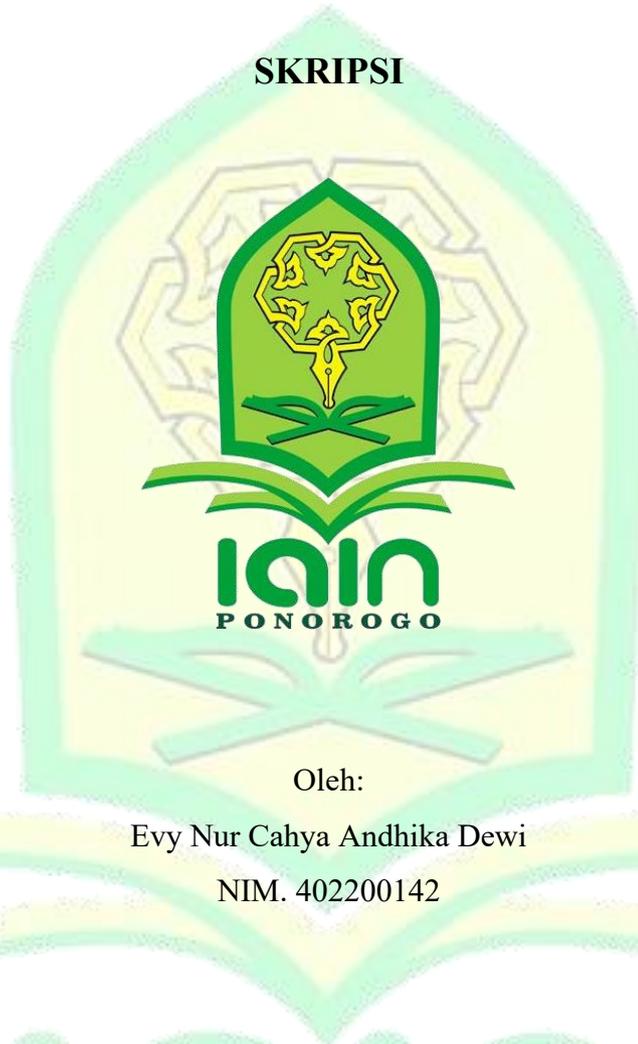


**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT PENGGUNA BSI *MOBILE* PADA GENERASI Z
DI KABUPATEN PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh:

Evy Nur Cahya Andhika Dewi

NIM. 402200142

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI IAIN PONOROGO**

2024

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT PENGGUNA BSI *MOBILE* PADA GENERASI Z
DI KABUPATEN PONOROGO**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S-1)**



Oleh:

Evy Nur Cahya Andhika Dewi

NIM. 402200142

Pembimbing:

Moh Faizin, M.SE

198406292018011001

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI IAIN PONOROGO**

2024

ABSTRAK

Dewi, Evy Nur Cahya Andhika. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna BSI *Mobile* pada Generasi Z di Kabupaten Ponorogo. Skripsi 2024. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Moh Faizin, M.SE.

Kata kunci: *Mobile banking*, generasi z, minat pengguna.

Kemajuan teknologi telah mendorong perkembangan *mobile banking* syariah. Pengembangan layanan digital yang kompleks akan mengundang minat masyarakat luas khususnya generasi Z untuk menggunakan produk dan jasa perbankan syariah. Penelitian ini merupakan lanjutan dari penelitian terdahulu yaitu dengan teori *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT).

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna BSI *Mobile* pada generasi z di Kabupaten Ponorogo dengan pendekatan *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology*. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah generasi z pengguna BSI *Mobile* di Kabupaten Ponorogo yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sampel yang digunakan yaitu 100 reponden dengan teknik insidental sampling dimana sampel ditentukan secara kebetulan. Metode pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS 21.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap minat generasi z pengguna BSI *Mobile* di Ponorogo secara parsial, ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap minat generasi z pengguna BSI *Mobile* di Ponorogo secara parsial, pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap minat generasi z pengguna BSI *Mobile* di Ponorogo secara parsial. Secara simultan ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial berpengaruh terhadap minat pengguna BSI *Mobile* generasi z di Ponorogo.





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl.Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo**

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

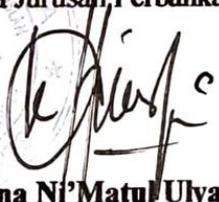
NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Evy Nur Cahya Andhika Dewi	402200142	Perbankan Syariah	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Adopsi <i>Mobile Banking</i> Syariah Pada Generasi Z Di Ponorogo

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 4 September 2024



Mengetahui,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah


Husna Ni'Matul Ulya M.E.Sy
NIP.198608082019032023

Menyetujui,
Pembimbing


Moh. Faizin, M.SE
NIP. 198406292018011001

IAIN
PONOROGO



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna BSI
Mobile pada Generasi Z di Kabupaten Ponorogo

Nama : Evy Nur Cahya Andhika Dewi

NIM : 402200142

Judul : Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang Ujian Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang

Faruq Ahmad Futaqi, M.E.

NIP 198311262019031006

Penguji I

Dr. Amin Wahyudi, M.E.I.

NIP 197502072009011007

Penguji II

Moh. Faizin, M.S.E.

NIP 198406292018011001

: 
(.....)

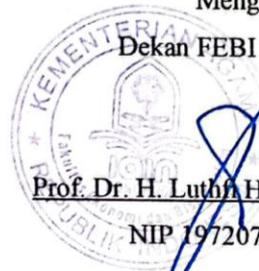
: 
(.....)

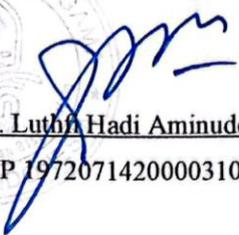
: 
(.....)

Ponorogo, 28 November 2024

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo




Prof. Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.

NIP 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Evy Nur Cahya Andhika Dewi

NIM : 402200142

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna

BSI *Mobile* pada Generasi Z di Kabupaten Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi ni telah diperiksa oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses melalui **ethesis.iainponorogo.ac.id**. Adapun isi dari penulisan ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 28 Nopember 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Evy Nur Cahya A. D

NIM. 402200142

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Evy Nur Cahya Andhika Dewi

NIM : 402200142

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNA BSI
MOBILE PADA GENERASI Z DI KABUPATEN PONOROGO”

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 2 Oktober 2024

Pembuat Pernyataan,



Evy Nur Cahya

NIM. 402200142

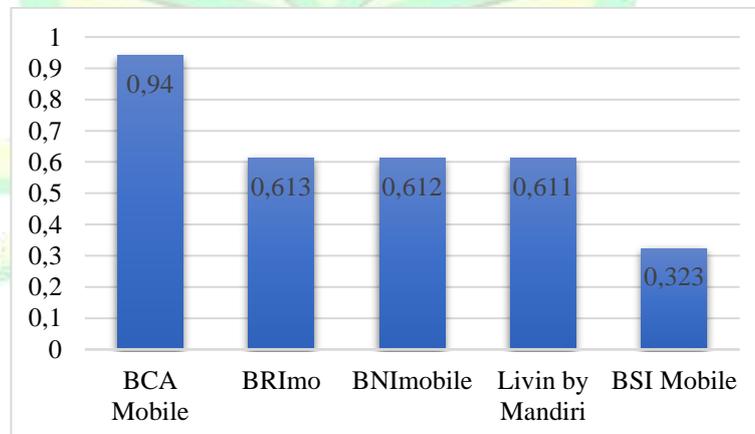


BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peran teknologi dalam industri perbankan sangat krusial, karena kemajuan sistem perbankan memerlukan dukungan dari teknologi dan informasi. Kemajuan dalam bidang teknologi informasi, telekomunikasi, dan internet telah memunculkan aplikasi bisnis berbasis elektronik. Pada umumnya kemajuan teknologi informasi, telekomunikasi dan internet yang dirancang oleh perbankan merupakan suatu wujud untuk memenuhi kebutuhan berinteraksi antar nasabah dengan bank secara terakomodir. Penggunaan *mobile banking* di Indonesia tidak lepas dari peraturan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan. Bentuk lain dari layanan *e-banking* adalah *mobile banking*, yang merupakan fasilitas perbankan yang memanfaatkan perangkat komunikasi bergerak seperti ponsel.¹



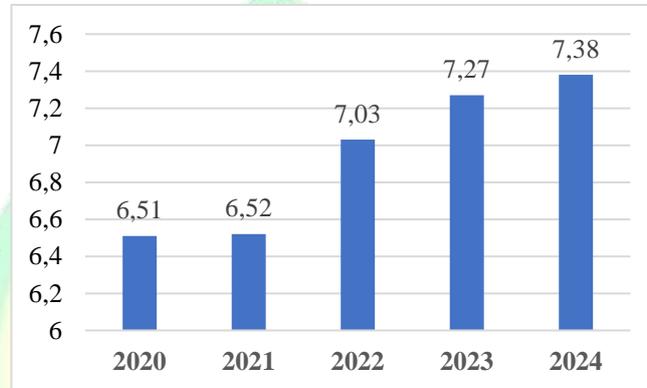
Gambar 1. 1

Layanan *mobile banking* terbaik (Anggi Afrika, dkk., 2024)

Berdasarkan gambar 1.1, pelayanan *mobile banking* terbaik dinilai melalui kriteria keamanan, banyak peminat, *user friendly*, rating, dan biaya. BCA Mobile menjadi alternatif terbaik dengan nilai tertinggi 0,940, diikuti

¹ Andi Dewi Mentari, 'Pengaruh Kesadaran, Kecepatan Transaksi, Keamanan, Manfaat Yang Dirasakan Dengan Mediasi Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Adopsi m-Banking BRI Makassar Raya', *Journal of Business and Banking* 8, no. 1 (2018), 158.

BRImo dengan nilai 0,613, BNI Mobile dengan nilai 0,612, Livin by Mandiri 0,611, dan nilai terendah BSI Mobile yaitu 0,323.²



Gambar 1. 2

Market share perbankan syariah Indonesia tahun 2020-2024 dalam persentase (OJK, 2024)

Berdasarkan data yang dipaparkan sebelumnya mengenai layanan terbaik *mobile banking* di Indonesia, terlihat bahwa industri perbankan syariah, khususnya bank syariah, masih tertinggal dibandingkan dengan bank konvensional dalam hal pelayanan. Namun, data dari OJK menunjukkan bahwa pangsa pasar bank syariah pada Maret 2024 mencapai 7,38%, meningkat dari 7,27% pada tahun sebelumnya. Hal ini tercermin dalam data *Market Share* Perbankan Syariah Indonesia yang ditunjukkan pada Gambar 1.2. Fenomena ini mengindikasikan bahwa pasar bank syariah memiliki potensi untuk berkembang lebih besar, terutama populasi Indonesia pada tahun 2024 yang mencapai 283 juta jiwa, dengan mayoritas penduduknya beragama Islam.

Dalam menjalankan usahanya, perbankan syariah harus dikelola secara profesional agar syariah diterapkan dan keuntungan yang dihasilkan terjamin halal.³ (tambah). Bank syariah mempunyai ciri dan fungsi yang unik dan berbeda dengan bank konvensional.⁴ Kelahiran bank syariah yang

² Anggi Farika Sari et al., 'Penerapan Metode Waspas Dan Roc Dalam Pemilihan Bank Terbaik Untuk Pelayanan Mobile Banking' 9, no. 3 (2024), 1320.

³ Amin Wahyudi, Binti Nur Asiyah, and Husnul Haq, 'The Urgency of Sharia Division in Indonesian and Malaysian Islamic Bank', *Al-Uqud : Journal of Islamic Economics* 7, no. 1 (1 January 2023): 82–94.

⁴ Luhur Prasetyo and Khusniati Rofiah, 'The Formulation of Islamic Bank Performance Based on Contemporary Maqasid Al-Sharia', *Justicia Islamica* 18, no. 2 (25 November 2021): 318–334.

menggunakan platform anti riba belum menjangkau masyarakat kelas bawah yang berinteraksi dengan bank (unbanked).⁵ Dalam menghadapi kompetisi, bank syariah terus berupaya meningkatkan inovasi dalam layanan digitalnya guna menarik nasabah baru, khususnya dari kalangan masyarakat Muslim yaitu melalui penerapan *mobile banking*. *Mobile banking* adalah layanan keuangan yang disediakan oleh bank, memungkinkan nasabah untuk mengakses layanan tersebut kapan saja selama 24 jam melalui *smartphone* yang terhubung ke internet.⁶

Mobile banking merupakan antarmuka di mana nasabah dapat mengakses sistem perbankan menggunakan perangkat telepon seluler, seperti ponsel pintar, *Personal Digital Assistant* (PDA), dan tablet, kapan saja dan di mana saja.⁷ Keberadaan *Mobile banking* telah memberikan fleksibilitas tambahan dalam sektor perbankan, memberikan nasabah akses yang lebih mudah terhadap layanan perbankan, serta meningkatkan implementasi layanan keuangan dan interaksi klien dengan pihak lain dalam lingkungan sosial.⁸ Adanya *mobile banking*, kegiatan yang dilakukan tidak hanya menyimpan dan menarik dana saja tetapi dapat digunakan untuk membeli pulsa, berbelanja, dan juga transfer tanpa harus datang ke bank.⁹

Pengembangan layanan digital yang kompleks akan mengundang minat masyarakat luas khususnya generasi Z untuk menggunakan produk dan jasa perbankan syariah. Generasi Z merupakan mereka yang terlahir di rentang tahun 1997 hingga 2012 hingga saat ini usianya berkisar 12 tahun sampai 27 tahun.

⁵ Iza Hanifuddin, Nur Kasanah, and Eficandra Eficandra, 'Al-Qard al-Hasan Program of Bankziska: Zakat Fund-Based Empowerment Model for Victims of Loan Sharks', *JURIS (Jurnal Ilmiah Syariah)* 23, no. 1 (6 June 2024): 1.

⁶ Iriani, 'Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo', *DINAMIS: Journal of Islamic Management and Bussines* 2, no. 2 (2018), 99.

⁷ A.C. Teo et al., 'Can the Demographic and Subjective Norms Influence the Adoption of Mobile Banking?', *International Journal of Mobile Communications* 10, no. 6 (2012), 578.

⁸ H Lee et al., 'Provision of Mobile Banking Services from an Actor–Network Perspective: Implications for Convergence and Standardization', *Technological Forecasting and Social Change* 90 (2015), 551.

⁹ Kumara Adji Kusuma et al., 'BankZiska: A New Hope for the Unbanked and Poor in Indonesia', in *Proceedings of the International Conference on Intellectuals' Global Responsibility (ICIGR 2022)*, ed. Tariq Tawfeeq Yousif Alabdullah et al., vol. 750 (Paris: Atlantis Press SARL, 2023), 436–46.

Generasi ini sangat penting untuk diperhatikan karena mengingat sebagian besar dari mereka saat ini sedang memasuki usia produktif. Generasi ini memiliki potensi yang sangat besar untuk saat ini dan dimasa mendatang, mereka akan memberikan pengaruh yang besar bagi kondisi masa depan negara. Hal ini tentu menjadi peluang yang baik bagi bank syariah untuk dapat meraih pangsa pasar yang strategis ini.¹⁰

Kehadiran gen Z dianggap penting bagi digitalisasi perbankan syariah untuk menjadi pasar yang sangat menjanjikan. Generasi Z tumbuh dalam era digital dan telah terbiasa dengan penggunaan teknologi, termasuk perangkat *mobile*. Keseharian generasi Z yang tak luput dari internet menyebabkan layanan digital perbankan menjadi pilihan yang sesuai dengan karakteristik generasi Z yang selalu ingin praktis dan efisien. Wakil presiden KH Ma'ruf Amin menjelaskan, jumlah penduduk Indonesia saat ini sebesar 272,682 juta jiwa yang dimana didominasi oleh Generasi Z dan Y (Milenial) yang memiliki potensi besar di pasar perbankan syariah.¹¹

Faktor-faktor yang memengaruhi minat menggunakan BSI *mobile* oleh generasi Z, salah satunya adalah bagaimana generasi tersebut menerima dan memanfaatkan teknologi. Penjelasan mengenai hal ini dapat dilakukan melalui teori yang mengukur penerimaan teknologi, yaitu *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dengan variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial.

Ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) merupakan sejauh mana individu dalam melakukan aktivitas tertentu akan merasakan beberapa manfaat sebagai akibat dari penggunaan suatu teknologi.¹² Seseorang yang meyakini bahwa penggunaan layanan *mobile banking* dapat memberikan manfaat pada pekerjaannya dan mencapai prestasi dalam karirnya. Semakin besar ekspektasi kinerja, semakin besar kemungkinan seseorang akan menerima dan

¹⁰ M C Batubara and T Anggraini, 'Analisis Pengaruh Layanan Digital Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah', *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 7, no. 2 (2022), 710.

¹¹ Ibid, 710.

¹² V. Venkatesh, G. Morris, M., and F.D Davis, G., B., and Davis, 'User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View', *MIS Quarterly* 27, no. 3 (2003), 425–487.

menggunakan teknologi tersebut.¹³ Fakta yang ditemui di lapangan, layanan *mobile banking* memberikan manfaat nasabah untuk melakukan berbagai transaksi keuangan, termasuk pemeriksaan saldo, transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan transaksi lainnya, akan tetapi nasabah tidak minat menggunakan BSI *mobile* dikarenakan nasabah tidak merasa membutuhkan aplikasi *mobile banking* syariah untuk kegiatan sehari-hari dan nasabah lebih memilih dengan cara konvensional/*cash*.¹⁴

Ekspektasi Usaha (*effort expectancy*) didefinisikan sebagai tingkat kemudahan upaya sebagai akibat dari penggunaan teknologi baru.¹⁵ Kemudahan penggunaan *mobile banking* mencakup fakta bahwa layanan tersebut disediakan oleh pihak bank dengan penjelasan yang mudah dipahami dan antarmuka yang sederhana, memudahkan nasabah untuk memahami prosedur transaksi dan mengoperasikan layanan *mobile banking* dengan lancar. Jika pengguna percaya bahwa penggunaan teknologi akan mudah, maka kemungkinan adopsi teknologi tersebut akan lebih tinggi.¹⁶ Fakta yang ditemui di lapangan, layanan *mobile banking* memberikan kemudahan untuk transaksi sehari-hari sehingga dapat diakses kapan saja dan dimana saja, akan tetapi nasabah tidak minat menggunakan layanan BSI *mobile* dikarenakan nasabah lebih memilih transaksi di atm dibandingkan melalui *mobile banking* karena banyak mendengar berita akun yang diretas yang mengakibatkan rasa khawatir keamanan data nasabah.¹⁷

Pengaruh sosial (*social influence*) merupakan sejauh mana seorang individu merasakan bahwa orang lain yang penting percaya bahwa ia harus menggunakan sistem baru. Dalam hal ini bagaimana seorang individu percaya dengan seorang lainnya untuk menggunakan kemudahan *mobile banking*. Jika individu merasa bahwa orang-orang yang penting bagi mereka mendukung penggunaan teknologi, maka kemungkinan minat

¹³ V. Venkatesh, G. Morris, M., and F.D Davis, G., B., and Davis, 'User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View', *MIS Quarterly* 27, no. 3 (2003), 425-487

¹⁴ Mariyatul, *Wawancara*, 2 Oktober 2024.

¹⁵ Ibid, 425-487.

¹⁶ Ibid, 425-487.

¹⁷ Ulfa Rofiqoh, *Wawancara*, 2 Oktober 2024.

menggunakan teknologi meningkat.¹⁸ Fakta yang ditemui di lapangan, ketika nasabah mendapatkan dukungan atau rekomendasi yang positif dari lingkungan sekitar untuk menggunakan layanan *mobile banking* syariah, tetapi nasabah yang tidak minat menggunakan layanan BSI *mobile* dikarenakan pengaruh tersebut tidak cukup kuat untuk mengubah preferensi pribadi seseorang yang lebih merasa aman dengan cara tradisional.¹⁹ Dalam konteks ini, terdapat ketidaksesuaian antara teori dan realitas di lapangan, yang menunjukkan adanya kesenjangan teori. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mendalam untuk menganalisis dan mengatasi permasalahan tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna BSI *Mobile* pada Generasi Z di Kabupaten Ponorogo”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang diuraikan diatas, maka permasalahan yang akan dikaji dan dibahas dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah ada pengaruh ekspektasi kinerja terhadap minat generasi z dalam menggunakan BSI *Mobile* di Ponorogo?
- b. Apakah ada pengaruh ekspektasi usaha terhadap minat generasi z dalam menggunakan BSI *Mobile* di Ponorogo?
- c. Apakah ada pengaruh sosial terhadap minat generasi z dalam menggunakan BSI *Mobile* di Ponorogo?
- d. Apakah ada pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial terhadap minat generasi z dalam menggunakan BSI *Mobile* di Ponorogo secara simultan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis pengaruh ekspektasi kinerja terhadap minat generasi z dalam menggunakan BSI *Mobile* di Ponorogo.

