

ABSTRAK

Studi ini meneliti mengenai persepsi pengawas Otoritas Jasa Keuangan dalam penerimaan dan penggunaan sebuah sistem informasi *Big Data Analytics* di Otoritas Jasa Keuangan. Populasi penelitian adalah pengawas pengguna *Big Data Analytics* di Otoritas Jasa Keuangan. Sebanyak 220 responden dapat digunakan untuk menentukan jumlah sampel. Selanjutnya untuk melakukan analisis data dengan metode SEM melalui penggunaan software smartPLS sebagai alat digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Performance Expectancy* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Behavioral Intention* dengan nilai P value 0,0003 atau $< 0,050$; *Effort Expectancy* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Behavioral Intention* dengan nilai P value 0,000 atau $< 0,050$; *Social Influence* tidak memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* dengan nilai P value 0,724 atau $> 0,050$; *Facilitating Conditions* tidak memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* dengan nilai P value 0,638 atau $> 0,050$; *Hedonic Motivation* tidak memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* dengan nilai P value 0,330 atau $> 0,050$; *Habit* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Behavioral Intention* dengan nilai P value 0,000 atau $< 0,050$; *Facilitating Conditions* tidak memiliki pengaruh terhadap *Use Behavior* dengan nilai P value 0,638 atau $> 0,050$; *Habit* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Use Behavior* dengan nilai P value 0,000 atau $< 0,050$; *Behavioral Intention* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Use Behavior* dengan nilai P value 0,000 atau $< 0,050$; *Age* dapat memoderasi pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Behavioral Intention* dengan nilai P value 0,024 atau $< 0,050$; *Gender* tidak dapat memoderasi pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Behavioral Intention* dengan nilai P value 0,569 atau $> 0,050$; *Age* dapat memoderasi pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention* dengan nilai P value 0,011 atau $< 0,050$; *Gender* tidak dapat memoderasi pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention* dengan nilai P value 0,632 atau $> 0,050$; *Age* tidak dapat memoderasi pengaruh *Habit* terhadap *Behavioral Intention* dengan nilai P value 0,984 atau $> 0,050$; *Gender* tidak dapat memoderasi pengaruh *Habit* terhadap *Behavioral Intention* dengan nilai P value 0,342 atau $> 0,050$; *Experience* tidak dapat memoderasi pengaruh *Habit* terhadap *Behavioral Intention* dengan nilai P value 0,913 atau $> 0,050$; *Age* tidak dapat memoderasi pengaruh *Habit* terhadap *Use Behavior* dengan nilai P value 0,188 atau $> 0,050$; *Gender* tidak dapat memoderasi pengaruh *Habit* terhadap *Use Behavior* dengan nilai P value 0,967 atau $> 0,050$; *Experience* tidak dapat memoderasi pengaruh *Habit* terhadap *Use Behavior* dengan nilai P value 0,924 atau $> 0,050$; dan *Experience* tidak dapat memoderasi pengaruh *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior* dengan nilai P value 0,903 atau $> 0,050$.

Kata Kunci : Persepsi, Pengawas, Otoritas Jasa Keuangan, Big Data Analytics, Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi yang Memfasilitasi, Motivasi Hedonik, Kebiasaan, Niat Berperilaku, Perilaku Penggunaan, Usia, Jenis Kelamin, Pengalaman