

## ABSTRAK

Perbankan seluler Jenius BTPN merupakan layanan perbankan terbaru dari Bank BTPN dengan memberikan inovasi teknologi perbankan digital yang dilengkapi dengan kartu debit Visa untuk transaksi retail di seluruh dunia. Jenius adalah pelopor aplikasi revolusioner yang dapat mengubah cara mengelola keuangan secara signifikan dengan memperkenalkan fitur-fitur yang unik dan cerdas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, efikasi diri yang dipersepsikan, pengaruh sosial, kondisi-kondisi yang memfasilitasi, keuntungan relatif, persepsi kompleksitas, kompatibilitas yang dipersepsikan, kemudahcobaan yang dipersepsikan, persepsi risiko, kesadaran akan pengetahuan terhadap niat konsumen untuk menggunakan perbankan seluler Jenius BTPN di Indonesia.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang memiliki akun Bank BTPN dan mengetahui adanya layanan perbankan seluler Jenius BTPN di Indonesia. Sampel yang digunakan sebanyak 200 responden. Metode pengumpulan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner. Penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan alat analisis AMOS 24.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, efikasi diri yang dipersepsikan, pengaruh sosial, keuntungan relatif, kompatibilitas yang dipersepsikan, kemudahcobaan yang dipersepsikan, persepsi risiko, kesadaran-pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku. Sedangkan, kondisi-kondisi yang memfasilitasi, dan persepsi kompleksitas tidak berpengaruh positif terhadap niat berperilaku. Selain itu, niat berperilaku juga ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan perbankan seluler Jenius BTPN.

**Kata kunci:** perbankan digital, perbankan seluler, niat berperilaku, Indonesia, inovasi, teknologi, niat konsumen.