¹⁸ V. Venkatesh, G. Morris, M., and F.D Davis, G., B., and Davis, ‘User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View’, *MIS Quarterly* 27, no. 3 (2003), 425–487.

¹⁹ Anisya Damayanti, Wawancara, 2 Oktober 2024.

- b. Untuk menganalisis pengaruh ekspektasi usaha terhadap minat generasi z dalam menggunakan BSI *Mobile* di Ponorogo.
- c. Untuk menganalisis pengaruh sosial terhadap minat generasi z dalam menggunakan BSI *Mobile* di Ponorogo.
- d. Untuk menganalisis pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial terhadap minat generasi z dalam menggunakan BSI *Mobile* di Ponorogo secara simultan.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan ulasan diatas, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

- a. Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi yang memperkaya literatur dan membantu meningkatkan pemahaman pembaca tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi z dalam menggunakan BSI *Mobile* di Ponorogo.

- b. Manfaat Secara Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini bisa digunakan sebagai sarana untuk mengembangkan ide dan mengungkap fenomena sosial di masyarakat melalui pengalaman langsung dalam proses penelitian. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk memperdalam wawasan penulis terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi z dalam menggunakan BSI *Mobile* di Ponorogo.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi empiris dan sebagai pembanding untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang membahas faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi z dalam menggunakan BSI *Mobile* di Ponorogo.

3. Bagi Perbankan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi z dalam menggunakan BSI *Mobile* di Ponorogo. Selain itu, hasil penelitian ini

juga bertujuan untuk memberikan kontribusi praktis yang bermanfaat bagi perbankan syariah bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pengguna terhadap layanan *mobile banking*. Hal ini diharapkan dapat mendorong inovasi meningkatkan kualitas layanan.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini meliputi:

Bab I Pendahuluan

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

Bab II Landasan Teori

Bab ini membahas tentang kajian teori yang digunakan dalam penelitian yaitu teori minat, UTAUT (*Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology*), ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, generasi Z agar rancangan penelitian memiliki dasar yang kuat.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini membahas tentang rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional variabel, lokasi penelitian, populasi dan sampel dalam penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, validitas instrumen, reliabilitas instrumen, teknik pengolahan dan analisis data.

Bab IV Pembahasan dan Analisis Data

Bab ini membahas tentang hasil pengujian instrumen dan hipotesis yang telah dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi z dalam menggunakan BSI *Mobile* di Ponorogo.

Bab V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan penelitian dan saran untuk peneliti selanjutnya.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Teori Minat

a. Pengertian Minat

Venkatesh menyatakan minat adalah tingkat keinginan atau niat seseorang untuk menggunakan sistem secara terus menerus.²⁰ Menurut Slameto, minat adalah kecenderungan seseorang yang konsisten untuk memperhatikan dan terlibat dalam suatu aktivitas atau objek karena merasa tertarik. Minat mencerminkan penerimaan hubungan antara diri individu dengan sesuatu di luar dirinya. Semakin erat hubungan tersebut, semakin besar minat yang muncul. Minat juga berkaitan dengan dorongan yang menggerakkan seseorang untuk terlibat dalam kegiatan, objek, orang, atau pengalaman yang dipicu oleh aktivitas itu sendiri.²¹

Minat berperan penting dalam meningkatkan motivasi seseorang dalam melakukan sesuatu. Menurut Crow and Crow, minat merupakan dorongan emosional yang mempengaruhi seseorang untuk bereaksi terhadap situasi tertentu dan menikmati kegiatan yang dilakukan. Crow and Crow menekankan bahwa minat muncul dari pengaruh lingkungan dan pengalaman.²²

Menurut Sardirman, minat adalah kecenderungan untuk memperhatikan dan melakukan aktivitas tertentu secara terus-menerus dengan perasaan senang. Minat timbul karena adanya keterlibatan emosional yang kuat terhadap objek atau aktivitas tersebut.²³ Minat menjadi faktor pendorong dalam membentuk perilaku dan Keputusan.

²⁰ V. Venkatesh, G. Morris, M., and F.D Davis, G., B., and Davis, 'User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View', *MIS Quarterly* 27, no. 3 (2003), 425-487'.

²¹ Slameto, *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), 180.

²² Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi Suatu Pengantar Perspektif Islam* (Jakarta: Kencana, 2004), 262.

²³ Sardiman, *Interaksi Dan Motivasi Belajar Mengajar* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 102.

Hilgar menyatakan bahwa minat adalah proses yang berkelanjutan di mana seseorang memberikan perhatian dan fokus pada hal yang diminati dengan perasaan senang dan puas.²⁴ Minat dapat diartikan sebagai ketertarikan dan kesukaan terhadap suatu hal atau aktivitas tanpa adanya paksaan. Secara sederhana, minat merupakan kecenderungan serta keinginan yang kuat atau ketertarikan yang mendalam terhadap sesuatu.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat dibagi menjadi 2, yaitu factor internal dan eksternal:²⁵

1) Faktor Internal

Adapun faktor yang tergolong dalam faktor internal, yaitu :

- a) Motif, ialah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong individu dalam melakukan aktivitas-aktivitas tertentu untuk mencapai tujuan.
- b) Sikap, adalah adanya suatu kecenderungan dalam subjek untuk menerima, menolak suatu objek yang berharga secara baik atau tidak baik.
- c) Permainan, diartikan sebagai suatu permasalahan tenaga psikis yang tertuju pada suatu subjek semakin intensif perhatiannya.
- d) Pengalaman, sebagai suatu proses pengenalan lingkungan fisik yang nyata baik dalam dirinya sendiri maupun di luar dirinya dengan menggunakan organ-organ indra.
- e) Tanggapan, merupakan banyaknya hal yang tinggal dalam ingatan setelah itu melakukan suatu kegiatan.
- f) Persepsi, adalah suatu proses untuk mengingat atau mengidentifikasi sesuatu, biasanya sering dipakai dalam persepsi rasa, bila benda yang kita ingat atau yang kita

²⁴ Yayat Suharyat, 'Hubungan Antara Sikap, Minat Dan Perilaku', *Jurnal Region* 1, no. 20 (2009): 1-19.

²⁵ Ibid, 1-19.

identifikasi adalah objek yang dipengaruhi oleh persepsi, karena dianggap sebagai tanggapan secara langsung terhadap suatu objek.

2) Faktor Eksternal

Adapun dari faktor eksternal, minat dipengaruhi oleh faktor berikut ini:

- a) Dorongan dari dalam diri individu, yaitu memiliki rasa ingin tahu akan membangkitkan minat dalam melakukan suatu kegiatan. Seperti, membaca, belajar, menuntut melakukan penelitian dan lain-lain.
- b) Motif Sosial ilmu, dapat menjadi faktor yang dapat membangkitkan minat untuk melakukan sesuatu aktivitas tertentu. Seperti, minat dalam menuntut ilmu pengetahuan yang timbul karena ingin mendapat penghargaan dari masyarakat, karena biasanya orang yang memiliki ilmu pengetahuan cukup luas (orang pandai) mendapat kedudukan tinggi dan akan terpuja dalam masyarakat.
- c) Faktor emosional, minat memiliki hubungan yang erat dengan emosi. Jika seseorang berhasil dalam suatu aktivitas, keberhasilan tersebut akan menimbulkan rasa senang yang dapat meningkatkan minat terhadap aktivitas tersebut.

c. Indikator Minat

Minat penggunaan mobile banking diukur dengan 3 indikator yaitu:²⁶

- 1) Keinginan untuk menggunakan (minat eksplorasi) yaitu ketertarikan terhadap sistem informasi sehingga muncul rasa penasaran dan rasa ingin menggunakan produk uang elektronik.
- 2) Minat kontinuitas, yaitu usaha yang dilakukan untuk terus menggunakan *mobile banking*.
- 3) Minat preferensi yaitu minat yang menggambarkan perilaku

²⁶ V. Venkatesh, G. Morris, M., and F.D Davis, G., B., and Davis, 'User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View', *MIS Quarterly* 27, no. 3 (2003), 425–487'.

seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. sehingga merasa ingin menggunakan lebih lama lagi.²⁷

2. *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT)

Pada tahun 2003 Venkatesh dan beberapa peneliti lain mengeluarkan sebuah ide metodologi penerimaan pengguna (*User Acceptance*) yaitu *UTAUT* yang merupakan singkatan dan *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology*. Metode UTAUT adalah model penelitian penerimaan pengguna yang memiliki tujuan untuk menjelaskan minat pengguna untuk menggunakan suatu sistem dan perilaku pengguna selanjutnya.²⁸ Pendekatan UTAUT merupakan teori yang berpengaruh dan banyak digunakan untuk melakukan penelitian penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi informasi karena UTAUT merupakan gabungan dari delapan teori penerimaan teknologi terkemuka menjadi satu teori.²⁹

Keunggulan UTAUT adalah sebagai berikut :³⁰

- Mampu menjelaskan bagaimana perbedaan perorangan dapat mempengaruhi penggunaan teknologi yakni dapat menjelaskan hubungan antara manfaat yang dirasakan, kemudahan pengguna dan niat untuk menggunakan suatu teknologi.³¹
- UTAUT mengintegrasikan beberapa teori penerimaan teknologi yang sudah ada, seperti *Technology Acceptance Model* (TAM), *Theory of Reasoned Action* (TRA), dan beberapa elemen lainnya.
- Meskipun UTAUT mengintegrasikan beberapa teori, kerangka kerja ini tetap sederhana dan mudah dipahami.
- UTAUT telah diuji secara luas dalam berbagai konteks dan populasi,

²⁷ Nina Laela Sugesti, Aini Kusniawati, and Faizal Haris Eko Prabowo, 'Pengaruh Omni-Channel Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen (Suatu Studi pada Produk Tabungan Emas PT. Pegadaian Syariah Cabang Padayungan)' 1 (2019), 92-101.

²⁸ Venkatesh, Morris, M., and Davis, G., B., and Davis, 'User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View', 425-487.

²⁹ Ibid, 425-487.

³⁰ Ibid, 425-487.

³¹ Jack T Marchewka, Chang Liu, and Kurt Kostiwa, 'An Application of UTAUT Model for Understanding Student Perceptions Using Course Management Software', *Communication of the IIMA* 7, no. 2 (2007): 93-104.

yang menghasilkan bukti empiris yang kuat tentang keandalannya dan validitasnya sebagai kerangka kerja untuk memahami penerimaan teknologi.

- UTAUT tidak hanya relevan dalam konteks penelitian akademis, tetapi juga dalam praktik bisnis dan pengembangan teknologi. Kerangka kerja ini dapat membantu dalam merancang strategi adopsi teknologi yang lebih efektif.

Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT) merupakan teori yang berpengaruh dan banyak diterapkan untuk melakukan penelitian penerimaan pengguna (*user acceptance*) terhadap suatu teknologi informasi.³² UTAUT yang dikembangkan oleh Venkatesh menggabungkan fitur-fitur yang berhasil dari delapan teori penerimaan teknologi terkemuka yang sudah ada sebelumnya menjadi satu teori. Delapan teori terkemuka yang disatukan di dalam UTAUT adalah:³³

- 1) *Theory of Reasoned Action (TRA)*
- 2) *Technology Acceptance Model (TAM)*
- 3) *Motivational Model (MM)*
- 4) *Theory of Planned Behavior (TPB)*
- 5) *Combined TAM and TPB (C-TAM-TPB)*
- 6) *Model of PC Utilization (MPCU)*
- 7) *Innovation Diffusion Theory (IDT)*
- 8) *Social Cognitive Theory (SCT)*

3. *Mobile Banking*

d. *Pengertian Mobile Banking*

Mobile banking merupakan layanan yang diberikan kepada nasabah bank yang penggunaannya melalui *smartphone*.³⁴ Layanan ini merupakan pengembangan dari inovasi sebelumnya yaitu *internet*

³² Nugroho Jatmiko Jati and Herry Laksito, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Dan Penggunaan Sistem E-Ticket', *Diponegoro Journal of Accounting* 1, no. 1 (2012),3.

³³ Venkatesh, Morris, M., and Davis, G., B., and Davis, 'User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View', 485-487.

³⁴ Budi Agus Riswandi, *Aspek Hukum Internet Banking* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), 83.

banking dan *sms banking* pada penggunaannya harus memiliki kuota data internet atau terhubung dengan jaringan internet lainnya.

Mobile banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon/*handphone* untuk melakukan berbagai transaksi yang telah disediakan pada fiturnya. *Mobile banking* merupakan pengembangan layanan pada perbankan yang dapat digunakan dengan telepon seluler yang terhubung dengan jaringan data yang digunakan oleh nasabah. Dengan adanya perkembangan model *mobile banking* ini membuat para nasabah tidak harus datang ke kantor cabang, serta adanya efisien waktu serta biaya, nasabah dapat langsung melihat transaksi perbankan melalui *mobile banking* seperti cek mutasi, cek saldo, belanja *online* (*e-commerce*), transfer antar bank atau bentuk lainnya sesuai dengan kebutuhan para nasabah. Dengan adanya layanan *mobile banking* keuntungan juga pastinya dirasakan oleh pihak bank yang juga dapat mengurangi modal biaya serta meningkatnya *profitabilitas*.

Mobile banking adalah layanan perbankan hasil inovasi dari *smsbanking* dan *internet banking*.³⁵ *Mobile banking* didefinisikan sebagai fasilitas jasa keuangan yang dikembangkan oleh lembaga perbankan guna memberikan kemudahan bagi nasabah dalam bertransaksi melalui *handphone*.³⁶ Dengan hal ini memungkinkan masyarakat terpencil tetap dapat mengakses layanan perbankan dimana saja.³⁷ Selain itu, *mobile banking* menjadi solusi modern menjangkau nasabah yang memiliki keterbatasan akses layanan perbankan.

³⁵ Nora Dery Sofya, Dedy Heriwibowo, and Rodianto, 'Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank NTB Syariah Cabang Sumbawa', *Jurnal Tambora* 4, no. 2 (2020), 42.

³⁶ Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan, and Evriyenni, 'Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)', *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance* 3, no. 1 (2019), 60.

³⁷ John Wamai and John M. Kandiri, 'Determinants of Mobile Banking Adoption by Customers of Microfinance Institutions in Nairobi County in Kenya', *International Journal of Sciences and Research (IJSR)* 6, no. 6 (2017), 2281.

Mobile banking dapat digunakan apabila nasabah telah menginstal aplikasi *mobile banking* tersebut di dalam handphonenya. Aplikasi *mobile banking* ini dapat diunduh melalui *Playstore* ataupun *Appstore*.³⁸ Dengan tersedianya *layanan mobile banking*, transaksi yang sebelumnya manual kini dapat dilakukan secara otomatis melalui ponsel, sehingga nasabah dapat menyelesaikannya secara mandiri.³⁹

Fasilitas yang ditawarkan oleh layanan *mobile banking* tidak hanya fasilitas transaksional melainkan juga terdapat fasilitas non transaksional seperti transfer, cek saldo, pembayaran, pembelian, perubahan PIN serta mengakses informasi. Fasilitas ini tidak jauh berbeda dari *mobile banking* syariah hanya saja dalam *mobile banking* syariah terdapat fitur islami seperti jadwal sholat, arah kiblat, pembayaran zakat dan lainnya. Fitur-fitur tersebut dirancang untuk memenuhi kebutuhan finansial sekaligus spiritual pengguna sesuai prinsip syariah.

Kehadiran *mobile banking* kini telah mampu menjawab kebutuhan masyarakat modern yang selalu mengedepankan efisiensi waktu dan biaya.⁴⁰ Hal ini dikarenakan dengan adanya *mobile banking* nasabah tidak perlu membutuhkan banyak waktu dan biaya untuk sampai ke kantor bank karena transaksi keuangan dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja melalui *handphone* yang terkoneksi dengan internet.⁴¹ *Mobile banking* menjadi salah satu inovasi yang mendukung pola hidup digital masyarakat yang semakin dinamis dan serba praktis.

³⁸ F. K Marpaung et al., 'Behavioral Stimulus for Using Bank Mestika Mobile Banking Services : UTAUT2 Model Perspective', *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business* 1, no. 2 (2021), 65.

³⁹ Livinsia Lieny, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kenyamanan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Dalam Menggunakan Mobile Banking Di BCA Pangkalpinang', *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Keuangan (JABK)* 8, no. 2 (2021), 58.

⁴⁰ Muhammad Ilham Mandrata and Yudi Suturso, 'Pengaruh Kegunaan, Kesesuaian, Keuntungan, Motivasi Dan Risiko Terhadap Niat Perilaku Pada Mobile Banking Bank Mandiri Di Surabaya', *Journal of Business and Banking* 9, no. 1 (2019), 5.

⁴¹ Muhammad Alimuddin, Nurdin, and Rizky Amalia, 'Produk Layanan Transaksi Online Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri Menurut Perspektif Ekonomi Syariah', *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 1, no. 2 (2019), 60.

Pada umumnya *mobile banking* terbagi menjadi tiga golongan yaitu:⁴²

a. Bersifat informasional

Dalam hal ini layanan *mobile banking* hanya memberikan informasi terkait dengan produk serta layanan yang dimiliki oleh suatu bank. Risiko dalam layanan ini dapat dikatakan rendah karena tidak ada transaksi antar nasabah dengan bank.

b. Bersifat komunikatif

Maksud dari *mobile banking* bersifat komunikatif yaitu dalam layanan ini terdapat kemungkinan adanya interaksi antar nasabah dengan bank melalui jaringan atau sistem yang terhubung dengan bank. Interaksi tersebut berkaitan dengan informasi saldo, laporan transaksi, perubahan data pribadi serta formulir-formulir keanggotaan layanan dari suatu bank.

c. Bersifat transaksional

Dalam hal ini layanan *mobile banking* memungkinkan nasabah melakukan transaksi langsung dengan bank karena sistem ini langsung terhubung dengan server utama yang berada di bank. Transaksi yang dapat dilakukan oleh nasabah yaitu terkait dengan informasi saldo, pembayaran, transfer dana, isi ulang pulsa dan lain sebagainya.

2. Manfaat *Mobile banking*

Manfaat *Mobile banking* terbagi menjadi dua yaitu manfaat kepada nasabah dan manfaat bagi perbankan. Manfaat *mobile banking* bagi perbankan antara lain:⁴³

- *E-banking* membantu mengurangi biaya pengiriman layanan kepada pelanggan. Ini memberi bank keunggulan kompetitif.

⁴² Novitasari Putri Wulandari and Nadya Novandriani Karina Moeliono, 'Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan Mobile Banking Di Bandung', *Bisnis Dan Iptek* 10, no. 2 (2017), 142.

⁴³ Renu and Kuldeep Singh, 'The Impact of E-Banking on the Use of Banking Services and Customers Satisfaction', *International Journal of Trend in Scientific Research and Development* 3, no. 4 (2019), 21.

- Mengurangi penggunaan uang kertas yang membantu Bank Sentral dalam mencetak lebih sedikit uang kertas.
- Melalui situs web, bank dapat memperoleh pendapatan dengan aktivitas promosi.
- Pelanggan dapat dengan mudah mentransfer dana dari suatu tempat ke tempat lain secara elektronik.
- Nasabah dapat memperoleh dana setiap saat dari ATM.
- Nasabah dapat memanfaatkan fasilitas *e-banking* kapan saja, dimana saja, oleh karena itu ada kebutuhan untuk berinvestasi lebih banyak dan lebih lanjut tentang infrastruktur yang relevan.
- Bank dapat selalu terhubung dengan nasabah sehingga dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan.

