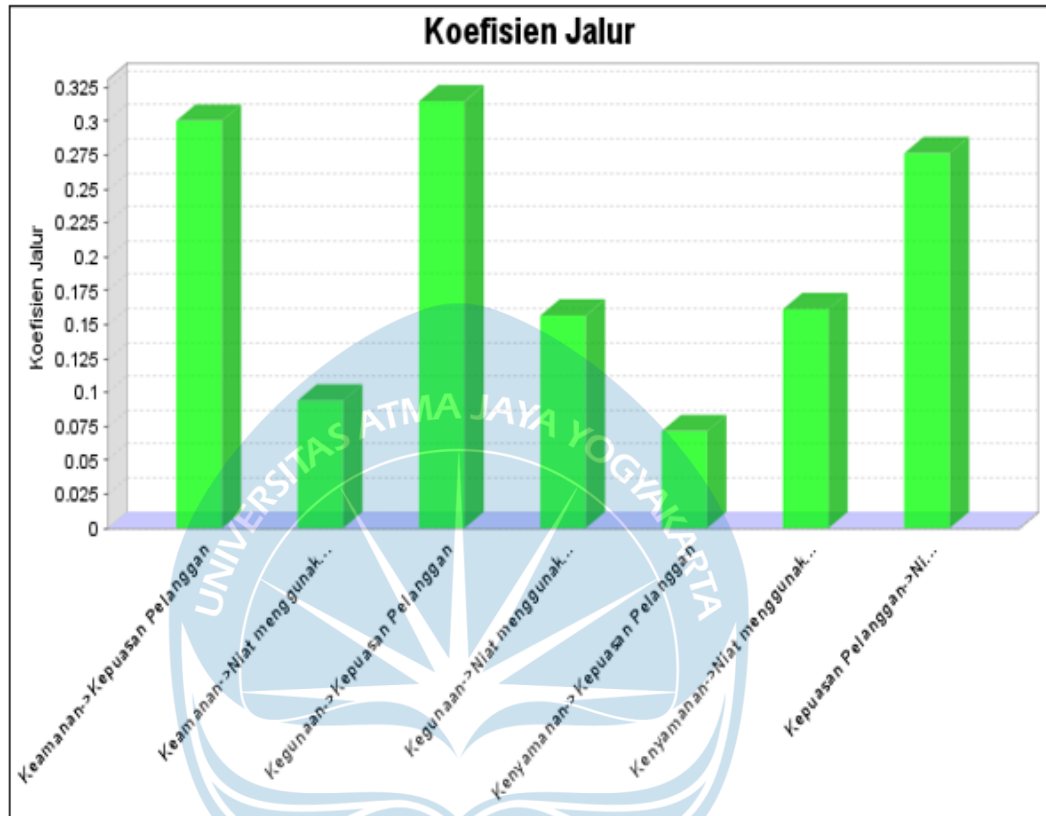
Construct reliability and validity

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>rho_A</i>	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Keamanan	0,853	0,859	0,910	0,772
Kegunaan	0,511	0,528	0,753	0,507
Kenyamanan	0,522	0,512	0,739	0,488
Kepuasan Pelanggan	0,764	0,784	0,864	0,680
Niat menggunakan kembali	0,647	0,779	0,792	0,564