Selain itu, lima keuntungan yang didapatkan perbankan melalui layanan *Mobile banking*.⁴⁴ Pertama, memperluas *Business Expansion*, hadirnya *mobile banking* memaksimalkan bisnis perbankan dengan meminimalkan biaya operasional melalui ketersediaan kantor cabang dan mesin ATM. Teknologi tersebut mulai menghilangkan batasan fisik, ruang, dan waktu untuk mengakses layanan perbankan. Keuntungan kedua yaitu meningkatkan *customer loyalty*. Nasabah yang sering berpindah-pindah dan membutuhkan aktivitas perbankan dengan cepat akan sangat terbantu dengan hadirnya *mobile banking* sehingga meningkatkan rasa kenyamanan dan kepuasan, dengan meningkatkan kepuasan pelanggan maka loyalitas nasabah pun akan meningkat. Ketiga, *revenue and cost improvement*. Hal ini berhubungan dengan alasan pertama tadi yaitu pendapat semakin meningkat dengan biaya yang menurun karena transaksi melalui *mobile banking* sangat terjangkau dan tidak membutuhkan biaya operasional bagi perbankan. Keuntungan keempat adalah *competitive advantage*. Di masa ini persaingan antar perbankan sangat ketat, setiap bank ditantang untuk dapat

⁴⁴ Faramita and Dwitama, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model Pada Bank Syariah', *Jurnal Ekonomi STIE Haji Agus Salim Bukittinggi* 18, no. 2 (2015), 17.

selalu memuaskan nasabahnya melalui layanan perbankan untuk mempertahankan nasabah atau mengakuisisi nasabah baru sehingga layanan *mobile banking* menjadi salah satu produk yang bersaing di antara perbankan. Dan keuntungan kelima adalah *new business model* yaitu bisnis digitalisasi perbankan melalui kemudahan transaksi, aman, dan cepat dibanding dengan alat transaksi keuangan sebelumnya melalui ATM atau kantor cabang.

Selanjutnya manfaat *mobile banking* bagi nasabah antara lain :⁴⁵

- *Mobile banking* memberikan layanan 24 jam kepada nasabah.
- Akses mudah ke informasi akun dalam waktu cepat.
- Pembayaran dapat dilakukan secara *online* untuk pembelian barang dan layanan.
- Pelanggan dapat dengan mudah mentransfer dana dari satu tempat ke tempat lain secara elektronik.
- Nasabah dapat memperoleh dana setiap saat dari ATM.
- Dengan *e-banking* nasabah bisa mengecek saldo rekening, mendapatkan laporan rekening mereka, ajukan pinjaman, dan mengumpulkan informasi lainnya tentang bank.

Akturan dan Tezcan menyebutkan bahwa *mobile banking* menghasilkan banyak manfaat bagi pengguna, termasuk konektivitas instan, interaktivitas, optimalisasi waktu dan kenyamanan.⁴⁶

4. Ekspektasi Kinerja

a. Pengertian Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

Ekspektasi kinerja merupakan keyakinan seseorang dalam melakukan suatu pekerjaannya akan terbantu jika menggunakan suatu sistem. Ekspektasi kinerja (*Performance expectancy*) sebagai suatu analisa dalam mengukur seberapa tinggi seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu sistem akan mudah terbantu dalam

⁴⁵ Renu and Singh, 'The Impact of E-Banking on the Use of Banking Services and Customers Satisfaction', 22.

⁴⁶ Ulun Akturan and Nuray Tezcan, 'Mobile Banking Adoption of the Youth Market: Perceptions and Intentions', *Marketing Intelligence and Planning* 30, no. 4 (2012), 450.

mendapatkan keuntungan-keuntungan dalam kinerja pekerjaannya.⁴⁷ Konstruk ini tersusun atas lima variabel dari model yang berbeda, yaitu: kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness pada TAM/TAM2 dan C-TAM-TPB*), motivasi ekstrinsik (*extrinsic motivation pada MM*), kecocokan pekerjaan (*job-fit pada MPCU*), keuntungan relatif (*relative advantage pada IDT*), dan harapan hasil (*outcome expectations pada SCT*).⁴⁸ Konstruk ini menggambarkan bagaimana faktor-faktor tersebut saling berinteraksi untuk memengaruhi persepsi individu terhadap manfaat yang diperoleh dari penggunaan sistem dalam menunjang kinerja mereka.

Seseorang dalam menggunakan *mobile banking* jika mempercayai bahwa *mobile banking* dapat memberikan suatu manfaat terhadap pekerjaannya dan mendapat pencapaian prestasi dalam pekerjaannya. Nasabah berharap akan memperoleh manfaat, pada saat nasabah melakukan tugas dan pekerjaan rutinnnya setelah menggunakan aplikasi *mobile banking*. Pengukuran kemanfaatan tersebut dapat dilihat berdasarkan frekuensi penggunaan layanan yang dijalankan. Oleh karena itu tingkat kemanfaatan *mobile banking* akan mempengaruhi sikap nasabah terhadap sistem.⁴⁹

Jika pengguna merasa pekerjaannya telah dimudahkan ketika menggunakan suatu sistem dalam layanan *mobile banking* maka pengguna akan memiliki minat untuk memanfaatkan sistem tersebut dan menggunakannya secara berkelanjutan. Ketika sistem tersebut dapat memberikan kemudahan dalam penggunaannya maka sistem tersebut telah meningkatkan kinerja penggunaannya.⁵⁰ Hal ini menunjukkan bahwa

⁴⁷ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan* (Yogyakarta: CV Andi Offiset, 2007), 207.

⁴⁸ V. Venkatesh, G. Morris, M., and F.D Davis, G., B., and Davis, 'User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View', *MIS Quarterly* 27, no. 3 (2003), 425-487'.

⁴⁹ Syamsul Hadi and Novi, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking', *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan* 5, no. 1 (2015), 55-67.

⁵⁰ Pertiwi and Ariyanto, 'Penerapan Model UTAUT2 Untuk Menjelaskan Minat Dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking Di Kota Denpasar', *E-Journal Akuntansi Universitas Udayana* 18, no. 02 (2017), 478-487.

kemudahan penggunaan sistem memberikan kontribusi langsung pada tingkat minat pengguna terhadap layanan mobile banking.

b. Konstruk Ekspektasi Kinerja

Terdapat beberapa konstruk ekspektasi kinerja yaitu:⁵¹

a) Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Persepsi terhadap kegunaan yaitu seberapa jauh seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu sistem tertentu akan menambah dan meningkatkan kinerjanya.

b) Motivasi Ekstrinsik (*Extrinsic Motivation*)

Motivasi ekstrinsik yaitu persepsi yang diinginkan pengguna untuk melakukan suatu aktivitas itu sendiri, seperti kinerja pekerjaan, pembayaran, dan promosi-promosi.

c) Kesesuaian Pekerjaan (*Job Fit*)

Kesesuaian pekerjaan adalah bagaimanakah kemampuan-kemampuan dari suatu sistem untuk meningkatkan dan menambah kinerja pekerjaan individual.

d) Keuntungan Relatif (*Relative Advantage*)

Keuntungan relatif yaitu seberapa jauh menggunakan suatu inovasi yang dipersiapkan lebih baik dibandingkan menggunakan pendahulunya.

e) Ekspektasi Hasil (*Outcome Expectations*)

Ekspektasi hasil yaitu konsekuensi-konsekuensi yang berhubungan dari perilaku. Ekspektasi hasil mencerminkan keyakinan individu akan menghasilkan hasil yang diinginkan.

c. Indikator Ekspektasi Kinerja

Indikator ekspektasi kinerja menurut Venkatesh yaitu:⁵²

a) Kecepatan operasional, merupakan dalam penerapan teknologi, dapat mempercepat penyelesaian pekerjaan.

⁵¹ V. Venkatesh, G. Morris, M., and F.D Davis, G., B., and Davis, 'User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View', *MIS Quarterly* 27, no. 3 (2003), 425-487.

⁵² Ibid, 425-487.

- b) Efektivitas teknologi, merupakan seseorang menggunakan teknologi secara efektif dapat meningkatkan kinerja secara signifikan.
- c) Optimasi kinerja, merupakan memanfaatkan teknologi secara optimal dapat secara signifikan meningkatkan produktivitas dan efisiensi dalam berbagai jenis pekerjaan.

5. Ekspektasi Usaha

a. Pengertian Ekspektasi Usaha (*Effort expectancy*)

Ekspektasi usaha (*effort expectancy*) merupakan tingkat kemudahan penggunaan sistem yang akan dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu) individu dalam melakukan pekerjaannya.⁵³ Tiga konstruk yang membentuk konsep ini yaitu kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use* pada TAM/TAM2), kompleksitas (*complexity* pada MPCU), dan kemudahan penggunaan (*ease of use* pada IDT).

Ekspektasi usaha merupakan suatu tingkat kemudahan (*ease of use*) yang terhubung dengan penggunaan suatu sistem. Jika suatu sistem mudah digunakan, maka usaha yang dilakukan tidak terlalu sulit dan sebaliknya jika suatu sistem sulit untuk digunakan, maka diperlukan usaha yang sulit dalam menggunakannya.⁵⁴ Kemudahan penggunaan teknologi informasi akan menimbulkan perasaan dalam diri seseorang bahwa sistem itu memiliki kegunaan dan karenanya menimbulkan rasa yang nyaman jika bekerja dengan menggunakannya.⁵⁵

Kemudahan menggunakan *mobile banking* memiliki makna bahwa layanan *mobile banking* oleh pihak bank akan mudah dipahami dan mudah untuk digunakan, sehingga nasabah mudah mempelajari tata cara bertransaksi dan mengoperasikan layanan *mobile banking*.

⁵³ V. Venkatesh, G. Morris, M., and F.D Davis, G., B., and Davis, 'User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View', *MIS Quarterly* 27, no. 3 (2003), 425–487.

⁵⁴ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, 115.

⁵⁵ Drajat Priyo Tri Atmojo, 'Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi Dan Penggunaan Sistem Informasi (Studi Empiris Pada Pemerintahan Daerah Kabupaten Banyuwangi)' (Skripsi: Universitas Jember, 2016), 50.

Penerimaan penggunaan sebuah sistem juga dapat dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan sistem tersebut. Ini merupakan suatu refleksi psikologis pengguna untuk lebih bersikap terbuka terhadap sesuatu yang mudah dipahami. Kemudahan tersebut dapat mendorong seseorang dalam menerima dan menggunakan sebuah sistem baru.⁵⁶

Untuk membuat pengguna tertarik dalam menggunakan layanan *mobile banking* maka pengguna harus mengeluarkan sedikit usaha untuk mempelajari penggunaan layanan *mobile banking* tersebut. Sebaliknya jika pengguna mengeluarkan usaha yang besar dalam menggunakan layanan *mobile banking*, maka kemungkinan besar pengguna tidak akan merasa tertarik untuk layanan *mobile banking*.

b. Indikator Ekspektasi Usaha

Ekspektasi usaha memiliki indikator yaitu:⁵⁷

- a) Mudah dipelajari, yaitu kemampuan dalam mengoperasikan suatu teknologi secara efektif dan mudah.
- b) Mudah digunakan, yaitu teknologi yang sederhana memungkinkan pengguna untuk menjalankan tugas tanpa memerlukan usaha yang berlebihan atau rumit.
- c) Fleksibilitas akses, yaitu kemudahan dalam menguasai penggunaan teknologi.
- d) Navigasi jelas, yaitu dalam suatu teknologi, aksesnya haruslah jelas dan mudah dipahami oleh pengguna agar mereka dapat menggunakannya dengan efektif dan efisien.

6. Pengaruh Sosial

a. Pengertian Pengaruh Sosial

Perspektif berbasis pengaruh sosial berfokus pada konsep pengaruh sosial yang digunakan dalam *UTAUT (Unified Theory of Acceptance and usage of technology)*, yang mirip dengan norma

⁵⁶ Syamsul Hadi and Novi, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking', *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan* 5, no. 1 (2015), 55-67.

⁵⁷ V. Venkatesh, G. Morris, M., and F.D Davis, G., B., and Davis, 'User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View', *MIS Quarterly* 27, no. 3 (2003), 425-487'.

subjektif dalam *TPB (Theory of Planned Behavior)*.⁵⁸ Pengaruh sosial merupakan penentu langsung dari minat pengguna yang diwakilkan sebagai norma subyektif pada TRA, TAM 2, TPB / DTPB dan CTAM-TPB, pengaruh sosial (*social factors* pada MPCU), dan kesan (*image* pada IDT).⁵⁹

Pengaruh sosial merupakan faktor yang berhubungan dengan pengaruh orang lain yang signifikan seperti lingkungan keluarga, sahabat, teman-teman dan lingkungan kerja untuk seseorang mengambil keputusan apakah ia akan menggunakan produk atau jasa tertentu. Norma sosial mempengaruhi seseorang untuk menerima teknologi terbaru atau tidak.⁶⁰ Pengaruh sosial ini dapat meningkatkan niat seseorang untuk mengadopsi teknologi baru, karena adanya tekanan atau dorongan dari kelompok sosial di sekitarnya.

Pengaruh sosial yaitu sejauh mana seorang individu mempersepsikan kepentingan yang dipercaya oleh orang lain yang akan mempengaruhinya menggunakan suatu sistem baru tersebut.⁶¹ Pengaruh sosial memiliki dampak pada perilaku individu dalam tiga mekanisme diantaranya ketaatan (*compliance*), internalisasi (*internalization*), dan identifikasi (*identification*).⁶² Semakin banyak pengaruh yang diberikan sebuah lingkungan terhadap calon pengguna teknologi informasi untuk menggunakan suatu teknologi informasi yang baru maka semakin besar pula minat yang timbul dari seorang calon pengguna tersebut dalam menggunakan suatu teknologi informasi karena pengaruh yang kuat dari lingkungan di sekitarnya.

⁵⁸ Nizar Soudien, Riadh Ladhari, and Walid Chaouali, 'Mobile Banking Adoption: A Systematic Review', *International Journal of Bank Marketing* 39, no. 2 (2021), 214–241.

⁵⁹ V. Venkatesh, G. Morris, M., and F.D Davis, G., B., and Davis, 'User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View', *MIS Quarterly* 27, no. 3 (2003), 425–487.

⁶⁰ Siti Amarah, Husnurrosyidah Husnurrosyidah, and Ely Masykuroh, 'Financial Attitude, Trust, and ROSCAs' Member Commitment: Social Relations as Mediating Factor', *GLOBAL BUSINESS FINANCE REVIEW* 28, no. 3 (30 June 2023): 35–49, <https://doi.org/10.17549/gbfr.2023.28.3.35>.

⁶¹ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, 311.

⁶² Fred D Davis, 'Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance Of Information Tecnology', *MIS Quarterly* 13, no. 3 (1989): 319–340.

Herbert Kelman mendefinisikan tiga varietas luas dari pengaruh sosial.⁶³

- 1) Kepatuhan yaitu ketika orang tampaknya setuju dengan orang lain, namun sebenarnya dia tetap tidak setuju.
- 2) Identifikasi yaitu ketika orang dipengaruhi oleh seseorang yang disukai dan dihargai, seperti seorang selebriti terkenal atau seorang pemain favorit yang berbakat.
- 3) Internalisasi yaitu ketika seseorang menerima suatu keyakinan atau perilaku dan setuju baik secara umum maupun pribadi. Dalam konsep ini terdapat suatu gabungan variabel-variabel yang diperoleh dari model penelitian sebelumnya tentang model penerimaan dan penggunaan suatu teknologi. Adapun variabel tersebut diantaranya yaitu norma subyektif (*subjective norms*) dan gambaran (*image*).

Terdapat 3 bentuk dari *social influence*, di antaranya:⁶⁴

- 1) Konformitas (*Conformity*), yaitu sebuah pengaruh sosial dimana akan terjadi perubahan perilaku yang timbul karena mengikuti norma sosial yang berlaku.
- 2) Kesepakatan (*Compliance*), yaitu sebuah bentuk pengaruh sosial yang mencakup permintaan langsung individu kepada orang lain.
- 3) Kepatuhan (*Obedience*), yaitu bentuk pengaruh sosial dimana perubahan perilaku terjadi karena adanya instruktur dari orang lain yang mempunyai kewenangan.

b. Indikator Pengaruh Sosial

Social influence terdapat beberapa indikator, di antaranya:⁶⁵

- 1) Norma subyektif, persepsi individu terhadap sesuatu dapat dipengaruhi oleh pandangan orang-orang penting dalam hidupnya

⁶³ Herbert Kelman, 'Compliance, Identification, and Internalization: Three Processes of Attitude Change', *Journal of Conflict Resolution* 2, no. 1 (1958), 51–60.

⁶⁴ Kamaruddin Hidayat and Khoiruddin Bashori, *Psikologi Sosial: Aku, Kami, Dan Kita* (Jakarta: Erlangga, 2016) 53.

⁶⁵ Edward Shih-Tse Wang and Chou, 'Consumer Characteristics, Social Influence, and System Factors on Online Group-Buying Repurchasing Intention', *Journal of Electronic Commerce Research* 15, no. 2 (2014): 119–132.

mengenai apa yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan untuk dilakukan.

- 2) Faktor-faktor sosial, perasaan individu terhadap budaya suatu kelompok dan keputusan untuk setuju dalam konteks tersebut dapat dipengaruhi oleh seseorang dalam situasi tertentu yang relevan dengan nilai-nilai dan norma kelompok tersebut.
- 3) Citra, inovasi yang diterapkan dianggap dapat meningkatkan status sosial seseorang dengan memberikan keunggulan kompetitif dan pengakuan dalam masyarakat.

7. Generasi Z

a. Pengertian Generasi Z

Generasi Z adalah generasi yang lahir saat teknologi tersebut sudah tersedia, berbeda dengan generasi Y (milenial) yang masih mengalami transisi teknologi hingga menuju internet.⁶⁶ Generasi Z adalah generasi yang lahir pada tahun 1997-2012.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, generasi Z disebut *juga I generation*, generasi net atau generasi internet.⁶⁷ Mereka memiliki kesamaan dengan generasi Y, tapi mereka mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu seperti nge-tweet menggunakan ponsel, *browsing* dengan PC, dan mendengarkan musik menggunakan *earphone*. Apapun yang dilakukan kebanyakan berhubungan dengan dunia maya. Sejak kecil mereka sudah mengenal teknologi dan akrab dengan gadget canggih yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepribadian mereka.

Generasi Z atau Gen Z atau *iGen* atau *centennials*, mengacu pada generasi yang lahir antara 1997-2012, setelah generasi milenium atau gen Y. Generasi Z telah dibesarkan oleh internet dan media sosial, sudah menjalani pendidikan tinggi di perguruan tinggi dan sebagian telah

⁶⁶ Ranny Rastati, 'Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z Di Jakarta', *Jurnal Teknologi Pendidikan* 6, no. 1 (2018), 60–73.

⁶⁷ KBBI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, 2016, 101.

menyelesaikannya dan memasuki dunia kerja pada tahun 2020. Generasi Z tumbuh dengan teknologi, internet, dan media sosial, yang terkadang menyebabkan mereka mendapatkan stereotip sebagai pecandu teknologi, anti-sosial, atau pejuang keadilan sosial.⁶⁸ Konteks itu telah menghasilkan generasi *hyper* kognitif yang sangat nyaman dengan mengumpulkan banyak referensi sumber informasi serta mengintegrasikan pengalaman virtual dan *offline*.⁶⁹

b. Karakteristik Generasi Z

Menurut Pratiwi (2021) ada beberapa karakteristik dari generasi Z adalah sebagai berikut:

1) Menguasai Teknologi

Generasi Z adalah generasi digital yang pandai dan bijaksana teknologi informasi dan berbagai aplikasi komputer. Dapat mengakses berbagai informasi yang dibutuhkan secara mudah dan cepat.

2) Sosial

Generasi Z sangat paham berinteraksi melalui media sosial dengan semua kalangan, khususnya dengan teman sebaya melalui berbagai layanan aplikasi.⁷⁰ Melalui layanan aplikasi mereka dengan mudah menunjukkan apa yang dirasakan dan dipikirkannya secara langsung.

3) Skeptif dan Sinis

Sikap skeptis dan sinis yang dimaksud adalah perilaku yang mengutamakan realita dalam pengambilan keputusan, akan mengutamakan kebutuhan sebagai dasar untuk menentukan sesuatu. Sikap ini cenderung mendorong individu untuk lebih berhati-hati dan mempertimbangkan berbagai bukti sebelum memutuskan.

⁶⁸ Business Insider, 'Generation Z: Latest Characteristic, Research, and Facts', 2019, <https://www.businessinsider.com/generation-z?IR=T>, diakses tanggal 20 Maret 2024.

⁶⁹ Tracy Francis and Fernanda Hoefel, "'True Gen': Generation Z and Its Implications for Companies", *McKinsey & Company*, 2018, 1-10.

⁷⁰ Hadion Wijoyo et al., *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0* (Purwokerto: Pena Persada, 2020), 27.

4) Hobi melakukan pembayaran non-tunai

Kecanggihan teknologi di ponsel atau gadget lainnya memudahkan dalam melakukan transaksi yang juga semakin modern. Hal ini sejalan dengan berkembangnya model pembayaran non tunai. Hal ini tidak disia-siakan oleh generasi z yang suka terhadap hal instan. Hampir separuh generasi z lebih mempunyai bertransaksi non tunai. Hal ini masih berhubungan ciri yang sudah disebutkan, yaitu membeli barang secara *online*. Biasanya, toko *online* menggunakan pembayaran secara tunai melalui transfer bank.

5) Kritis terhadap fenomena sosial

Generasi z banyak menghabiskan waktu untuk berkelana di dunia maya. Oleh karena itulah, mereka mendapatkan informasi dari seluruh dunia. Tidak mengherankan apabila kaum milenial sangat aktif dalam beropini di media sosial mengenai berita yang sedang hangat.

6) Generasi ini cenderung tidak loyal namun bekerja efektif

Diperkirakan pada tahun 2025 mendatang, generasi z dan generasi milenial akan menduduki porsi tenaga kerja di seluruh dunia sebanyak 75 persen. Seperti diungkap oleh riset *socialab*, kebanyakan dari milenial cenderung meminta gaji tinggi, menerima jam kerja fleksibel. Mereka juga tidak loyal terhadap suatu pekerjaan atau perusahaan.⁷¹

c. Sifat-Sifat Generasi Z

Adapun sifat generasi Z terbagi menjadi dua yaitu:

1. Sifat Positif Generasi Z

a. Ahli dengan gadget dan teknologi

Banyak generasi Z sudah ahli dan biasa hidup dengan gadget dan teknologi modern. Komunikasi dengan menggunakan gadget bukan hanya soal alat, namun menjadi gaya.

⁷¹ Hadion Wijoyo et al., *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0* (Purwokerto: Pena Persada, 2020), 28.

b. Selalu ingin cepat

Generasi Z ingin cepat berhasil dalam menginginkan sesuatu, pengaruh budaya instan membuat generasi Z selalu ingin cepat. Pengaruh gadget yang menyediakan jawaban atas persoalan membuat generasi Z ingin cepat berhasil.⁷²

c. Kritis

Generasi Z dengan mudah mencari berbagai informasi dan jawaban terhadap beberapa persoalan. Karena sudah biasa melihat banyak hal dengan data dan informasi yang lengkap, membuat generasi Z lebih kritis terhadap apa saja yang dilihat.

d. Memiliki ambisi sukses

Generasi Z cenderung memiliki ambisi besar untuk sukses karena banyaknya *role* model yang diidolakan. Ambisi untuk menggapai mimpi didukung oleh kondisi dunia yang lebih baik.

e. Suka pakai uang digital

Generasi Z mengerti bagaimana belanja *online*, dengan melakukan pembayarannya menggunakan pembayaran *online*.⁷³

Kecanggihan teknologi di ponsel memudahkan dalam melakukan transaksi yang semakin modern. Generasi Z lebih banyak menggunakan *QR Code (Quick Response Code)* atau *QR Payment*. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z terbiasa dengan sistem pembayaran digital yang praktis dan efisien.

f. Rasa keingintahuan yang tinggi

Generasi Z memiliki rasa keingintahuan yang tinggi, justru menjadi bekal generasi Z untuk meningkatkan kecerdasannya. Hal tersebut dapat dilihat dari kebiasaan generasi Z yang suka mengutak-atik gawai sendiri.⁷⁴ Keingintahuan ini mendorong mereka untuk terus belajar dan mengeksplorasi teknologi baru.

⁷² Paul Suparno, *Orang Tua Diskretif Di Era Generasi Z* (Yogyakarta: Kanisius, 2020), 45.

⁷³ Zakiah Nur Jannah, *Mendidik Anak Muslim Generasi Digital* (Yogyakarta: Pustaka Al Uswah, 2020), 25.

⁷⁴ Suparno, *Orang Tua Diskretif Di Era Generasi Z*, 46.

g. Komunikasi luas

Generasi Z memiliki jaringan komunikasi yang luas, melalui gadget mereka dapat berkomunikasi dengan siapa saja. Tidak terbatas pada teman-teman sebaya saja, mereka dapat berkomunikasi dengan pejabat, artis dan orang lain melalui media sosial. Kemampuan ini membuat generasi Z cepat beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital.

2. Sikap Negatif Generasi Z

a. Tidak suka diatur dan dikekang

Generasi Z cenderung ingin memperoleh kebebasan, mereka tidak suka diatur dan dikekang. Karena ingin memegang kontrol dan menawarkan kebebasan berekspresi.

b. Generasi yang tidak sabaran

Generasi Z lebih suka berkomunikasi dalam pesan yang lebih pendek, generasi Z lebih menyukai umpan balik konstan dan langsung. Generasi Z terbiasa mewujudkan keinginan dan kebutuhan hanya dengan membutuhkan informasi sekarang dan memiliki banyak alat untuk mendapatkan informasi.

c. Generasi malas gerak (Mager)

Generasi Z banyak yang malas gerak akibat teknologi yang memberikan banyak kemudahan, munculnya aplikasi yang membuat siapa saja mudah untuk membeli atau membayar sesuatu dimana saja dan kapan saja selagi bisa mengakses layanan tersebut.⁷⁵

d. Cenderung individual

Sifat individual generasi Z membuat menjadi egois dan mementingkan diri sendiri, sifat tersebut muncul karena generasi Z lebih sering menghabiskan waktu dengan gadget daripada memperhatikan sekitarnya.

⁷⁵ Jannah, *Mendidik Anak Muslim Generasi Digital*, 25.

e. Kecanduan internet

Jika generasi Z selalu menghabiskan waktu dalam dunia maya dan mengabaikan kegiatan lainnya di dunia nyata, maka kemungkinan generasi Z akan terkena *Internet Addiction Disorder* (IAD).⁷⁶ Kondisi ini dapat berdampak negatif pada kesehatan mental, produktivitas, dan hubungan sosial mereka di kehidupan sehari-hari.

f. Mudah putus asa dan frustrasi

Generasi Z cenderung ingin cepat melakukan sesuatu, ingin cepat berhasil dan menganggap semua dapat dengan mudah dikerjakan dan diselesaikan. Namun beberapa persoalan memang tidak dapat diselesaikan, sehingga generasi Z dengan mudah frustrasi karena persoalannya tidak kunjung selesai.

B. Kajian Pustaka

Penulis melakukan penelitian terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, antara lain:

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Widya Anjani dan Imam Mukhlis (2022) "Penerapan Model UTAUT (<i>The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology</i>) Terhadap Minat Dan Perilaku	Variabel <i>performance Expectancy, Effort Expectancy dan Social Influence</i> mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan hubungannya dengan niat perilaku dalam	Sama-sama menggunakan variabel independen ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial dan variabel dependen	Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian ini meneliti satu dependen saja yaitu minat sedangkan penelitian oleh Widya meneliti 2 dependen

⁷⁶ Destiana Rahmawati, *Millenials And I-Generation Life* (Yogyakarta: Laksana, 2018), 20.

No	Nama dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Penggunaan <i>Mobile Banking</i> ”	menggunakan m-banking BRI. Sedangkan hasil penelitian pada regresi 2 yaitu kondisi fasilitasi dan niat perilaku juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan <i>m-banking</i> BRI. ⁷⁷	minat	minat dan perilaku dan penggunaan serta perbedaan waktu dan lokasi penelitian.
2.	Ni Kadek Rahayu Nopianti (2021) “Penerapan Model UTAUT 2 untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan <i>Mobile Banking</i> .”	Minat penggunaan <i>mobile banking</i> dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja, faktor sosial budaya, motivasi hedonis dan nilai harga. Sedangkan perilaku penggunaan <i>mobile banking</i> dipengaruhi oleh kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan dan minat penggunaan. ⁷⁸	Sama-sama menggunakan variabel independen ekspektasi kinerja dan variabel dependen minat.	Perbedaan dengan penelitian ini yaitu penelitian ini menggunakan UTAUT sedangkan penelitian Ni Kadek Rahayu menggunakan pendekatan UTAUT 2 dengan variabel dependen minat dan perilaku penggunaan. Lokasi dan waktu penelitian juga berbeda.

⁷⁷ Widya Anjani and Imam Mukhlis, ‘Penerapan Model UTAUT (The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking’, *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen* 21, no. 1 (28 April 2022): 1.

⁷⁸ Ni Kadek Rahayu Nopiani and I Made Pande Dwiana Putra, ‘Penerapan Model UTAUT 2 untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking’, *E-Jurnal Akuntansi* 31, no. 10 (27 October 2021): 2569.

No	Nama dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
3.	Sindi Livia Damayanti, Yepi Yani, Asnaini, Nonie Afrianty (2021), "Minat Menggunakan E-Wallet pada Generasi Milenial dengan Pendekatan UTAUT (<i>Unified Theory of Acceptance Use of Technology</i>)"	Ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan <i>e-wallet</i> di kota Bengkulu, sedangkan faktor ekspektasi kinerja tidak memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan <i>e-wallet</i> di kota Bengkulu. ⁷⁹	Sama-sama menggunakan variabel independen ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial dan variabel dependen minat.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian ini tidak menggunakan variabel bebas kondisi fasilitas sedangkan penelitian Sedangkan penelitian Sindi menggunakan variabel bebas kondisi fasilitas. Metode penelitian ini menggunakan SPSS dan teknik sampel <i>accidental sampling</i> sedangkan penelitian Sindi menggunakan aplikasi SMART-PLS dan teknik sampel <i>purposive sampling</i> .
4.	Argani Arief dan Santoso dan Indira	Faktor-faktor dari pengaruh tertinggi hingga terendah	Sama-sama menggunakan variabel	Perbedaan dengan penelitian ini

⁷⁹ Sindi Livia Damayanti et al., 'Minat Menggunakan E-Wallet pada Generasi Milenial dengan Pendekatan UTAUT (*Unified Theory of Acceptance Use of Technology*)', *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi dan Perbankan Syariah* 6, no. 1 (30 April 2021): 63.

No	Nama dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Rachmawati (2021), "Analisis Minat Pengguna Layanan M-Banking Livin' By Mandiri Di Indonesia Menggunakan Model Modifikasi UTAUT 2"	berturut-turut berdasarkan <i>path coefficient</i> adalah <i>Social Influence, Trust, Habit, dan Hedonic Motivation</i> . Dalam faktor moderasi, <i>Age</i> dan <i>Gender</i> tidak memoderasi pengaruh faktor <i>Behavioral Intention</i> . ⁸⁰	independen ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial dan variabel dependen minat.	yaitu penelitian ini menggunakan UTAUT sedangkan penelitian Rachmawati menggunakan pendekatan UTAUT 2 dengan variabel dependen minat dan perilaku penggunaan. Penelitian ini tidak ada variabel moderasi serta menggunakan aplikasi pengujian SMART-PLS sedangkan penelitian Rachmawati menggunakan variabel moderasi dengan aplikasi SPSS 21. Lokasi, objek, dan waktu penelitian berbeda dengan penelitian ini.

⁸⁰ Argani Arief Santoso and Indira Rachmawati, 'Analisis Minat Pengguna Layanan M-Banking Livin' By Mandiri Di Indonesia Menggunakan Model Modifikasi UTAUT 2', *e-Proceeding of Management* 8, no. 5 (2021), 4316-4322.

No	Nama dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
5.	Shinta Permata sari dan Septi Cristiana (2021) Penerapan Model UTAUT (<i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i>) Terhadap Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Pada Masa Pandemi Berbasis Data <i>Google Trends</i>	Perilaku saat menggunakan teknologi, efikasi diri, kegelisahan, dan perilaku saat menggunakan sistem berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking pada masa pandemi, sedangkan harapan kinerja, harapan upaya, pengaruh sosial, dan kondisi memfasilitasi tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking pada masa pandemi. ⁸¹	Sama-sama menggunakan variabel independen ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial dan variabel dependen minat.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian ini tidak menggunakan variabel bebas kondisi fasilitas dan menggunakan data primer, sedangkan penelitian oleh Shinta Permata menggunakan variabel bebas kondisi fasilitas dan data sekunder dengan <i>Google Trends</i> . Lokasi dan waktu penelitian berbeda.
6.	Dita Kusumaningrum, Arya Samudra Mahardika (2024), "Penerapan Metode UTAUT Pada Minat dan Perilaku Penggunaan	Ekspektasi upaya, pengaruh sosial dan niat berperilaku berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan. Sedangkan ekspektasi kinerja dan kondisi fasilitas tidak berpengaruh	Sama-sama menggunakan variabel independen: ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial dan	Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian ini tidak menggunakan variabel bebas kondisi fasilitas dan

⁸¹ Shinta Permata Sari and Septi Cristiana, 'Penerapan Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Pada Masa Pandemi Berbasis Data Google Trends', 2021, 698-705.

No	Nama dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	<i>Mobile Banking Di Kabupaten Kebumen.</i> "	terhadap perilaku penggunaan ⁸²	variabel dependen Minat.	menggunakan teknik pengambilan sampel <i>accidental sampling</i> dengan aplikasi SPSS 21, sedangkan penelitian oleh Dita dan Arya menggunakan variabel bebas kondisi fasilitas dan teknik pengambilan sampel <i>purposive sampling</i> dengan aplikasi <i>WarpPLS</i> 8.0. Lokasi dan waktu penelitian berbeda.
7.	Muhammad Nurul Alim, Wahyu Hidayat, Risqi Amalia (2024), "Pengaruh Penerimaan Teknologi Dengan Metode UTAUT Terhadap Minat Nasabah	Ekspektasi Kinerja, Pengaruh Sosial, dan Kondisi Fasilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan layanan mbanking, sedangkan Ekspektasi Upaya	Sama-sama menggunakan variabel independen ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial dan variabel dependen	Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian ini tidak menggunakan variabel bebas kondisi fasilitas dan menggunakan teknik

⁸² Dita Kusumaningrum and Arya Samudra Mahardhika, 'Penerapan Metode UTAUT Pada Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking Di Kabupaten Kebumen' 07 (2024), 1-13.

No	Nama dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Menggunakan Mobile Banking Di BSI Tangerang.”	berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan layanan mbanking. ⁸³	minat.	pengambilan sampel <i>accidental sampling</i> dengan aplikasi SPSS 21, sedangkan penelitian oleh Muhammad Nurul, dkk menggunakan variabel bebas kondisi fasilitas dan teknik pengambilan sampel <i>purposive sampling</i> dengan aplikasi SmartPLS. Lokasi dan waktu penelitian berbeda.
8.	Yura Karlinda, Ni Luh Nyoman Sherina, IA Rayhita Shanti (2023), “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan <i>M-banking</i> pada Penerapan Model UTAUT 2.”	Ekspektasi kinerja, faktor sosial budaya, kondisi fasilitasi, dan nilai harga berpengaruh positif terhadap minat pengguna <i>m-banking</i> . Ekspektasi bisnis, motivasi <i>hedonis</i> dan kebiasaan tidak berpengaruh dan	Sama-sama menggunakan variabel independen ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial dan variabel dependen	Perbedaan dengan penelitian ini yaitu penelitian ini menggunakan UTAUT sedangkan penelitian Yura Karlinda menggunakan pendekatan

⁸³ Muhammad Nurul Alim, Wahyu Hidayat, and Risqi Amalia, ‘Pengaruh Penerimaan Teknologi Dengan Metode UTAUT terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking di BSI Tangerang’, *I-BEST: Islamic Banking & Economic Law Studies* 3, no. 1 (29 June 2024): 12–32.

No	Nama dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		pengalaman hanya mampu memoderasi hubungan antara nilai harga dan minat menggunakan <i>m-banking</i> . ⁸⁴	minat.	UTAUT 2 dengan variabel moderasi dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Lokasi dan waktu penelitian berbeda.
9.	Putri Nur Auliya dan Muhammad Fikry Aransyah (2023) “Penerapan Model UTAUT untuk Mengetahui Minat Perilaku Konsumen dalam Penggunaan QRIS.”	<i>Performance expectancy, effort expectancy, dan social influence</i> memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> penggunaan QRIS. <i>Behavioral intention</i> memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap <i>use behavior</i> . Sedangkan, <i>facilitating conditions</i> memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap <i>use behavior</i> .	Sama-sama menggunakan variabel independen ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial dan variabel dependen minat.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian ini tidak menggunakan variabel bebas kondisi fasilitas dan menggunakan teknik pengambilan sampel <i>accidental sampling</i> dengan aplikasi SPSS 21, sedangkan penelitian oleh Putri Nur dan Muhammad Fikry menggunakan

⁸⁴ Yura Karlinda Wiasa Putri, Ni Luh Nyoman Sherina Devi, and Ia Rayhita Santhi, ‘Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan M-Banking pada Penerapan Model UTAUT 2’, *remik* 7, no. 1 (9 January 2023): 381–387.

No	Nama dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		penggunaan QRIS. ⁸⁵		variabel bebas kondisi fasilitas dan teknik pengambilan sampel <i>purposive sampling</i> dengan aplikasi SmartPLS. Lokasi dan waktu penelitian berbeda.
10.	Sulistiani Indriyastuti, Fitri Eka Aliyanti (2023), “Pengkajian Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat dan Perilaku Mahasiswa dalam Melakukan Pembayaran Non-Tunai dengan Pendekatan Model UTAUT 2”	Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, motivasi hedonik, dan kebiasaan secara positif dan signifikan memengaruhi minat menggunakan <i>e-money</i> . Selain itu, pengaruh sosial dan kondisi fasilitasi memberikan dampak positif tetapi tidak signifikan secara statistik dalam membentuk minat menggunakan <i>e-money</i> . Selain itu, kondisi fasilitasi dan niat perilaku secara signifikan	Sama-sama menggunakan variabel independen ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial dan variabel dependen minat.	Perbedaan dengan penelitian ini yaitu penelitian ini menggunakan UTAUT, tidak menggunakan variabel bebas kondisi fasilitas dan teknik pengambilan sampel <i>accidental sampling</i> sedangkan penelitian Sulistiani menggunakan pendekatan UTAUT 2 dengan variabel bebas kondisi

⁸⁵ Putri Nur Auliya and Muhammad Fikry Arransyah, ‘Penerapan Model UTAUT untuk Mengetahui Minat Perilaku Konsumen dalam Penggunaan QRIS’, *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)* 4, no. 3 (20 February 2023): 885–892.

No	Nama dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		dan positif memengaruhi perilaku penggunaan <i>e-money</i> . ⁸⁶		fasilitas, teknik pengambilan sampel <i>purposive sampling</i> . Lokasi dan waktu penelitian berbeda.
11.	Syed Raza, Nida Shah, Muhammad Ali (2019) “ <i>Acceptance of mobile banking in Islamic banks: evidence from modified UTAUT model</i> ”	Hasil penelitian menyebutkan bahwa Semua variabel kecuali pengaruh sosial secara positif mempengaruhi niat untuk m-banking. Kebiasaan secara signifikan mempengaruhi niat dan perilaku individu terhadap <i>m-banking</i> . ⁸⁷	Sama-sama menggunakan variabel bebas ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial dan variabel terikat minat	Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian ini tidak menggunakan variabel bebas kondisi fasilitas sedangkan penelitian oleh Syed menggunakan variabel bebas kondisi fasilitas Lokasi dan waktu berbeda.
12.	Neharika Sobti (2019) “ <i>Antecedents of behavioral intention and adoption using extended UTAUT model.</i> ”	Hasil analisis niat perilaku, demonetisasi, dan kondisi memfasilitasi berdampak positif pada adopsi pembayaran	Sama-sama menggunakan variabel bebas ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh	Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian ini tidak menggunakan variabel bebas

⁸⁶ Sulistiani Indriyastuti and Fitri Eka Aliyanti, ‘Pengkajian Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat dan Perilaku Mahasiswa dalam Melakukan Pembayaran Non- Tunai dengan Pendekatan Model UTAUT 2’ 02, no. 05 (2023), 89-107.

⁸⁷ Syed Ali Raza, Nida Shah, and Muhammad Ali, ‘Acceptance of Mobile Banking in Islamic Banks: Evidence from Modified UTAUT Model’, *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 1 (2019): 357–376.

No	Nama dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		seluler. Biaya yang dirasakan dan risiko yang dirasakan adalah anteseden tambahan dari niat perilaku. Pengguna yang lebih muda memprioritaskan antarmuka yang mudah dan pengaruh sosial untuk pembayaran seluler. ⁸⁸	sosial dan variabel terikat minat	kondisi fasilitas sedangkan penelitian oleh Neharika menggunakan variabel bebas kondisi fasilitas Lokasi dan waktu penelitian berbeda.
13.	Yassine Jadir, Nripendra Rana, Yogesh Dwivedi (2021), "A meta-analysis of the UTAUT model in the mobile banking literature."	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harapan kinerja adalah prediktor terkuat dari niat penggunaan. Niat penggunaan adalah prediktor paling kritis dari perilaku penggunaan. Ukuran sampel dan budaya hubungan moderat antara kondisi memfasilitasi, harapan upaya, dan niat penggunaan. ⁸⁹	Sama-sama menggunakan variabel bebas ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial dan variabel terikat minat	Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian ini tidak menggunakan variabel bebas kondisi fasilitas dan dengan aplikasi SPSS 21 sedangkan penelitian oleh Yassine menggunakan variabel bebas kondisi fasilitas dan variabel moderasi dengan aplikasi

⁸⁸ Neharika Sobti, 'Impact of Demonetization on Diffusion of Mobile Payment Service in India: Antecedents of Behavioral Intention and Adoption Using Extended UTAUT Model', *Journal of Advances in Management Research* 16, no. 4 (2019), 472–497.