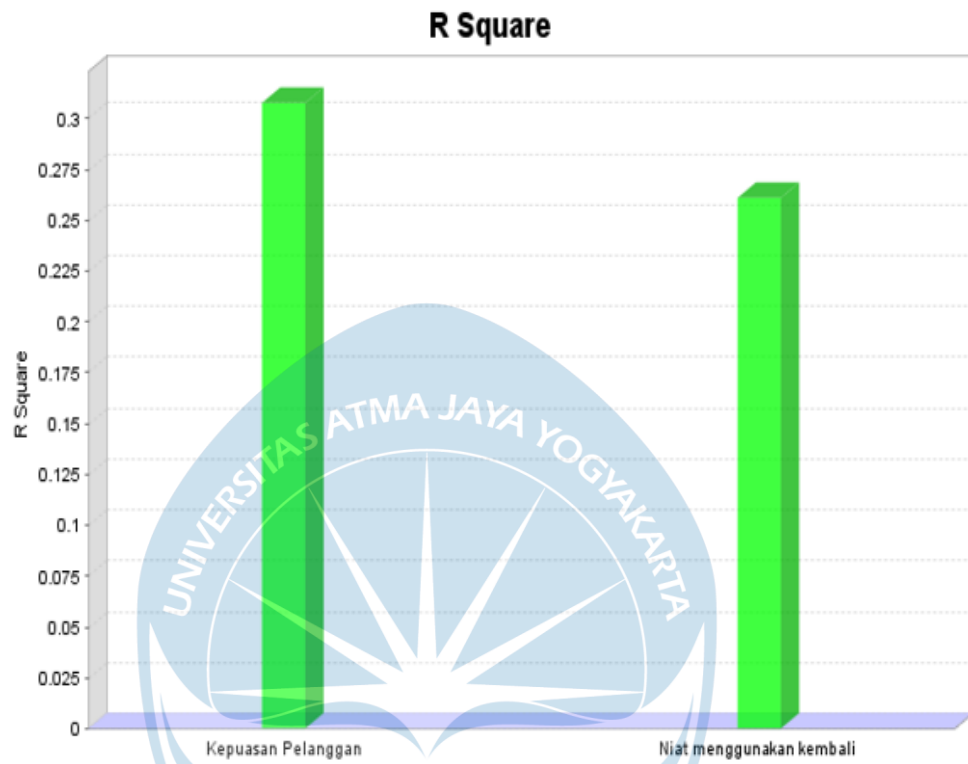
Path Coefficient

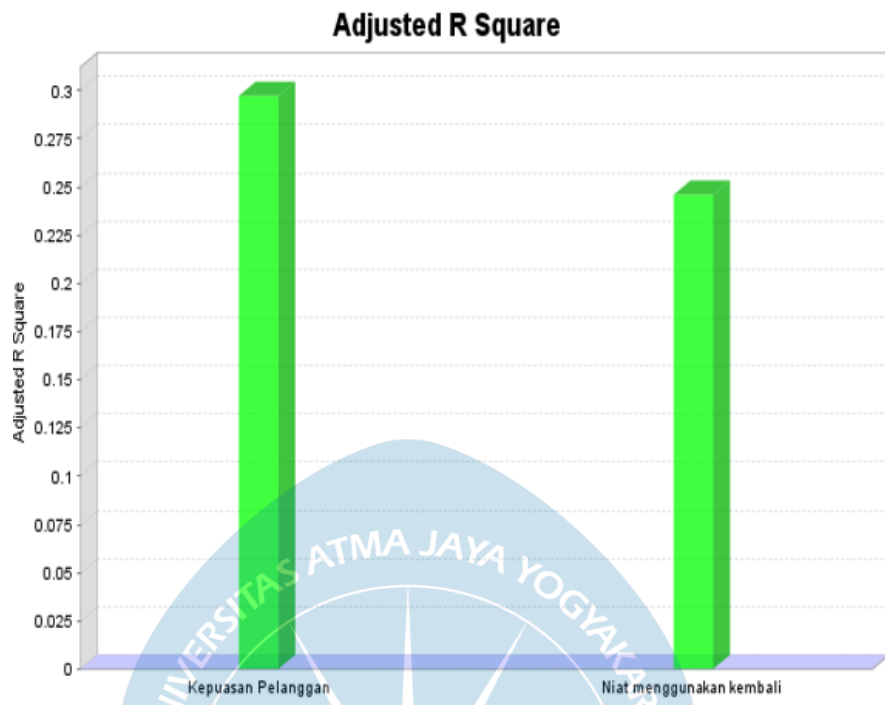
	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	t - Statistik (O/STDEV)	p - Values
Keamanan -> Kepuasan Pelanggan	0,300	0,299	0,082	3,683	0,000
Keamanan -> Niat menggunakan kembali	0,094	0,098	0,090	1,047	0,296
Kegunaan -> Kepuasan Pelanggan	0,315	0,315	0,090	3,484	0,001
Kegunaan -> Niat menggunakan kembali	0,157	0,164	0,106	1,472	0,142
Kenyamanan -> Kepuasan Pelanggan	0,071	0,081	0,087	0,822	0,412
Kenyamanan -> Niat menggunakan kembali	0,161	0,174	0,088	1,841	0,066
Kepuasan Pelanggan -> Niat menggunakan kembali	0,276	0,267	0,082	3,370	0,001