⁸⁹ Yassine Jadir, Nripendra P. Rana, and Yogesh K. Dwivedi, 'A Meta-Analysis of the UTAUT Model in the Mobile Banking Literature: The Moderating Role of Sample Size and Culture', *Journal of Business Research* 132 (2021), 354–372.

No	Nama dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
				CMA V3 Lokasi dan waktu penelitian berbeda.
14.	Khadijah dan Ika Swasti Putri (2019), Analisis Penerapan Model UTAUT Terhadap Minat Perilaku Pemanfaatan Dan Penggunaan <i>Internet Banking</i> ”	Hasil penelitian menunjukkan konstruk ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial memiliki pengaruh positif dan Kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh terhadap penggunaan <i>Internet Banking</i> . Sedangkan konstruk minat perilaku berpengaruh terhadap penggunaan <i>Internet Banking</i> . Konstruk gender memoderasi terhadap minat perilaku pemanfaatan <i>Internet Banking</i> . Umur memoderasi ekspektasi kinerja dan pengaruh sosial, konstruk pengalaman memoderasi dan gagal memoderasi ekspektasi usaha,	Sama-sama menggunakan variabel bebas ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial dan variabel terikat minat.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian ini tidak menggunakan variabel bebas kondisi fasilitas dan dengan teknik pengambilan sampel <i>accidental sampling</i> . sedangkan penelitian oleh Khadijah dan Ika menggunakan variabel bebas kondisi fasilitas dan variabel moderasi dengan teknik pengambilan sampel <i>purposive sample</i> . Lokasi dan waktu penelitian berbeda.

No	Nama dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		kondisi yang terhadap minat perilaku dan penggunaan <i>Internet Banking</i> . ⁹⁰		
15.	Herman Sjahruddin, Ade Putra, Abdul Rauf, Ade Cahyaprandy, Nazalia Ramadhani, Jumsiani (2023) “Eksplorasi Model <i>Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology</i> Sebagai Pemediasi Dan Dampaknya Terhadap Minat Dan Perilaku Dalam Menggunakan <i>Livin' By Mandiri</i> .”	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan aplikasi <i>Livin' by Mandiri</i> adalah Kondisi yang Memfasilitasi, dan Pengaruh Sosial. Kemudian pengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi <i>Livin' by Mandiri</i> dipengaruhi secara signifikan oleh kondisi yang memfasilitasi dan pengaruh sosial. ⁹¹	Sama-sama menggunakan variabel bebas ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial dan variabel terikat minat.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian ini dengan teknik pengambilan sampel <i>accidental sampling</i> serta aplikasi SPSS 21. sedangkan penelitian oleh Herman, dkk menggunakan variabel bebas kondisi fasilitas dengan teknik pengambilan sampel <i>purposive sampling</i> dan aplikasi SMART-PLS. Lokasi, waktu serta onjek penelitian berbeda.

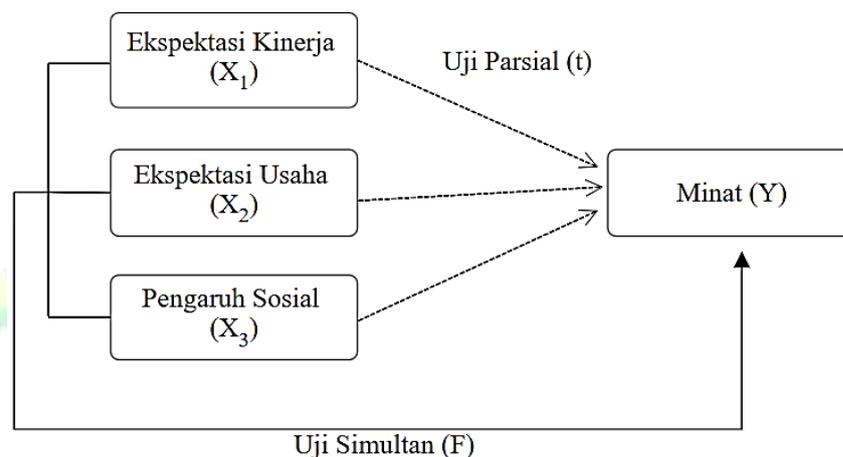
⁹⁰ Khadijah Khadijah and Ika Swasti Putri, ‘Analisis Penerapan Model UTAUT Terhadap Minat Perilaku Pemanfaatan Dan Penggunaan Internet Banking’, *ProBank* 4, no. 2 (14 February 2020): 230–232.

⁹¹ Herman Sjahruddin et al., ‘Eksplorasi Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* Sebagai Pemediasi Dan Dampaknya Terhadap Minat Dan Perilaku Dalam Menggunakan *Livin' By Mandiri*’, *Jurnal Maneksi* 12, no. 4 (31 December 2023): 963–970.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran merupakan pernyataan sementara yang berfungsi menjelaskan fenomena-fenomena yang menjadi fokus permasalahan. Agar sebuah kerangka pemikiran dapat meyakinkan kalangan ilmiah, diperlukan alur berpikir yang logis dalam menyusun kerangka tersebut sehingga menghasilkan kesimpulan berupa hipotesis. Oleh karena itu, kerangka berpikir adalah hasil sintesis mengenai hubungan antara variabel-variabel yang dirumuskan berdasarkan berbagai teori yang telah dibahas sebelumnya. Hubungan antar variabel ini kemudian dianalisis secara kritis dan sistematis untuk merumuskan hipotesis.⁹²

Variabel independen dalam penelitian ini adalah ekspektasi kinerja (X_1), ekspektasi usaha (X_2), pengaruh sosial (X_3) sedangkan variabel dependennya adalah minat (Y). kerangka berpikir dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pemikiran

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian yang diajukan. Kata "hipotesis" berasal dari kata "hypo" yang berarti di bawah dan "thesis" yang berarti kebenaran. Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu pernyataan sementara yang kebenarannya masih perlu dibuktikan melalui penelitian, atau sebagai rangkuman kesimpulan teoritis yang dihasilkan dari

⁹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 60.

tinjauan literatur. Sebelum melaksanakan penelitian, biasanya kita memiliki asumsi atau kesimpulan awal tentang data yang akan diperoleh, yang disebut dengan hipotesis.⁹³ Berdasarkan dari rumusan masalah diperoleh hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Minat Pengguna BSI *Mobile*

Ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) merupakan sejauh mana individu dalam melakukan aktivitas tertentu akan merasakan beberapa manfaat sebagai akibat dari penggunaan suatu teknologi.⁹⁴ Seseorang yang meyakini bahwa penggunaan layanan *mobile banking* dapat memberikan manfaat pada pekerjaannya dan mencapai prestasi dalam karirnya. Pendapat ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Nopiani dan Putra yang menyatakan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif signifikan terhadap minat.⁹⁵

H₀ : Pengaruh ekspektasi kinerja tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna BSI *Mobile* pada generasi z di Ponorogo.

H₁ : Pengaruh ekspektasi kinerja berpengaruh positif signifikan terhadap minat pengguna BSI *Mobile* pada generasi z di Ponorogo.

2. Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Minat Pengguna BSI *Mobile*

Ekspektasi Usaha (*effort expectancy*) didefinisikan sebagai tingkat kemudahan upaya sebagai akibat dari penggunaan teknologi baru.⁹⁶ Kemudahan penggunaan *mobile banking* mencakup fakta bahwa layanan tersebut disediakan oleh pihak bank dengan penjelasan yang mudah dipahami dan antarmuka yang sederhana, memudahkan nasabah untuk memahami prosedur transaksi dan mengoperasikan layanan *mobile banking*

⁹³ Akhmad Mustofa, *Uji Hipotesis Statistik* (Yogyakarta: Gapura Publishing, 2013),1.

⁹⁴ V. Venkatesh, G. Morris, M., and F.D Davis, G., B., and Davis, 'User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View', *MIS Quarterly* 27, no. 3 (2003), 425-487.

⁹⁵ Ni Kadek Rahayu Nopiani and I Made Pande Dwiana Putra, 'Penerapan Model UTAUT 2 untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking', *E-Jurnal Akuntansi* 31, no. 10 (27 October 2021): 2569.

⁹⁶ Ibid, 425-487'.

dengan lancar. Pendapat ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Damayanti, dkk yang menyatakan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif signifikan terhadap minat.⁹⁷ Berdasarkan uraian diatas maka peneliti merumuskan hipotesis:

H0 : Pengaruh ekspektasi usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna BSI Mobile pada generasi z di Ponorogo.

H2 : Pengaruh ekspektasi usaha berpengaruh positif signifikan terhadap minat pengguna BSI Mobile pada generasi z di Ponorogo.

3. Pengaruh Sosial terhadap Minat Pengguna BSI *Mobile*

Pengaruh sosial menunjukkan seberapa pentingnya pengaruh orang-orang di sekitar pengguna teknologi untuk membantu memutuskan penggunaan sebuah teknologi.⁹⁸ Pelanggan dipengaruhi oleh ketidakpastian terkait dengan layanan inovatif, seperti pembayaran bank yang akan memaksa mereka untuk berinteraksi dengan orang-orang di jejaring sosial mereka guna berkonsultasi mengenai keputusan penggunaan mereka. Penelitian terdahulu oleh Muhammad Nurul Alim, dkk menunjukkan bahwa pengaruh sosial berpengaruh signifikan dan memberikan pengaruh positif terhadap minat.⁹⁹ Berdasarkan uraian diatas maka peneliti merumuskan hipotesis:

H0 : Pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna BSI Mobile pada generasi z di Ponorogo.

H3 : Pengaruh sosial berpengaruh positif signifikan terhadap minat pengguna BSI Mobile pada generasi z di Ponorogo.

⁹⁷ Sindi Livia Damayanti et al., 'Minat Menggunakan E-Wallet pada Generasi Milenial dengan Pendekatan UTAUT (Unified Theory of Acceptance Use of Technology)', *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi dan Perbankan Syariah* 6, no. 1 (30 April 2021): 63'.

⁹⁸ V. Venkatesh, G. Morris, M., and F.D Davis, G., B., and Davis, 'User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View', *MIS Quarterly* 27, no. 3 (2003), 425–487'.

⁹⁹ Muhammad Nurul Alim, Wahyu Hidayat, and Risqi Amalia, 'Pengaruh Penerimaan Teknologi Dengan Metode UTAUT terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking di BSI Tangerang', *I-BEST: Islamic Banking & Economic Law Studies* 3, no. 1 (29 June 2024): 12–32'.

4. Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, dan Pengaruh Sosial terhadap Minat Pengguna BSI *Mobile*

Menurut Slameto, minat adalah kecenderungan seseorang yang konsisten untuk memperhatikan dan terlibat dalam suatu aktivitas atau objek karena merasa tertarik.¹⁰⁰ Faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking* yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial.¹⁰¹ Oleh karena itu, dengan meningkatnya ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial secara simultan maka minat nasabah akan meningkat.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti merumuskan hipotesis:

H0 : Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha dan pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna BSI *Mobile* pada generasi z di Ponorogo secara simultan.

H4 : Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha dan pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna BSI *Mobile* pada generasi z di Ponorogo secara simultan.

¹⁰⁰ Slameto, *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*, 180.

¹⁰¹ Widya Anjani and Imam Mukhlis, 'Penerapan Model UTAUT (The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Minat dan Perilaku Penggunaan *Mobile Banking*', *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen* 21, no. 1 (28 April 2022): 1'.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Metode penelitian kuantitatif, yang berlandaskan pada filsafat positivisme, diterapkan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu. Data dikumpulkan melalui instrumen penelitian, dan analisisnya dilakukan secara kuantitatif/statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹⁰² Penelitian kuantitatif asosiatif bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara dua atau lebih variabel.¹⁰³ Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah kuesioner dengan skala pengukuran *Likert*. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang minat pengguna BSI *Mobile* pada generasi z di Kabupaten Ponorogo. Dengan demikian, analisis yang dilakukan akan mengungkap sejauh mana hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi Z terhadap penggunaan BSI Mobile Banking di Ponorogo.

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merujuk pada segala aspek yang ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis dengan tujuan memperoleh informasi yang kemudian digunakan untuk menarik kesimpulan.¹⁰⁴ Terdapat dua jenis variabel dalam penelitian, yaitu variabel independen dan variabel dependen yang akan dijelaskan berikut ini:

a. Variabel Independen

Variabel independen, yang juga dikenal sebagai variabel bebas, adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel dependen (terikat). Variabel independen yang digunakan meliputi ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial.

¹⁰² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2005), 16.

¹⁰³ Ibid, 65.

¹⁰⁴ Ibid, 67.

b. Variabel Dependen

Variabel dependen, juga dikenal sebagai variabel terikat, adalah variabel yang dipengaruhi atau akibat dari adanya variabel independen.

Dalam penelitian ini, variabel dependen yang digunakan adalah minat.

2. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah penjabaran yang diberikan terhadap suatu variabel dengan menjelaskan maknanya, menentukan aktivitas yang terkait, serta menetapkan prosedur operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Definisi operasional dirancang untuk memastikan bahwa setiap variabel dapat diukur secara konsisten. Definisi operasional dari masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1

Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Sumber	Skala Pengukuran
Ekspektasi Kinerja	Ekspektasi kinerja merupakan dimana individu akan mau menggunakan teknologi tertentu jika dapat memberikan manfaat pada aktivitas yang dilakukan pengguna.	1. Kecepatan operasional 2. Efektivitas teknologi 3. Optimasi kinerja	Venkatesh, V., G. Morris, Michael., and Fred D Davis, Gordon B., and Davis. "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View." <i>MIS Quarterly</i> 27, no. 3 (2003)	Ordinal

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Sumber	Skala Pengukuran
Ekspektasi Usaha	Ekspektasi usaha diartikan sebagai keinginan individu menggunakan teknologi terbaru karena mudah pemakaiannya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah dipelajari 2. Mudah digunakan 3. Fleksibilitas akses 4. Navigasi jelas 	Venkatesh, V., G. Morris, M., and F.D Davis, G., B., and Davis. <i>“User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View.” MIS Quarterly</i> 27, no. 3 (2003)	Ordinal
Pengaruh Sosial	Pengaruh sosial diartikan pengaruh orang-orang sekitar sangat penting untuk mempengaruhi kita untuk menggunakan teknologi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Norma subyektif 2. Faktor-faktor sosial 3. Citra 	Venkatesh, V., G. Morris, Michael., and Fred D Davis, Gordon B., and Davis. <i>“User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View.” MIS Quarterly</i> 27, no. 3 (2003)	Ordinal

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Sumber	Skala Pengukuran
Minat	Minat adalah tingkat keinginan atau ketertarikan seseorang untuk menggunakan sistem secara terus menerus	1. Keinginan untuk menggunakan 2. Minat kontinuitas 3. Minat preferensial	Venkatesh, V., G. Morris, M., and F.D Davis, G., B., and Davis. “ <i>User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View.</i> ” <i>MIS Quarterly</i> 27, no. 3 (2003)	Ordinal

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana situasi sosial tersebut akan diteliti.¹⁰⁵ Kajian ini dilaksanakan di Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada program digitalisasi yang sedang gencar dilakukan di kota tersebut. Kerja sama yang erat antara pemerintah dan masyarakat dalam mengadaptasi kehidupan digital menunjukkan bahwa akses internet dan fasilitas yang disediakan oleh pemerintah Kabupaten Ponorogo dapat dimanfaatkan oleh semua lapisan masyarakat, tanpa memandang status sosial. Kondisi ini juga menekankan perlunya peningkatan yang berkelanjutan sebagai bahan evaluasi untuk pengembangan teknologi di masa depan, sejalan dengan tujuan *Sustainable Development Goals* (SDGs).¹⁰⁶ Dengan demikian, Kabupaten Ponorogo menjadi lokasi yang strategis untuk penelitian.

¹⁰⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2005), 117.

¹⁰⁶ DPRD Ponorogo, ‘Optimalisasi PAD Melalui Digitalisasi: Solusi Pemerintah Kabupaten Ponorogo’, 2024, <https://www.dprd-ponorogo.go.id/optimalisasi-pad-melalui-digitalisasi-solusi-pemerintah-kabupaten-ponorogo/>.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya.¹⁰⁷ Wilayah generalisasi ini mencakup objek dan subjek yang memiliki ciri-ciri khusus yang sesuai dengan atribut yang hendak diteliti.¹⁰⁸ Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah generasi Z di Ponorogo pengguna BSI *mobile* dan jumlah pastinya tidak diketahui.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu dan berfungsi untuk mewakili keseluruhan populasi.¹⁰⁹ Kemungkinan kesalahan generalisasi menurun seiring dengan jumlah sampel yang representatif. Dalam penelitian ini, jumlah pasti generasi Z yang menggunakan layanan BSI *mobile* di Ponorogo tidak diketahui secara pasti jumlahnya. Oleh karena itu, penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Lemeshow*. *Lemeshow* adalah rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel minimal yang diperlukan dalam penelitian kuantitatif, jika populasi tidak diketahui atau tidak terbatas:¹¹⁰

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Skor z tingkat kepercayaan (95%) = 1,64

P = fokus kasus/ maksimal estimasi = 0,5

e = Standar *error* (10%)/ alpha (0,010)

¹⁰⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 126.

¹⁰⁸ Eri Berlian, *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Padang: Sukabina Press, 2016), 30.

¹⁰⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D (Ke-19)* (Bandung: Alfabeta, 2013), 81.

¹¹⁰ Ibid, 82.

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,64^2)(0,5)(1 - 0,5)}{(0,10^2)}$$

$$= 96,4 \text{ yang kemudian dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden.}$$

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*. Teknik ini tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel.¹¹¹ Penelitian ini menggunakan teknik insidental (*accidental sampling*) yaitu sampel dipilih berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dianggap memenuhi kriteria tertentu yang relevan dengan penelitian.¹¹² Kriteria khusus yang ditetapkan untuk pemilihan sampel adalah:

1. Responden berusia 17-27 tahun
2. Responden berdomisili di Ponorogo.
3. Responden adalah pengguna *BSI mobile* dan pernah bertransaksi minimal satu kali.

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis data

Penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden yang menjadi sasaran penelitian, yang dalam konteks ini dikumpulkan melalui kuesioner.

2. Sumber data

Sumber data adalah dari mana perolehan data didapatkan.¹¹³ Terdapat dua jenis sumber data, yaitu:

- 1) Data Primer, yang dalam penelitian ini diperoleh langsung dari lapangan, yaitu dari responden yang memberikan data asli yang

¹¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D (Ke-19)*, 83.

¹¹² Ibid, 122.

¹¹³ Berlian, *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, 32.

berkaitan dengan topik penelitian. Data primer dikumpulkan secara langsung melalui penyebaran kuesioner menggunakan *Google Form* kepada sampel penelitian untuk mendapatkan tanggapan dari responden yang telah ditetapkan sebagai sampel penelitian.

- 2) Data Sekunder, yang merupakan data yang diperoleh dari sumber lain selain sumber asli penelitian. Dalam penelitian ini, data sekunder mencakup informasi yang diambil dari situs web resmi OJK, situs web resmi BSI dan beberapa referensi dari internet.

F. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merujuk pada metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan meliputi:

- a. Teknik Angket atau Kuesioner

Angket atau kuesioner merupakan metode pengumpulan data melalui daftar pertanyaan yang disusun secara logis dan relevan dengan masalah penelitian, di mana setiap pertanyaan dirancang untuk menguji aspek-aspek tertentu dari pertanyaan penelitian.¹¹⁴ Tujuan utama dari penggunaan angket atau kuesioner adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tingkat reliabilitas dan validitas yang tinggi. Kuesioner yang disebarakan kepada responden untuk memperoleh data kuantitatif. Dalam penelitian ini, kuesioner disebarakan dalam bentuk *Google Form*, yang berisi sejumlah pertanyaan dengan pilihan jawaban yang dapat diisi langsung oleh responden.

- b. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan untuk memperoleh data yang bersifat teoritis melalui pencarian informasi tertulis dari berbagai sumber seperti buku, skripsi, jurnal, dan referensi lainnya yang digunakan sebagai landasan teori dalam penelitian ini. Metode ini membantu memperkuat argumen dan kerangka konseptual penelitian.

¹¹⁴ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach* (Sleman: Deepublish, 2018), 37.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan tujuan mengukur fenomena yang diteliti secara sistematis. Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang diterapkan adalah skala Likert, yang dirancang untuk mengevaluasi persepsi individu terhadap suatu peristiwa sosial. Skala Likert membagi variabel yang diukur menjadi indikator-indikator yang kemudian digunakan untuk menyusun instrumen penelitian, baik dalam bentuk pernyataan maupun pertanyaan. Respon dari setiap item menggunakan skala likert diberikan penilaian mulai dari sangat positif hingga sangat negatif.¹¹⁵ Sistem penilaian sebagai berikut: sangat setuju (SS) dengan skor 4, setuju (S) dengan skor 3, tidak setuju (TS) dengan skor 2, dan sangat tidak setuju (STS) dengan skor 1. Kisi-kisi instrumen penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.2
Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Item	Jumlah
1.	Ekspektasi Kinerja (X ₁)	Kecepatan oprasional	1,2	6
		Efektivitas teknologi	3,4	
		Optimasi kinerja	5,6	
2.	Ekspektasi Usaha (X ₂)	Mudah dipelajari	1,2	8
		Mudah digunakan	3,4	
		Fleksibilitas akses	5,6	
		Navigasi jelas	7,8	
3.	Pengaruh Sosial (X ₃)	Norma subyektif	1,2	6
		Faktor-faktor sosial	3,4	
		Citra	5,6	
4.	Minat (Y)	Keinginan untuk menggunakan	1,2	6
		Minat kontinuitas	3,4	
		Minat preferensial	5,6	
Jumlah Soal				26

H. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena yang akan diamati dan dianalisis.¹¹⁶ Uji instrumen bertujuan untuk

¹¹⁵ Fausiah Nurlan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Pare-Pare: CV Pilar Nusantara, 2019), 37.

¹¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D (Ke-19)*, 156.

memastikan keakuratan instrumen atau kuesioner yang digunakan, karena kualitas data yang diperoleh sangat bergantung pada kualitas instrumen tersebut. Instrumen yang baik adalah yang valid dan reliabel atau dapat diandalkan. Uji instrumen dilakukan melalui dua tahap sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Validitas mengukur sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur hasil yang diinginkan.¹¹⁷ Uji validitas menentukan apakah kuesioner secara akurat mencerminkan tujuan penelitian yang akan dicapai.

Dalam penelitian ini, uji validitas digunakan untuk mengevaluasi tingkat validitas setiap variabel. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan skor setiap item pertanyaan dengan skor total kuesioner pada taraf signifikansi sebesar 5%. Jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel atau P -value kurang dari α , maka pertanyaan dalam kuesioner dianggap valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana instrumen dapat diandalkan untuk menghasilkan data yang konsisten dari penggunaan yang berulang.¹¹⁸ Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai seberapa baik instrumen penelitian dapat menghasilkan data yang stabil dan konsisten. Keandalan instrumen dapat diukur dengan nilai *Cronbach Alpha*, instrumen dianggap reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6.

I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data adalah proses pengorganisasian dan pengelompokan data ke dalam pola, kategori, dan unit deskriptif dasar untuk mengidentifikasi tema dan merumuskan hipotesis kerja yang didasarkan pada data. Proses ini menguji hubungan antar variabel dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pada tahap analisis data, data diproses sedemikian rupa sehingga kesimpulan dapat diambil untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian.

¹¹⁷ Ma'ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), 109.

¹¹⁸ *Ibid*, 112.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah variabel dependen dan variabel independen dalam model regresi memiliki distribusi normal.¹¹⁹ Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan tes *Kolmogorov-Smirnov* yang tersedia di SPSS 21 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Kesimpulan distribusi normal data diambil berdasarkan nilai signifikansi, jika signifikansi lebih besar dari 0,05 maka variabel dianggap berdistribusi normal, jika signifikansi kurang dari 0,05 maka variabel dianggap tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel independen dalam model regresi. Multikolinieritas merujuk pada situasi di mana satu variabel independen berkorelasi dengan satu atau lebih variabel independen lainnya, yang dapat menimbulkan masalah dalam analisis.¹²⁰ Dasar pengambilan keputusan uji multikolinieritas dilakukan dengan dua cara: pertama, memeriksa nilai *tolerance*, di mana nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 menunjukkan tidak adanya multikolinieritas, sedangkan nilai *tolerance* kurang dari 0,1 menunjukkan adanya multikolinieritas; kedua, memeriksa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), di mana nilai VIF kurang dari 10 menunjukkan tidak adanya multikolinieritas, sementara nilai VIF lebih dari 10 menunjukkan adanya multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menentukan apakah terdapat ketidaksamaan varian residual antara observasi dalam model regresi. Ketidaksamaan varian yang terjadi disebut heteroskedastisitas, sedangkan varian yang seragam disebut homoskedastisitas. Dan jika

¹¹⁹ Ridwan Sunarto, *Pengantar Statistika* (Bandung: Alfabeta, 2013), 160-170.

¹²⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2018), 225.

berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.¹²¹ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji *Rank Spearman* untuk uji heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji *Rank Spearman*. Keputusan diambil berdasarkan tingkat signifikansi 5%, di mana jika nilai signifikansi antara variabel independen dan absolut residual lebih besar dari 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.¹²²

d. Uji Autokorelasi

Untuk mengidentifikasi adanya penyimpangan dari asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi antara residual dari satu pengamatan dengan residual dari pengamatan lainnya yaitu dengan uji autokorelasi.¹²³ Metode uji autokorelasi yang umum digunakan adalah *Durbin-Watson* (uji DW). Penilaian dilakukan dengan membandingkan nilai *Durbin-Watson* (DW) dengan nilai batas bawah (DL) dan batas atas (DU) berdasarkan jumlah variabel bebas (k) dan jumlah sampel (n). Jika nilai DW terletak antara DL dan (4-DU), maka tidak terjadi autokorelasi.

2. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis berfungsi sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah, yang belum berbentuk jawaban empiris.¹²⁴

1. Analisis linier berganda

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan alat analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan serta untuk memproses dan membahas data yang diperoleh.

¹²¹ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, 230.

¹²² Romi Priyastama, *The Book of SPSS: Analisis & Pengolahan Data* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), 125.

¹²³ Tri Basuki and Nano Prawoto, *Analisis Regresi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017), 107.

¹²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 64.

Persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:¹²⁵

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Y, yaitu minat

A = konstanta

b₁-b₃ = koefisien regresi

X₁ = Ekspektasi kinerja

X₂ = Ekspektasi usaha

X₃ = Pengaruh sosial

e = *Standard error*

2. Uji simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk memvalidasi hipotesis dan menentukan sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Uji F diterapkan untuk mengukur pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai F-hitung dengan F-tabel.¹²⁶

Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini meliputi dua cara yaitu

- 1) Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka hipotesis nol (H₀) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka H₀ diterima dan H_a ditolak, menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika F-hitung < F-tabel, maka kesimpulannya H₀ diterima dan H_a ditolak, sedangkan jika F-hitung > F-tabel, maka kesimpulannya H₀ ditolak dan H_a diterima menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

¹²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 69.

¹²⁶ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, 235.

3. Uji parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen, serta untuk menentukan signifikansi pengaruh tersebut.¹²⁷ Uji ini dilakukan pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, menunjukkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah ukuran yang digunakan untuk menilai sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen dalam model regresi.¹²⁸ Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1, di mana $R^2 = 1$ menunjukkan bahwa 100% variasi total dalam variabel dependen dijelaskan oleh variabel independen dalam model, yaitu variabel X_1 , X_2 , dan X_3 , mampu menjelaskan variabel Y sepenuhnya. Sebaliknya, $R^2 = 0$ menunjukkan bahwa variabel independen dalam model tidak menjelaskan variasi dalam variabel dependen sama sekali.

¹²⁷ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, 241.

¹²⁸ Ibid, 243.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia

Industri perbankan di Indonesia mencatat tonggak sejarah baru dengan berdirinya PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI), yang resmi beroperasi sejak 1 Februari 2021 atau bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H. Bank Syariah terbesar di Indonesia ini diresmikan secara langsung oleh Presiden Joko Widodo di Istana Negara.¹²⁹

BSI adalah hasil penggabungan tiga bank syariah besar, yaitu PT Bank BRIsyariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI Syariah. Izin resmi untuk merger ketiga bank ini diberikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui Surat Keputusan No. 04/KDK.03/2021 pada 27 Januari 2021.¹³⁰

Merger ini menggabungkan keunggulan dari ketiga bank syariah tersebut, sehingga mampu menyediakan layanan yang lebih beragam, memiliki jangkauan yang lebih luas, serta meningkatkan kapasitas permodalan. Dengan adanya sinergi bersama perusahaan dan dukungan penuh dari pemerintah melalui Kementerian BUMN, BSI didorong untuk bersaing di pasar global.¹³¹

BSI hadir sebagai upaya untuk mewujudkan bank syariah yang menjadi kebanggaan umat, dengan harapan dapat menjadi sumber energi baru bagi pertumbuhan ekonomi nasional dan berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kehadiran BSI juga mencerminkan wajah perbankan syariah Indonesia yang modern, inklusif, serta memberikan manfaat bagi seluruh alam (Rahmatan Lil 'Aalamiin).¹³²

BSI memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan bergabung dengan

¹²⁹ BSI, 'Bank Syariah Indonesia', 2024, bankbsi.co.id, diakses pada 04 Oktober 2024.

¹³⁰ Ibid.

¹³¹ Ibid.

¹³² Ibid.

jajaran bank syariah terkemuka di kancah internasional. Selain didukung oleh kinerja yang terus menunjukkan pertumbuhan positif, adanya visi pemerintah Indonesia untuk membangun ekosistem industri halal dan menciptakan bank syariah nasional yang besar serta kuat juga menjadi pendorong utama. Ditambah lagi, status Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia semakin memperluas peluang bagi BSI untuk berkembang lebih pesat.¹³³

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

a. Visi

“Top 10 Global Islamic Bank:

b. Misi

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia. Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham. Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik di Indonesia. Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kerja.¹³⁴

3. Produk dan Layanan Bank Syariah Indonesia

Berikut produk Bank Syariah Indonesia:¹³⁵

a. Produk Penghimpunan (*Funding*)

- 1) BSI Tabungan Bisnis
- 2) BSI Tabungan Easy Mudharabah
- 3) BSI tabungan Easy Wadiah
- 4) BSI Tabungan Efek Syariah

¹³³ Ibid, BSI, ‘Bank Syariah Indonesia’, 2024, bankbsi.co.id, diakses pada 04 Oktober 2024.

¹³⁴ Ibid.

¹³⁵ Ibid.

- 5) BSI Tabungan Haji Indonesia
 - 6) BSI Tabungan Haji Muda Indonesia
 - 7) BSI Tabungan Junior
 - 8) BSI Tabungan Mahasiswa
 - 9) BSI Tabungan Payroll
 - 10) BSI Tabungan Pendidikan
 - 11) BSI tabungan Pensiun
 - 12) BSI Tabungan Prima
 - 13) BSi Tabungan Rencama
 - 14) BSI Tabungan Simpanan Pelajar
 - 15) BSI Tabungan Smart
 - 16) BSI Tabungan Valas
 - 17) BSI TabunganKu
 - 18) BSI Tapenas Kolektif
- b. Produk Penyaluran (*Financing*)
- 1) BSI Griya Hasanah
 - 2) BSI Griya Maburr
 - 3) BSI Griya Simuda
 - 4) BSI Griya Take Over
 - 5) BSI KPR Sejahtera
 - 6) BSI KUR Kecil
 - 7) BSI KUR Mikro
 - 8) BSI KUR Super Mikro
 - 9) BSI Mitra Beragun Emas (Non Qardh)
 - 10) BSI Mitraguna Berkah
 - 11) BSI Multiguna Hasanah
 - 12) BSI OTO
 - 13) BSI Pensiun Berkah
 - 14) BSI Umrah
 - 15) BSI Cicil Emas
 - 16) BSI Gadai Emas

4. Gambaran Umum Responden

Generasi Z memainkan peran penting dalam pemanfaatan teknologi informasi, termasuk penggunaan *mobile banking* syariah yaitu BSI *Mobile* sebagai alternatif transaksi non-tunai, karena informasi mereka cenderung cepat beradaptasi dengan teknologi dan memiliki tingkat ketergantungan tinggi pada layanan digital dalam aktivitas sehari-hari. Oleh karena itu, peneliti telah mendistribusikan kuesioner secara daring kepada 100 responden, yaitu generasi Z berusia 17-27 tahun yang sudah pernah bertransaksi di BSI *Mobile* dan berdomisili di Ponorogo. Data akan dianalisis untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna BSI *mobile* di kalangan generasi Z di Ponorogo.

Terdapat beberapa karakteristik untuk menjadi responden dalam penelitian ini yang dibagi berdasarkan usia, jenis kelamin, jenjang pendidikan, pekerjaan masing-masing responden dalam memakai BSI *Mobile*.

B. Hasil Pengujian Instrumen

Proses pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 21, hasil pengujian berikut ini:

1. Uji Validitas

Tabel 4. 1

Hasil Pengujian Validitas Variabel Ekspektasi Kinerja

No	Keterangan	R _{tabel}	R _{hitung}	Keputusan
1.	X _{1.1}	0,196	0,625	Valid
2.	X _{1.2}	0,196	0,616	Valid
3.	X _{1.3}	0,196	0,773	Valid
4.	X _{1.4}	0,196	0,554	Valid
5.	X _{1.5}	0,196	0,625	Valid
6.	X _{1.6}	0,196	0,760	Valid

Sumber: Hasil data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan Tabel 4.1 terdapat 6 item pertanyaan mengenai variabel ekspektasi kinerja. Semua item pertanyaan menunjukkan $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka semua pertanyaan tersebut dinyatakan valid, sehingga dapat digunakan untuk mengukur variabel ekspektasi kinerja dalam penelitian ini.

Tabel 4. 2

Hasil Pengujian Validitas Variabel Ekspektasi Usaha

No	Keterangan	R _{tabel}	R _{hitung}	Keputusan
1.	X _{2.1}	0,196	0,522	Valid
2.	X _{2.2}	0,196	0,634	Valid
3.	X _{2.3}	0,196	0,661	Valid
4.	X _{2.4}	0,196	0,650	Valid
5.	X _{2.5}	0,196	0,676	Valid
6.	X _{2.6}	0,196	0,617	Valid
7.	X _{2.7}	0,196	0,681	Valid
8.	X _{2.8}	0,196	0,645	Valid

Sumber: Hasil data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan Tabel 4.2 terdapat 8 item pertanyaan mengenai variabel ekspektasi usaha. Semua item pertanyaan menunjukkan $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka semua pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Tabel 4. 3

Hasil Pengujian Validitas Variabel Pengaruh Sosial

No	Keterangan	R _{tabel}	R _{hitung}	Keputusan
1.	X _{3.1}	0,196	0,623	Valid
2.	X _{3.2}	0,196	0,629	Valid
3.	X _{3.3}	0,196	0,709	Valid
4.	X _{3.4}	0,196	0,629	Valid
5.	X _{3.5}	0,196	0,688	Valid
6.	X _{3.6}	0,196	0,707	Valid

Sumber: Hasil data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan Tabel 4.3 terdapat 6 item pertanyaan mengenai variabel pengaruh sosial. Semua item pertanyaan menunjukkan $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka semua pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Tabel 4. 4

Hasil Pengujian Validitas Variabel Minat

No	Keterangan	R _{tabel}	R _{hitung}	Keputusan
1.	Y.1	0,196	0,663	Valid
2.	Y.2	0,196	0,596	Valid
3.	Y.3	0,196	0,630	Valid
4.	Y.4	0,196	0,694	Valid
5.	Y.5	0,196	0,612	Valid
6.	Y.6	0,196	0,617	Valid

Sumber: Hasil data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan Tabel 4.4 terdapat 6 item pertanyaan mengenai variabel minat. Semua item pertanyaan menunjukkan $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka semua pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Variabel dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$.

Tabel 4. 5

Hasil Pengujian Reliabelitas

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Batas	Keputusan
1.	Ekspektasi Kinerja (X_1)	0,74	0,6	Reliabel
2.	Ekspektasi Usaha (X_2)	0,78	0,6	Reliabel
3.	Pengaruh Sosial (X_3)	0,74	0,6	Reliabel
4.	Minat (Y)	0,70	0,6	Reliabel

Sumber: Hasil data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.5, semua variabel yaitu variabel Ekspektasi Kinerja (X_1), Ekspektasi Usaha (X_2), Pengaruh Sosial (X_3), dan minat (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh butir pernyataan dinyatakan reliabel. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua variabel telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, sehingga instrumen yang digunakan dapat diterima untuk pengumpulan data.

C. Hasil Pengujian Deskriptif

A. Karakteristik Responden

a. Jenis kelamin

Jumlah data terkait dengan jenis kelamin responden generasi z pengguna BSI *Mobile* di Ponorogo yakni:

Tabel 4. 6

Hasil Uji Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin Responden	Jumlah	Persentase
Laki-laki	26	23,7%
Perempuan	74	76,3%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil data primer diolah, 2024

Berdasarkan informasi yang disajikan dalam Tabel 4.6, terdapat data mengenai jenis kelamin responden nasabah generasi Z pengguna BSI *Mobile* di Ponorogo, yaitu 26 laki-laki (26%) dan 74 perempuan dengan persentase 74%.

b. Usia

Data mengenai usia responden pada penelitian ini, peneliti menentukan *range* mulai dari umur 18 tahun sampai umur 27 tahun yang merupakan usia generasi z.

Tabel 4. 7
Hasil Uji Deskriptif Responden Berdasarkan Usia

Usia Responden	Jumlah	Persentase
17	0	0%
18	0	0%
19	1	1%
20	5	5%
21	22	22%
22	29	29%
23	34	34%
24	9	9%
25	0	0%
26	0	0%
27	0	0%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil data primer diolah, 2024

Dari tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa responden nasabah generasi z pengguna BSI *Mobile* di Ponorogo yang mayoritas berusia 23 tahun dengan persentase 34%, kemudian usia 22 yaitu 29%, usia 21 dengan persentase 22%, usia 24 yaitu 9%, dan usia 19 yaitu 1%.

c. Jenis Pekerjaan

Tabel 4. 8
Hasil Uji Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/mahasiswa	58	58%
PNS/TNI/POLRI	0	0%
Karyawan/Pegawai Swasta	22	22%
Wiraswasta	20	20%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil data primer diolah, 2024

Dari tabel 4.8 diatas dapat diketahui bahwa responden nasabah generasi z pengguna BSI *Mobile* di Ponorogo memiliki pekerjaan mahasiswa sejumlah 58 dengan persentase 58%, PNS/TNI/POLRI berjumlah 0 dengan persentase 0%, karyawan/ pegawai swasta 22%, dan wiraswasta 20%.

d. Pendidikan Terakhir

Tabel 4. 9
Hasil Uji Deskriptif Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD	0	0%
SMP	0	0%
SMA	58	58%
D1	0	0%
D2	0	0%
D3	1	1%
S1	39	39%
S2	0	0%
S3	0	0%
Jumlah	97	100%

Sumber: Hasil data primer diolah, 2024

Dari tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa responden nasabah generasi z pengguna BSI *Mobile* di Ponorogo memiliki pendidikan terakhir jenjang SMA berjumlah 58 dengan persentase tertinggi yaitu 58%, urutan kedua S-1 berjumlah 39 dengan persentase 39%, urutan ketiga D3 berjumlah 1 dengan persentase 1%.

e. Deskripsi Kualitatif

1) Variabel Ekspektasi Kinerja

Variabel ekpektasi kinerja diukur dengan menggunakan indikator kecepatan operasional, efektivitas teknologi, dan optimasi kinerja. Perolehan skor masing-masing indikator yaitu kecepatan operasional dengan 686 skor, efektivitas teknologi sebesar 668 skor, dan optimasi kinerja sebesar 690 skor. Berdasarkan hasil total dari indikator memperoleh skor rata-rata yaitu 681 skor. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator terendah adalah efektivitas teknologi dan indikator tertinggi adalah optimasi kinerja.

2) Variabel Ekspektasi Usaha

Variabel ekspektasi usaha diukur dengan menggunakan indikator mudah dipelajari, mudah digunakan, fleksibilitas akses, dan navigasi jelas. Perolehan skor masing-masing indikator yaitu mudah dipelajari dengan skor 678, mudah digunakan dengan skor 673, fleksibilitas akses dengan skor 674, dan navigasi jelas dengan skor 681. Berdasarkan hasil total dari indikator memperoleh skor rata-rata yaitu 677 skor. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator terendah adalah mudah digunakan dan indikator tertinggi adalah navigasi jelas.

3) Variabel Pengaruh Sosial

Variabel pengaruh sosial diukur dengan menggunakan indikator norma subyektif, faktor-faktor sosial, dan citra. Perolehan skor masing-masing indikator yaitu norma subyektif dengan skor 669, faktor-faktor sosial dengan skor 663, dan citra dengan skor 667. Berdasarkan hasil total dari indikator memperoleh skor rata-rata yaitu 666 skor. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator terendah adalah faktor-faktor sosial dan indikator tertinggi adalah norma subyektif.

4) Variabel minat

Variabel minat diukur dengan menggunakan indikator keinginan untuk menggunakan, minat kontinuitas, dan minat preferensial. Perolehan skor masing-masing indikator yaitu keinginan untuk menggunakan dengan skor 693, minat kontinuitas dengan skor 690, dan minat preferensial dengan skor yaitu 685. Berdasarkan hasil total dari indikator memperoleh skor rata-rata yaitu 689 skor. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator terendah adalah minat preferensial dan indikator tertinggi adalah keinginan untuk menggunakan. yang menunjukkan bahwa aspek keinginan untuk mencoba layanan lebih dominan dibandingkan preferensi dalam menggunakannya.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi residu dalam sebuah model regresi mengikuti distribusi normal. Dalam penelitian ini, uji *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk mengevaluasi apakah data mengikuti distribusi normal atau tidak. Hasil dari uji normalitas disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 10
Hasil Uji Normalitas

Asymp.Sig.(2-tailed)	Standar Normalitas	Keterangan
0,857	>0,05	Normal

Sumber: Hasil data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan tabel 4.10, maka diperoleh nilai sig sebesar $0,857 > 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa variabel tersebut berdistribusi normal, sehingga memenuhi asumsi untuk dilakukan analisis parameter statistik.

b. Uji Multikolinieritas

Dalam penelitian ini, uji multikolinieritas diterapkan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antara variabel-variabel independen. ang ditunjukkan dengan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10

- a) H_0 : tidak terdapat korelasi antar variabel independen (tidak terjadi kasus multikolinieritas).
- b) H_1 : terdapat korelasi antar variabel independen (terjadi kasus multikolinieritas)

Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, digunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF untuk semua variabel independen kurang dari 10, maka hipotesis nol (H_0) diterima, yang menunjukkan bahwa model regresi linier berganda tidak mengalami masalah multikolinieritas.

Tabel 4. 11
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
X ₁	0,290	3,448
X ₂	0,184	5,448
X ₃	0,200	5,013

Sumber: Hasil data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan Tabel 4.11, nilai VIF untuk variabel ekspektasi kinerja (X₁) adalah 3,448, nilai VIF untuk variabel ekspektasi usaha (X₂) adalah 5,448, dan nilai VIF untuk variabel pengaruh sosial (X₃) adalah 5,013. Karena semua nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) tersebut kurang dari 10, maka hipotesis nol (H₀) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi linier berganda tidak mengalami masalah multikolinieritas, sehingga asumsi non-multikolinieritas telah terpenuhi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain, di mana model regresi yang baik mensyaratkan adanya varians residu yang homogen atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4. 12
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Ekspektasi Kinerja	0,536	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Ekspektasi Usaha	0,333	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Pengaruh Sosial	0,071	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil data diolah SPSS, 2024

Dari tabel 4.12 diatas dapat diketahui nilai sig variabel Ekspektasi Kinerja (X₁) sebesar 0,536 > 0,05, variabel Ekspektasi Usaha (X₂) sebesar 0,333 > 0,05, dan variabel Pengaruh Sosial (X₃) sebesar 0,071 > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokolerasi

Uji ini bertujuan untuk menentukan adanya korelasi antara residual yang diobservasi berdasarkan waktu dan lokasi. Dalam model regresi yang optimal, tidak seharusnya terdapat autokorelasi. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* (DW). Keputusan dalam uji DW diambil berdasarkan kriteria berikut:

- a) $DU \leq DW \leq (4-DU)$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.
- b) $DW \leq DL$ atau $DW \geq (4 - DL)$ maka H_0 ditolak artinya terjadi autokorelasi.
- c) $DL \leq DW \leq DU$ atau $(4 - DU) \leq DW \leq (4 - DL)$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

Nilai DU dan DL diperoleh dari melihat tabel *Durbin Watson*. Dalam pendekatan UTAUT, banyak variabel independen yang digunakan adalah 4 dengan banyaknya data adalah 97 sehingga $k=3$ dan $n=100$. Dengan menggunakan tingkat kesalahan 5% diperoleh nilai $Du=2,263$ dan $dl=1,613$.

Tabel 4. 13
Hasil Uji Autokorelasi

Nilai Durbin Watson	Tabel Durbin Watson		Keterangan
	DU	4-DU	
1,907	1,736	2,263	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Hasil data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui bahwa nilai *Durbin-Watson* yang diperoleh dari hasil regresi adalah sebesar 1,907. jadi $1,736 \leq 1,907 \leq 2,263$ maka H_0 diterima. Sehingga tidak terdapat autokorelasi pada model regresi dan asumsi non autokorelasi.

e. Uji Regresi Linier Berganda

Pendekatan regresi linier berganda digunakan untuk menguji variabel bebas terhadap variabel terikat, sejauh mana masing-masing variabel bebas berkontribusi secara signifikan terhadap variabel terikat. Hasil regresi linier berganda yakni sebagai berikut:

Tabel 4. 14
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	0,068	0,560
X ₁	0,226	0,045
X ₂	0,327	0,047
X ₃	0,358	0,052

Sumber: Hasil data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan tabel 4.14 regresi linier berganda dapat diuraikan sebagai berikut:

$$Y = 0,068 + 0,226 X_1 + 0,327 X_2 + 0,358 X_3 + e$$

- a) *Constant* (α) : Konstanta sebesar 0,068 menunjukkan jika variabel-variabel independen yaitu Ekspektasi Kinerja (X_1), Ekspektasi Usaha (X_2), dan Pengaruh Sosial (X_3) bernilai nol maka Minat (Y) bernilai 0,068, yang berarti bahwa meskipun tidak ada pengaruh dari variabel independen, nilai minat tetap memiliki kontribusi sebesar 0,068.
- b) B_1 : Nilai koefisien regresi sebesar 0,226 menunjukkan bahwa jika ekspektasi kinerja meningkat sebesar 1 satuan atau satu tingkat, maka ekspektasi kinerja akan bertambah sebesar 0,226 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap konstan.
- c) B_2 : Nilai koefisien regresi sebesar 0,327 menunjukkan bahwa jika ekspektasi usaha meningkat sebesar 1 satuan atau satu tingkat, maka ekspektasi usaha akan bertambah sebesar 0,327 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap konstan.
- d) B_3 : Nilai koefisien regresi sebesar 0,358 menunjukkan bahwa jika pengaruh sosial meningkat sebesar 1 satuan atau satu tingkat, maka pengaruh sosial akan bertambah sebesar 0,358 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap konstan,

f. Uji T

Pengujian ini dilakukan untuk melihat pengaruh tiap variabel independen terhadap variabel dependennya. Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai signifikansi sebagai berikut :

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$ maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau hipotesis ditolak.
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$ maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, atau hipotesis diterima.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan t-hitung sebagai berikut :

- 1) Jika nilai t-hitung $> t_{\text{tabel}}$, maka ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat atau hipotesis diterima.
- 2) Jika nilai t-hitung $< t_{\text{tabel}}$, maka tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat atau hipotesis ditolak.

Tabel 4. 15

Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig
	B	Std. Error		
(Constant)	0,068	0,560	0,121	0,904
X ₁	0,226	0,045	5,014	0,000
X ₂	0,327	0,047	6,919	0,000
X ₃	0,358	0,052	6,932	0,000

Sumber: Hasil data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan hasil uji t tabel 4.15 dapat diketahui hasil dari uji t sebagai berikut :

1) Hasil Pengujian Hipotesis pertama

Pengujian variabel X₁ terhadap Y menunjukkan nilai signifikansi uji t sebesar 0,000, $< 0,05$ ($\alpha=5\%$). Selain itu, nilai t-hitung sebesar 5,014 $> t_{\text{tabel}}$ sebesar 1,984. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Ekspektasi Kinerja memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah generasi Z pengguna BSI *Mobile* di Ponorogo. Koefisien

regresi sebesar 0,226 menunjukkan bahwa Ekspektasi Kinerja berpengaruh positif terhadap minat, dan pengaruh positif tersebut signifikan.

2) Hasil Pengujian hipotesis kedua

Pengujian X_2 terhadap Y menghasilkan signifikansi Uji t sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa sig lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$) dan dengan nilai t-hitung 6,919 > t-tabel 1,984 sehingga dapat disimpulkan Ekspektasi Usaha berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah generasi z pengguna BSI *Mobile* di Ponorogo. Dan dilihat dari regresinya sebesar 0,327 memiliki arti X_2 mempunyai arah pengaruh positif terhadap Y sehingga arah pengaruh positif yang dihasilkan tersebut signifikan.

3) Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga

Pengujian X_3 terhadap Y menghasilkan signifikansi Uji t sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa sig lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$) dan dengan nilai t-hitung 6,932 > t-tabel 1,984, maka pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah generasi z pengguna BSI *Mobile* di Ponorogo. Dan dilihat dari regresinya sebesar 0,358 memiliki arti X_3 mempunyai arah pengaruh positif terhadap Y sehingga arah pengaruh positif dan signifikan.

g. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah antar variabel independen yang digunakan mampu secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai signifikansi sebagai berikut:

- 1) Jika signifikansi > 0,05 maka hubungan antar variabel mampu bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen signifikan.
- 2) Jika signifikansi < 0,05 maka variabel independen tidak mampu bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan F-tabel sebagai berikut:

- 1) Jika nilai F-hitung $>$ F-tabel, maka hipotesis diterima. Maka artinya semua variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat.
- 2) Jika nilai F-hitung $<$ F-tabel, maka hipotesis ditolak. Maka artinya semua variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Hasil uji simultan dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 4.16 sebagai berikut:

Tabel 4. 16
Hasil Uji F

ANOVA	
F-hitung	Sig
504,337	0,000

Sumber: Hasil data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan hasil simultan pada tabel 4.16 diatas dapat diperoleh nilai signifikansi 0,000. Nilai sig tersebut $<$ 0,05. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari nilai α ($0,000 < 0,05$) dan nilai F-hitung F-tabel ($504,337 > 2,70$) sehingga dapat disimpulkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat generasi z pengguna BSI *Mobile* di Ponorogo.

h. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi mengukur seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen, yang menunjukkan seberapa baik model regresi dapat menjelaskan variasi dalam data. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi, semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat ditemukan pada tabel berikut:

Tabel 4. 17
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary		
R	R Square	Adjusted R Square
0.970	0,940	0,938

Sumber: Hasil data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan hasil koefisien determinasi pada tabel 4.17 menunjukkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,940 yang berarti sebesar 94% variabel dependen yaitu minat dapat dijelaskan oleh variabel independen ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial. Sedangkan sisanya yaitu 6% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel model penelitian.

E. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara parsial. Sementara itu, variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, secara simultan memberikan pengaruh positif terhadap minat generasi milenial pengguna BSI *Mobile* di Ponorogo.

1. Pengaruh Ekspektasi Kinerja (X_1) Terhadap Minat Pengguna BSI *Mobile* Pada Generasi Z di Ponorogo

Berdasarkan hasil uji t yang telah dipaparkan, didapatkan dari signifikansi Uji t sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa sig lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$) dan dengan nilai t-hitung (5,014) > t-tabel (1,984) yang menunjukkan bahwa variabel ekspektasi kinerja berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel minat generasi z di Ponorogo. Ini menunjukkan bahwa jika semakin tinggi ekspektasi kinerja generasi z di Ponorogo tentang penggunaan *mobile banking* maka juga semakin tinggi BSI *Mobile* generasi z dalam menggunakan BSI *Mobile*.

Penelitian ini menyatakan bahwa ada pengaruh antara ekspektasi kinerja terhadap minat pengguna BSI *Mobile* secara positif dan signifikan. Dari hasil ini, maka sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ini Kadek yang menyatakan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif signifikan

terhadap minat menggunakan BSI *Mobile*.¹³⁶

Dari pemaparan yang sudah ada, dapat dinyatakan bahwa hasil uji pada penelitian ini mendukung teori Venkatesh, dkk *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Dalam teori ini, sejauh mana individu dalam melakukan aktivitas tertentu akan merasakan beberapa manfaat sebagai akibat dari penggunaan suatu teknologi merupakan salah satu faktor dominan yang berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan suatu teknologi informasi. Hal ini menunjukkan bahwa generasi z di Ponorogo selaku pengguna BSI *Mobile* percaya bahwa penggunaan BSI *Mobile* akan memberikan manfaat pada pekerjaannya dan meningkatkan produktivitas pekerjaan dengan adanya fitur-fitur seperti akun virtual (VA), laporan transaksi, dan tabungan berjangka mempermudah individu atau pelaku usaha untuk mengelola keuangan secara terorganisir dan efisien.

2. Pengaruh Ekspektasi Usaha (X_2) Terhadap Minat Pengguna BSI *Mobile* Pada Generasi Z di Ponorogo

Berdasarkan hasil uji t yang telah dipaparkan, didapatkan dari signifikansi Uji t sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa sig lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$) dan dengan nilai t-hitung (6,919) > t-tabel (1,984) yang menunjukkan bahwa variabel ekspektasi usaha berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel minat pengguna BSI *Mobile* generasi z di Ponorogo. Ini menunjukkan bahwa jika semakin tinggi ekspektasi usaha generasi z di Ponorogo tentang penggunaan *Mobile banking* maka juga semakin tinggi minat generasi z dalam menggunakan BSI *Mobile*.

Penelitian ini menyatakan bahwa ada pengaruh antara ekspektasi usaha terhadap minat pengguna BSI *Mobile* secara positif dan signifikan. Dari hasil ini, maka sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sindi yang menyatakan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif signifikan

¹³⁶ Ni Kadek Rahayu Nopiani and I Made Pande Dwiana Putra, 'Penerapan Model UTAUT 2 untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking', *E-Jurnal Akuntansi* 31, no. 10 (27 October 2021): 2569.

terhadap minat menggunakan BSI *Mobile*.¹³⁷

Dari pemaparan yang sudah ada, dapat dinyatakan bahwa hasil uji pada penelitian ini mendukung teori Venkatesh, dkk *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Dalam teori UTAUT, sebagai tingkat kemudahan upaya sebagai akibat dari penggunaan teknologi baru merupakan salah satu faktor dominan yang berpengaruh terhadap penerimaan (*acceptance*) suatu teknologi informasi. Hal ini menunjukkan bahwa generasi z di Ponorogo selaku pengguna BSI *Mobile* percaya bahwa penggunaan BSI *Mobile* akan kemudahan layanan tersebut disediakan oleh pihak bank dengan penjelasan yang mudah dipahami dan antarmuka yang sederhana, memudahkan nasabah untuk memahami prosedur transaksi dan mengoperasikan layanan *Mobile banking* dengan lancar.

3. Pengaruh Pengaruh Sosial (X₃) Terhadap Minat Pengguna BSI *Mobile* Pada Generasi Z di Ponorogo

Berdasarkan hasil uji t yang telah dipaparkan, didapatkan dari signifikansi Uji t sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa sig lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$) dan dengan nilai t-hitung (6,932) > t-tabel (1,984) yang menunjukkan bahwa variabel pengaruh sosial berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel minat generasi z di Ponorogo. Ini menunjukkan bahwa jika semakin tinggi pengaruh sosial generasi z di Ponorogo tentang penggunaan *Mobile banking* maka juga semakin tinggi minat generasi z dalam menggunakan BSI *Mobile*.

Penelitian ini menyatakan bahwa ada pengaruh antara pengaruh sosial terhadap minat pengguna BSI *Mobile* secara positif dan signifikan. Dari hasil ini, maka sesuai dengan penelitian oleh Muhammad Nurul Alim, dkk menunjukkan bahwa pengaruh sosial berpengaruh signifikan dan memberikan pengaruh positif terhadap adopsi *Mobile banking*.¹³⁸

¹³⁷ Sindi Livia Damayanti et al., 'Minat Menggunakan E-Wallet pada Generasi Milenial dengan Pendekatan UTAUT (Unified Theory of Acceptance Use of Technology)', *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi dan Perbankan Syariah* 6, no. 1 (30 April 2021): 63.

¹³⁸ Muhammad Nurul Alim, Wahyu Hidayat, and Risqi Amalia, 'Pengaruh Penerimaan Teknologi Dengan Metode UTAUT terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking di BSI Tangerang', *I-BEST: Islamic Banking & Economic Law Studies* 3, no. 1 (29 June 2024): 12–32.

Berdasarkan pemaparan yang ada, dapat disimpulkan bahwa hasil uji dalam penelitian ini mendukung teori Venkatesh dan rekan-rekannya, yaitu *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Dalam teori UTAUT, pengaruh sosial atau pentingnya pandangan orang-orang di sekitar pengguna teknologi menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi minat menggunakan suatu teknologi informasi. Ini menunjukkan bahwa generasi Z di Ponorogo sebagai pengguna BSI *Mobile* merasa bahwa pengaruh dari keluarga, teman, atau pihak bank yang merekomendasikan BSI *Mobile* karena layanan berbasis syariahnya dapat memotivasi seseorang untuk mencoba layanan tersebut. Dukungan sosial ini menciptakan kepercayaan dan meningkatkan minat untuk menggunakan BSI *Mobile*.

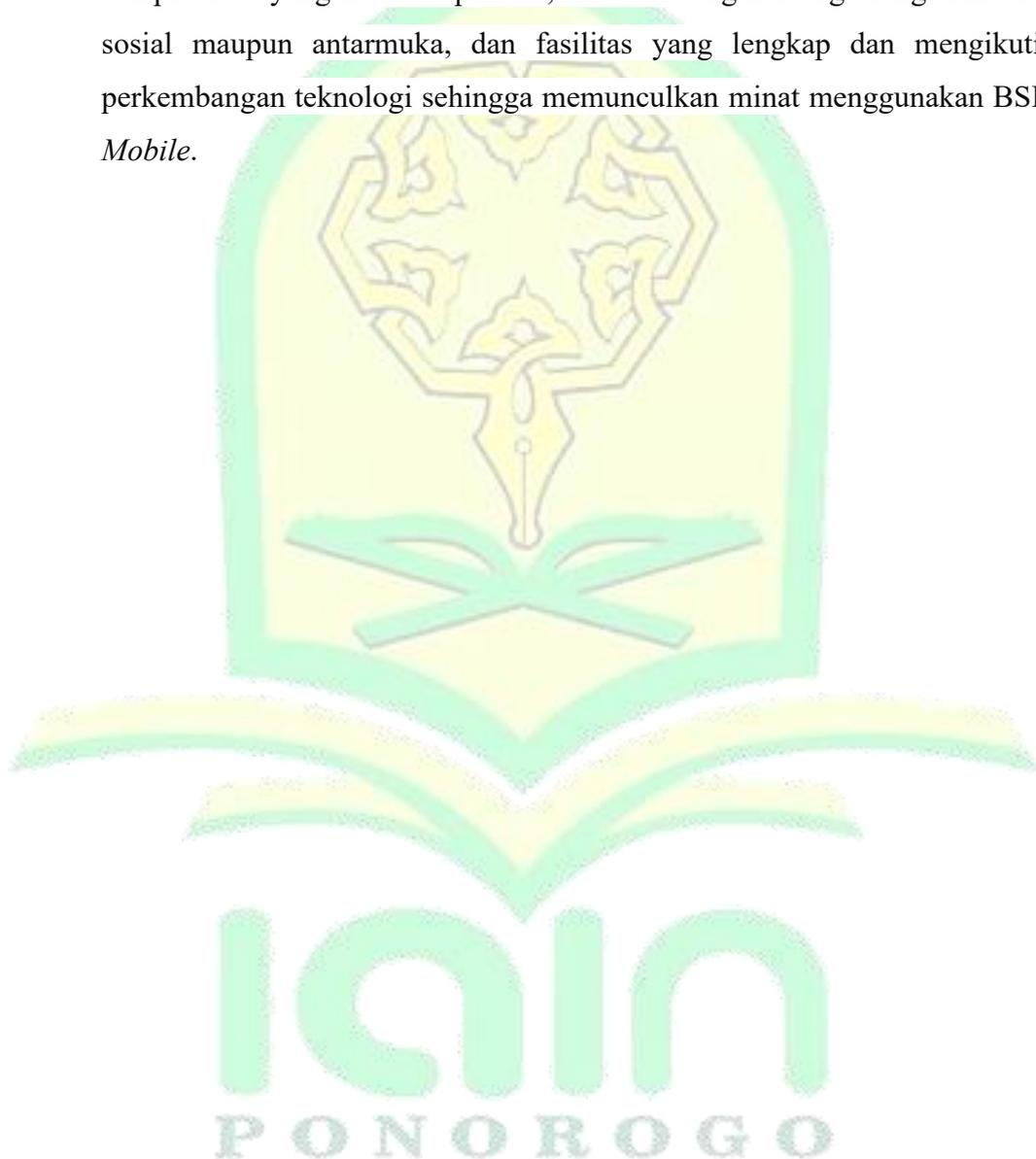
4. Pengaruh Simultan Ekspektasi Kinerja (X_1), Ekspektasi Usaha (X_2), dan Pengaruh Sosial (X_3) terhadap Minat Pengguna BSI *Mobile* Pada Generasi Z di Ponorogo

Dari hasil uji f yang sudah dipaparkan melalui variabel-variabel UTAUT, didapatkan dari signifikansi Uji F sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa sig lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$) dan dengan nilai nilai F-hitung ($504,337$) > nilai F-tabel ($2,70$) yang menunjukkan bahwa variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas mempengaruhi variabel minat pengguna BSI *Mobile* generasi z di Ponorogo secara simultan dan positif. Ini menyatakan bahwa jika semakin variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas generasi z di Ponorogo tentang penggunaan BSI *Mobile* maka akan bertambah juga minat generasi z di Ponorogo dalam menggunakan BSI *Mobile*.