Koefisien Jalur

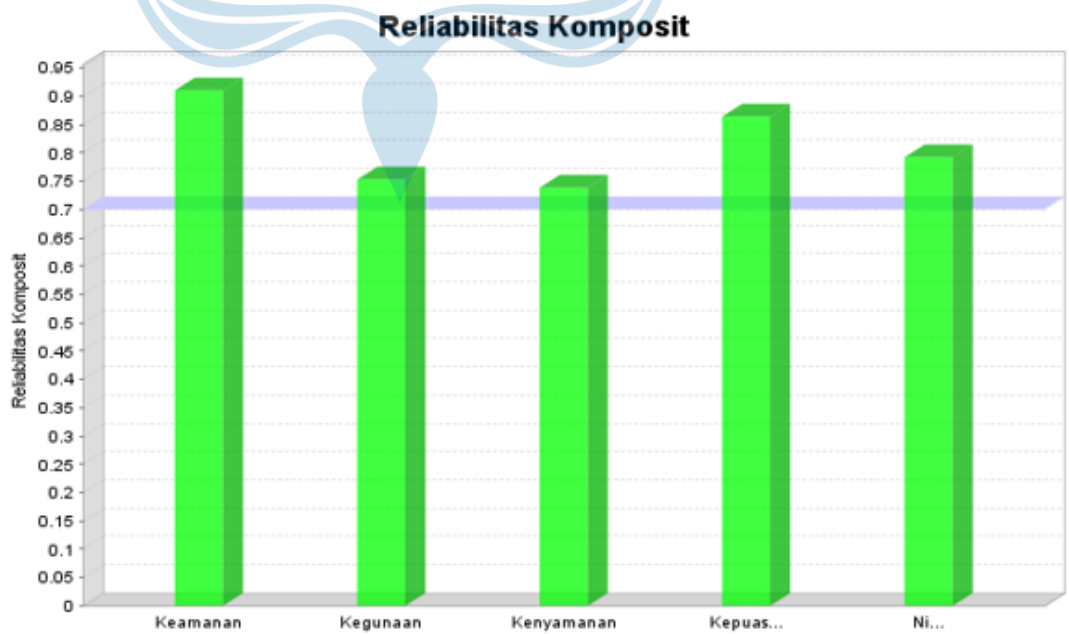


Nilai R-square dan Adjusted R-square

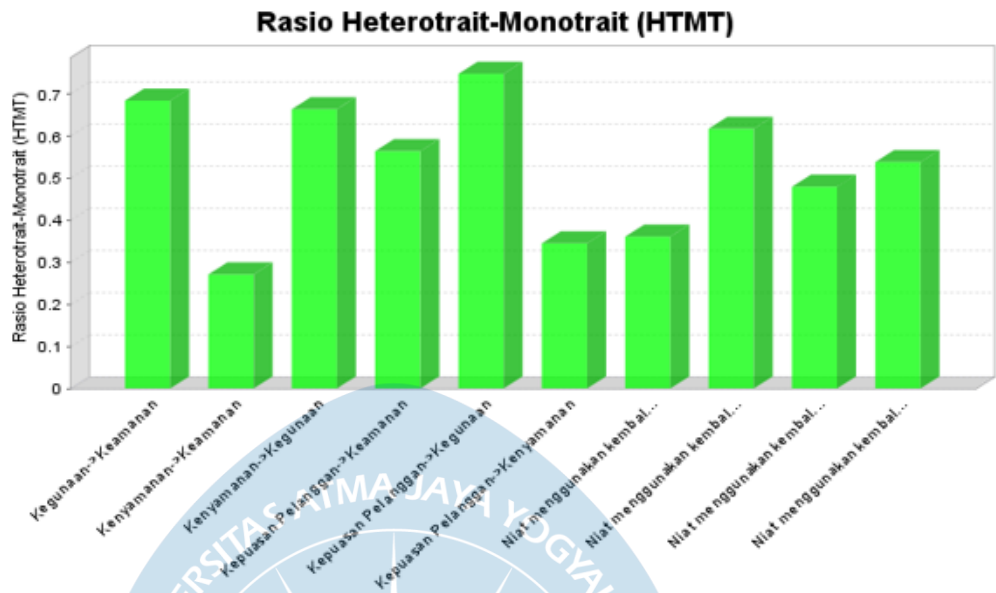




Reliabilitas Komposit



Rasio HTMT



Model Hubungan Antar Variabel Hasil Penelitian