Dari pemaparan yang sudah ada, dapat dinyatakan bahwa hasil uji pada penelitian ini mendukung teori Venkatesh, dkk, *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Dalam teori UTAUT, menggambarkan bahwa ada tiga faktor yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, yang mempengaruhi minat teknologi informasi.

Sehingga apabila ketiga variabel tersebut dilakukan secara bersamaan akan membentuk suatu hubungan antar ketiga variabel tersebut.

Hal ini menunjukkan bahwa generasi z di Ponorogo selaku pengguna *BSI Mobile* meyakini bahwa *BSI Mobile* akan memberikan manfaat pada pekerjaannya dan mencapai prestasi dalam karirnya, layanan dan prosedur yang mudah dipahami, interaksi dengan orang-orang di media sosial maupun antarmuka, dan fasilitas yang lengkap dan mengikuti perkembangan teknologi sehingga memunculkan minat menggunakan *BSI Mobile*.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan juga pembahasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna BSI *Mobile* generasi z di Ponorogo dengan pendekatan TAM dan UTAUT dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel ekspektasi kinerja berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat pengguna BSI *Mobile* generasi z di Ponorogo dilihat dari signifikansi Uji t sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa sig lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$) dan dengan nilai t-hitung (5,014) > t-tabel (1,984). Hal ini menunjukkan jika semakin tinggi ekspektasi kinerja maka akan semakin tinggi juga minat pengguna BSI *Mobile* pada generasi z di Ponorogo.
2. Variabel ekspektasi usaha berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat pengguna BSI *Mobile* generasi z di Ponorogo dilihat dari signifikansi Uji t sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa sig lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$) dan dengan nilai t-hitung (6,919) > t-tabel (1,984). Hal ini menunjukkan jika semakin tinggi ekspektasi usaha maka akan semakin tinggi juga minat pengguna BSI *Mobile* pada generasi z di Ponorogo.
3. Variabel pengaruh sosial berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat pengguna BSI *Mobile* generasi z di Ponorogo dilihat dari signifikansi Uji t sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa sig lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$) dan dengan nilai t-hitung (6,932) > t-tabel (1,984). Hal ini menunjukkan jika semakin tinggi pengaruh sosial maka akan semakin tinggi juga minat pengguna BSI *Mobile* pada generasi z di Ponorogo.
4. Secara simultan, variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial dan kondisi fasilitas berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat pengguna BSI *Mobile* generasi z di Ponorogo. Hal ini dapat dilihat dari signifikansi Uji F sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa sig lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$) dan dengan nilai nilai F-hitung (504,337) > nilai F-tabel (2,70).

B. Saran

Dari hasil dan kesimpulan penelitian yang diperoleh, saran yang bisa diberikan yaitu:

1. Ekspektasi kinerja, indikator terendah yaitu efektivitas teknologi artinya diharapkan BSI *Mobile* dapat digunakan aktivitas transaksi yang berguna dalam kegiatan produktif oleh nasabah, misalnya membantu pengguna mengelola keuangan mereka secara efisien, seperti fitur pengaturan anggaran, pelacakan pengeluaran, atau laporan keuangan bulanan otomatis.
2. Ekspektasi usaha, indikator tersendah yaitu akses jelas artinya diharapkan BSI *Mobile* memberikan akses yang lebih lengkap dan tidak ribet kepada nasabah pengguna BSI *Mobile* agar nasabah mudah untuk akses aplikasi keuangan tersebut. Misalnya, akses cepat ke bantuan dan dukungan, desain antarmuka yang sederhana dan konsisten.
3. Pengaruh sosial, indikator terendah yaitu norma subyektif artinya diharapkan BSI memberikan promosi dan testimoni BSI *Mobile* dari pengguna terkemuka seperti tokoh agama maupun orang terpenting agar nasabah tertarik menggunakan BSI *Mobile*.
4. Minat, indikator terendah yaitu minat preferensi untuk menggunakan artinya diharapkan BSI memberikan fitur unggulan untuk menarik perhatian kepada calon nasabah pengguna BSI *Mobile* sehingga nasabah memiliki preferensi menggunakan BSI *Mobile* untuk masa depan.
5. Bagi peneliti di masa depan dapat mengembangkan studi ini dengan memperluas subjek penelitian tidak hanya pada generasi Z, tetapi juga pada generasi lainnya. Selain itu, peneliti dapat menambahkan variabel baru atau mengadopsi teori penerimaan teknologi lain untuk mendapatkan informasi yang lebih beragam. Penelitian ini belum sempurna, dan diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian berikutnya dengan penambahan teori dan variabel yang lebih lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015.
- Akturan, Ulun, and Nuray Tezcan. 'Mobile Banking Adoption of the Youth Market: Perceptions and Intentions'. *Marketing Intelligence and Planning* 30, no. 4 (2012): 444–459.
- Alim, Muhammad Nurul, Wahyu Hidayat, and Risqi Amalia. 'Pengaruh Penerimaan Teknologi Dengan Metode UTAUT terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking di BSI Tangerang'. *I-BEST: Islamic Banking & Economic Law Studies* 3, no. 1 (29 June 2024): 12–32.
- Alimuddin, Muhammad, Nurdin, and Rizky Amalia. 'Produk Layanan Transaksi Online Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri Menurut Perspektif Ekonomi Syariah'. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 1, no. 2 (2019): 56–74.
- Amaroh, Siti, Husnurrosyidah Husnurrosyidah, and Ely Masykuroh. 'Financial Attitude, Trust, and ROSCAs' Member Commitment: Social Relations as Mediating Factor'. *GLOBAL BUSINESS FINANCE REVIEW* 28, no. 3 (30 June 2023): 35–49. <https://doi.org/10.17549/gbfr.2023.28.3.35>.
- Anisya Damayanti. Wawancara, Oktober 2024.
- Anjani, Widya, and Imam Mukhlis. 'Penerapan Model UTAUT (The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking'. *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen* 21, no. 1 (28 April 2022): 1.
- Atmojo, Drajat Priyo Tri. 'Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi Dan Penggunaan Sistem Informasi (Studi Empiris Pada Pemerintahan Daerah Kabupaten Banyuwangi)'. Skripsi: Universitas Jember, 2016.
- Auliya, Putri Nur, and Muhammad Fikry Arransyah. 'Penerapan Model UTAUT untuk Mengetahui Minat Perilaku Konsumen dalam Penggunaan QRIS'. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)* 4, no. 3 (20 February 2023): 885–892.

- Basuki, Tri, and Nano Prawoto. *Analisis Regresi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017.
- Batubara, M C, and T Anggraini. ‘Analisis Pengaruh Layanan Digital Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah’. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 7, no. 2 (2022): 706–725.
- Berlian, Eri. *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Padang: Sukabina Press, 2016.
- BSI. ‘Bank Syariah Indonesia’, 2024. bankbsi.co.id.
- Bussines Insider. ‘Generation Z: Latest Characteristic, Research, and Facts’, 2019. <https://www.businessinsider.com/generation-z?IR=T>.
- Damayanti, Sindi Livia, Yepi Yani, Asnaini Asnaini, and Nonie Afrianty. ‘Minat Menggunakan E-Wallet pada Generasi Milenial dengan Pendekatan UTAUT (Unified Theory of Acceptance Use of Technology)’. *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi dan Perbankan Syariah* 6, no. 1 (30 April 2021): 63.
- Davis, Fred D. ‘Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance Of Information Tecnology’. *MIS Quarterly* 13, no. 3 (1989): 319–340.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur’an Dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an, 2015.
- . *Alquran Dan Terjemahannya*. Semarang: Toha Putra, 2002.
- DPRD Ponorogo. ‘Optimalisasi PAD Melalui Digitalisasi: Solusi Pemerintah Kabupaten Ponorogo’, 2024. <https://www.dprd-ponorogo.go.id/optimalisasi-pad-melalui-digitalisasi-solusi-pemerintah-kabupaten-ponorogo/>.
- Faramita and Dwitama. ‘Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model Pada Bank Syariah’. *Jurnal Ekonomi STIE Haji Agus Salim Bukittinggi* 18, no. 2 (2015): 15–20.
- Francis, Tracy, and Fernanda Hoefel. “‘True Gen’”: Generation Z and Its Implications for Companies’. *McKinsey & Company*, 2018.

- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2018.
- Hadi, Syamsul and Novi. 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking'. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan* 5, no. 1 (2015): 55–67.
- Hanifuddin, Iza, Nur Kasanah, and Eficandra Eficandra. 'Al-Qard al-Hasan Program of Bankziska: Zakat Fund-Based Empowerment Model for Victims of Loan Sharks'. *JURIS (Jurnal Ilmiah Syariah)* 23, no. 1 (6 June 2024): 1.
- Hidayat, Kamaruddin, and Khoiruddin Bashori. *Psikologi Sosial: Aku, Kami, Dan Kita*. Jakarta: Erlangga, 2016.
- Indriyastuti, Sulistiani, and Fitri Eka Aliyanti. 'Pengkajian Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat dan Perilaku Mahasiswa dalam Melakukan Pembayaran Non- Tunai dengan Pendekatan Model UTAUT 2' 02, no. 05 (2023).
- Iriani. 'Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo'. *DINAMIS: Journal of Islamic Management and Bussines* 2, no. 2 (2018): 99–111.
- Jadil, Yassine, Nripendra P. Rana, and Yogesh K. Dwivedi. 'A Meta-Analysis of the UTAUT Model in the Mobile Banking Literature: The Moderating Role of Sample Size and Culture'. *Journal of Business Research* 132 (2021): 354–372.
- Jannah, Zakiah Nur. *Mendidik Anak Muslim Generasi Digital*. Yogyakarta: Pustaka Al Uswah, 2020.
- Jati, Nugroho Jatmiko, and Herry Laksito. 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Dan Penggunaan Sistem E-Ticket'. *Diponegoro Journal of Accounting* 1, no. 1 (2012): 1–15.
- Jogiyanto. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2007.
- KBBI. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, 2016.
- Kelman, Herbert. 'Compliance, Identification, and Internalization: Three Processes of Attitude Change'. *Journal of Conflict Resolution* 2, no. 1 (1958): 51–60.

- Khadijah, Khadijah, and Ika Swasti Putri. 'Analisis Penerapan Model UTAUT Terhadap Minat Perilaku Pemanfaatan Dan Penggunaan Internet Banking'. *ProBank* 4, no. 2 (14 February 2020): 230–232.
- Kusuma, Kumara Adji, Imam Fauji, Faruq Ahmad Futaqi, and Bobur Sobirov. 'BankZiska: A New Hope for the Unbanked and Poor in Indonesia'. In *Proceedings of the International Conference on Intellectuals' Global Responsibility (ICIGR 2022)*, edited by Tariq Tawfeeq Yousif Alabdullah, Mohd Isha Awang, Bobur Sobirov, Mochammad Tanzil Multazam, and Mahardika D.K. Wardana, 750:436–46. Paris: Atlantis Press SARL, 2023.
- Kusumaningrum, Dita, and Arya Samudra Mahardhika. 'Penerapan Metode UTAUT Pada Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking Di Kabupaten Kebumen' 07 (2024).
- Lee, H, G Harindranath, S Oh, and D.J Kim. 'Provision of Mobile Banking Services from an Actor–Network Perspective: Implications for Convergence and Standardization'. *Technological Forecasting and Social Change* 90 (2015): 551–561.
- Lieny, Livinsia. 'Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kenyamanan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Dalam Menggunakan Mobile Banking Di BCA Pangkalpinang'. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Keuangan (JABK)* 8, no. 2 (2021): 56–62.
- Mandrata, Muhammad Ilham, and Yudi Sutarso. 'Pengaruh Kegunaan, Kesesuaian, Keuntungan, Motivasi Dan Risiko Terhadap Niat Perilaku Pada Mobile Banking Bank Mandiri Di Surabaya'. *Journal of Business and Banking* 9, no. 1 (2019): 1–8.
- Marchewka, Jack T, Chang Liu, and Kurt Kostiwa. 'An Application of UTAUT Model for Understanding Student Perceptions Using Course Management Software'. *Communication of the IIMA* 7, no. 2 (2007): 93–104.
- Mariyatul. Wawancara, Oktober 2024.
- Marpaung, F. K, R. S Dewi, E Grace, M Sugiat, and A Sudirman. 'Behavioral Stimulus for Using Bank Mestika Mobile Banking Services : UTAUT2

- Model Perspective'. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business* 1, no. 2 (2021): 61–72.
- Mentari, Andi Dewi. 'Pengaruh Kesadaran, Kecepatan Transaksi, Keamanan, Manfaat Yang Dirasakan Dengan Mediasi Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Adopsi m-Banking BRI Makassar Raya'. *Journal of Business and Banking* 8, no. 1 (2018): 157–175.
- Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan, and Evriyenni. 'Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)'. *JIHBI: Global Journal of Islamic Banking and Finance* 3, no. 1 (2019): 56–72.
- Mustofa, Akhmad. *Uji Hipotesis Statistik*. Yogyakarta: Gapura Publishing, 2013.
- Nopiani, Ni Kadek Rahayu, and I Made Pande Dwiana Putra. 'Penerapan Model UTAUT 2 untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking'. *E-Jurnal Akuntansi* 31, no. 10 (27 October 2021): 2569.
- Pertiwi and Ariyanto. 'Penerapan Model UTAUT2 Untuk Menjelaskan Minat Dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking Di Kota Denpasar'. *E-Journal Akuntansi Universitas Udayana* 18, no. 02 (2017): 1369–1397.
- Prasetyo, Luhur, and Khusniati Rofiah. 'The Formulation of Islamic Bank Performance Based on Contemporary Maqasid Al-Sharia'. *Justicia Islamica* 18, no. 2 (25 November 2021): 318–334.
- Priyastama, Romi. *The Book of SPSS: Analisis & Pengolahan Data*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020.
- Putri, Yura Karlinda Wiasa, Ni Luh Nyoman Sherina Devi, and Ia Rayhita Santhi. 'Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan M-Banking pada Penerapan Model UTAUT 2'. *remik* 7, no. 1 (9 January 2023): 381–387.
- Rahmawati, Destiana. *Millenials And I-Generation Life*. Yogyakarta: Laksana, 2018.
- Rastati, Ranny. 'Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z Di Jakarta'. *Jurnal Teknologi Pendidikan* 6, no. 1 (2018): 60–73.

- Raza, Syed Ali, Nida Shah, and Muhammad Ali. 'Acceptance of Mobile Banking in Islamic Banks: Evidence from Modified UTAUT Model'. *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 1 (2019): 357–736.
- Renu, and Kuldeep Singh. 'The Impact of E-Banking on the Use of Banking Services and Customers Satisfaction'. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development* 3, no. 4 (2019): 20–23.
- Riswandi, Budi Agus. *Aspek Hukum Internet Banking*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- Rukajat, Ajat. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*. Sleman: Deepublish, 2018.
- Santoso, Argani Arief, and Indira Rachmawati. 'Analisis Minat Pengguna Layanan M-Banking Livin' By Mandiri Di Indonesia Menggunakan Model Modifikasi UTAUT 2'. *e-Proceeding of Management* 8, no. 5 (2021).
- Sardiman. *Interaksi Dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Sari, Anggi Farika, Elsa Adhista Aulia Dewi, Septia Nike Bela Sapira, and Agusta Praba Ristadi. 'Penerapan Metode Waspas Dan Roc Dalam Pemilihan Bank Terbaik Untuk Pelayanan Mobile Banking' 9, no. 3 (2024): 1320–1330.
- Sari, Shinta Permata, and Septi Cristiana. 'Penerapan Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Pada Masa Pandemi Berbasis Data Google Trends', 2021.
- Shaleh, Abdul Rahman. *Psikologi Suatu Pengantar Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Sjahrudin, Herman, Ade Putra Akbar, Abdul Rauf Alhayra, Ade Cahyaprandy Saputra, Andi Nazalia Ramadhani, and Jumsiani Jumsiani. 'Eksplorasi Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology Sebagai Pemediasi Dan Dampaknya Terhadap Minat Dan Perilaku Dalam Menggunakan Livin' By Mandiri'. *Jurnal Maneksi* 12, no. 4 (31 December 2023): 963–970.
- Slameto. *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Bumi Aksara, 2010.

- Sobti, Neharika. 'Impact of Demonetization on Diffusion of Mobile Payment Service in India: Antecedents of Behavioral Intention and Adoption Using Extended UTAUT Model'. *Journal of Advances in Management Research* 16, no. 4 (2019): 472–497.
- Sofya, Nora Dery, Dedy Heriwibowo, and Rodianto. 'Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank NTB Syariah Cabang Sumbawa'. *Jurnal Tambora* 4, no. 2 (2020): 41–46.
- Soudien, Nizar, Riadh Ladhari, and Walid Chaouali. 'Mobile Banking Adoption: A Systematic Review'. *International Journal of Bank Marketing* 39, no. 2 (2021): 214–241.
- Sugesti, Nina Laela, Aini Kusniawati, and Faizal Haris Eko Prabowo. 'PENGARUH OMNI-CHANNEL MARKETING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Suatu Studi pada Produk Tabungan Emas PT. Pegadaian Syariah Cabang Padayungan)' 1 (2019).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2005.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D (Ke-19)*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suharyat, Yayat. 'Hubungan Antara Sikap, Minat Dan Perilaku'. *Jurnal Region* 1, no. 20 (2009): 1–19.
- Sunarto, Ridwan. *Pengantar Statistika*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suparno, Paul. *Orang Tua Diskretif Di Era Generasi Z*. Yogyakarta: Kanisius, 2020.
- Teo, A.C., G.W.H. Tan, C.M. Cheah, K.B. Ooi, and K.T. Yew. 'Can the Demographic and Subjective Norms Influence the Adoption of Mobile Banking?' *International Journal of Mobile Communications* 10, no. 6 (2012): 578–597.
- Ulfa Rofiqoh. Wawancara, 2 Oktober 2024.

- Venkatesh, V., G. Morris, M., and F.D Davis, G., B., and Davis. 'User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View'. *MIS Quarterly* 27, no. 3 (2003): 425–487.
- Wahyudi, Amin, Binti Nur Asiyah, and Husnul Haq. 'The Urgency of Sharia Division in Indonesian and Malaysian Islamic Bank'. *Al-Uqud : Journal of Islamic Economics* 7, no. 1 (1 January 2023): 82–94.
- Wamai, John, and John M. Kandiri. 'Determinants of Mobile Banking Adoption by Customers of Microfinance Institutions in Nairobi County in Kenya'. *International Journal of Sciences and Research (IJSR)* 6, no. 6 (2017): 2279–2286.
- Wang, Edward Shih-Tse and Chou. 'Consumer Characteristics, Social Influence, and System Factors on Online Group-Buying Repurchasing Intention'. *Journal of Electronic Commerce Research* 15, no. 2 (2014): 119–132.
- Wijoyo, Hadion, Irjus Indrawan, Agus Leo Handoko, and Rubi Santamoko. *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0*. Purwokerto: Pena Persada, 2020.
- Wulandari, Novitasari Putri, and Nadya Novandriani Karina Moeliono. 'Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan Mobile Banking Di Bandung'. *Bisnis Dan Iptek* 10, no. 2 (2017): 139–149.

