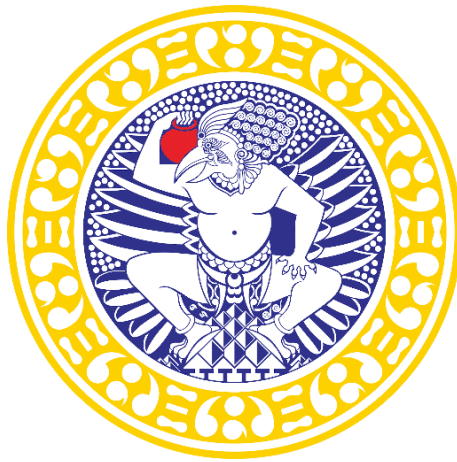


**ANALISIS PENGARUH KEBERMANFAATAN, KEMUDAHAN
PENGUNAAN, DAN *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP MINAT
PENGUNAAN BANK DIGITAL OLEH GENERASI Z DI KOTA
SURABAYA**

TUGAS AKHIR



Oleh:

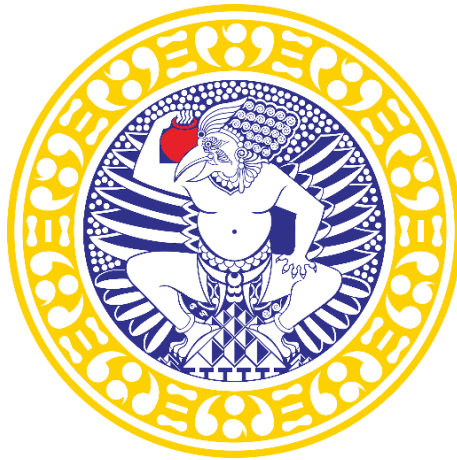
AURELIE IRYANDITA SALSABILLA

NIM 151910913008

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PERBANKAN
DEPARTEMEN BISNIS
FAKULTAS VOKASI
UNIVERSITAS AIRLANGGA
2022**

**ANALISIS PENGARUH KEBERMANFAATAN, KEMUDAHAN
PENGUNAAN, DAN *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP MINAT
PENGUNAAN BANK DIGITAL OLEH GENERASI Z DI KOTA
SURABAYA**

TUGAS AKHIR



oleh:

**AURELIE IRYANDITA SALSABILLA
NIM 151910913008**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PERBANKAN
DEPARTEMEN BISNIS
FAKULTAS VOKASI
UNIVERSITAS AIRLANGGA
2022**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Bagian atau keseluruhan isi Tugas Akhir ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi dan / atau Universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan / ditulis oleh individu selain penyusun, kecuali bila dituliskan dengan format dalam isi Tugas Akhir.

Apabila ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 15 Juni 2022
Penulis,



Aurelie Iryandita Salsabilla
NIM. 151910913008

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

**ANALISIS PENGARUH KEBERMANFAATAN, KEMUDAHAN
PENGUNAAN, DAN *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP MINAT
PENGUNAAN BANK DIGITAL OLEH GENERASI Z DI KOTA
SURABAYA DAN SEKITARNYA**

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Ahli
Madya Bidang Perbankan
Pada Departemen Bisnis Fakultas
Vokasi Universitas Airlangga

Oleh:

Aurelie Iryandita Salsabilla
NIM. 151910913008

Disetujui oleh:

Pembimbing



Novyandri Taufik Bahtera, SE, M.Sc
NIP. 198911282019031019

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Tugas Akhir Ini Telah Diujikan dan Disahkan Dihadapan Komisi Penguji

Program Studi : DIII Manajemen Perbankan
Departemen : Bisnis
Fakultas : Vokasi
Hari/Tanggal : Selasa, 28 Juni 2022
Pukul : 08.00 – 09.00 WIB
Tempat : Laboratorium Terpadu Perbankan

Panitia Penguji terdiri dari:

Penguji I



Eka Lestari Hafqi Putri, S.E., M.SM
NIP. 198806272016033201

Penguji II



Aries Widya Gunawan, SE.MM
NIP. 196807162016123101

PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR

Tugas akhir ini tidak dipublikasikan, namun tersedia di perpustakaan dalam lingkungan Universitas Airlangga, diperkenankan untuk dipakai sebagai referensi kepustakaan, tetapi pengutipan harus seizin penyusun dan harus menyebutkan sumbernya sesuai kebiasaan ilmiah.

Dokumen tugas akhir ini merupakan hak milik Universitas Airlangga

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “ANALISIS PENGARUH KEBERMANFAATAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP MINAT PENGGUNAAN BANK DIGITAL OLEH GENERASI Z DI KOTA SURABAYA” dengan baik dan tepat waktu.

Dengan terselesaikannya penelitian Tugas Akhir ini berkat bantuan dan dukungan baik secara akademik, finansial, moral dan juga psikologis dari semua pihak yang terlibat. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, yang telah dan selalu memberikan limpahan rahmat, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini
2. Bapak Moh. Nasih (Prof. Dr. SE., Mt., Ak., CMA) selaku rektor dari Universitas Airlangga, yang telah memberikan banyak bantuan serta sarana fasilitas guna melaksanakan tugas akhir.
3. Prof. Dr. Anwar Ma'ruf, drh., M.Kes, selaku Dekan Fakultas Vokasi Universitas Airlangga Surabaya yang telah memberikan kesempatan penulis untuk menempuh jenjang pendidikan Diploma III Manajemen Perbankan di Fakultas Vokasi Universitas Airlangga
4. Bapak Yossy Imam Candika, S.E., M.SM., PFM, selaku Koordinator Program Studi Manajemen Perbankan Fakultas Vokasi Universitas Airlangga
5. Bapak Novyandri Taufik Bahtera SE. M.Sc, selaku dosen pembimbing yang

telah memberikan bimbingan serta arahan selama penyusunan Tugas Akhir, sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan lancar,

6. Segenap dosen Fakultas Vokasi Universitas Airlangga Surabaya yang telah mendidik dan memberikan pengetahuan yang berguna selama perkuliahan.
7. Orang tua penulis, Bapak Budi Harjanto dan Ibu Siti Astuti Indrasari atas dukungan moral maupun material serta doa yang telah dipanjatkan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini dengan baik.
8. Saudara-saudara kandung penulis, Shynanda Dyasari, Sheren Aulia Gresitha, Miliony Khalifah Tursina, dan Miliano Faeyza Afkar yang selalu menghibur serta mendukung penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
9. Christian Prabowo, Sipupi Upi, Sasupi Unyi, Maicih Uci dan Marzuki Uzi, yang selalu memberi dukungan moral, mendengarkan keluh kesah, serta menghibur penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini
10. Kirana Dwi P, Alya Putri A, Dita Vika K, dan segenap teman teman manajemen perbankan lainnya yang telah membantu dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini
11. Citra Kurnia Swandari, Irene Kanina Ratih, Aisyah Zuhri Amani, Anis Safinah Asfar, Rahmi Azizah Attaqi, Jian Ayune Sundul Langit, Rais Akbar Bagaskara dan teman teman yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
12. Aurelie Iryandita Salsabilla, diri penulis sendiri yang tidak pernah berhenti berjuang dan selalu mendahulukan kesehatan mental dan fisik dalam

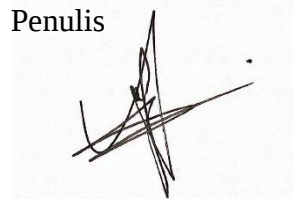
menyelesaikan tugas akhir ini.

13. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah banyak membantu dalam penyelesaian Tugas Akhir ini guna menempuh Program Diploma III Manajemen Perbankan yang mudah-mudahan dapat memberikan kebermanfaatan bagi masyarakat setelah lulus dari dunia perkuliahan.

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis pribadi, maupun pembaca untuk menambah wawasan.

Surabaya, 21 Mei 2022

Penulis

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Aurelie Iryandita S

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kebermanfaatan, kemudahan penggunaan, dan *social influence* terhadap minat penggunaan bank digital oleh generasi z di Kota Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang pernah menggunakan bank digital. Data diperoleh melalui penyebaran angket Google Form secara online. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji instrument, uji asumsi klasik, analisis determinasi R – Square, uji t, dan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS versi 22 for windows. Hasil dari penelitian ini memaparkan bahwa kebermanfaatan, kemudahan penggunaan, dan *social influence* secara individual memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan bank digital oleh generasi z di Kota Surabaya.

Kata Kunci: Bank Digital, Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, *Social Influence* , Minat Penggunaan, Generasi Z

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of usefulness, ease of use, and social influence on intention to use digital banking by generation z in Surabaya city. The type of research used is quantitative research. The sample used in the study was 100 respondents who have experienced digital banking. Data was obtained through the distribution of online questionnaire through Google forms. The data analysis used in this research is descriptive analysis, instrument test, classical assumption test, R – Square determination analysis, t – test, and multiple linear regression analysis using SPSS Version 22 for windows. The result of this study explains that each variable, usefulness, ease of use and social influence individually affects the intention to use digital banking by generation z in East Java.

Keywords: Digital Banking, Usefulness, Ease of Use, Social Influence, Intention to Use, Generation Z

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIARISASI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	iv
HALAMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2. 1 Bank Digital.....	9
2. 2 Kebermanfaatan (<i>Usefulness</i>).....	10
2. 3 Kemudahan Penggunaan (<i>Ease of Use</i>).....	11
2. 4 <i>Social Influence</i>	13
2. 5 Minat	14
2. 6 Generasi Z.....	15
2. 7 Kerangka Berpikir.....	16
2. 8 Penelitian Terdahulu.....	17
2. 9 Hipotesis Penelitian	18

BAB 3 METODE PENELITIAN	19
3. 1 Jenis Penelitian	19
3. 2 Sumber Data.....	19
3.2.1 Data Primer.....	19
3. 3 Lokasi Penelitian	20
3. 4 Identifikasi Variabel.....	20
3.4.1 Variabel Independen (<i>Independent Variable</i>)	20
3.4.2 Variabel Dependen (<i>Dependent Variable</i>)	20
3. 5 Definisi Operasional Variabel.....	21
3. 6 Populasi dan Sampel	23
3.5.1 Populasi.....	23
3.5.2 Sampel.....	23
3. 7 Prosedur Pengumpulan Data	23
3. 8 Instrumen Penelitian	24
3. 9 Metode Analisis Data.....	26
3.9.1 Uji Instrumen.....	26
3.9.2 Uji Asumsi Klasik.....	28
3.9.3 Uji Hipotesis.....	30
3.9.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	32
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4. 1 Gambaran Umum Responden	34
4. 2 Deskripsi Hasil Penelitian	37
4. 3 Uji Instrumen Data	42
4.3.1 Uji Validitas	42
4.3.2 Uji Reliabilitas	43
4. 4 Uji Asumsi Klasik	44
4.4.1 Uji Normalitas.....	44
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	45

4.4.3 Uji Multikolinearitas	47
4. 5 Uji Hipotesis	47
4.5.1 Uji T (<i>T-test</i>)	47
4.5.2 Uji F (Simultan)	49
4.5.3 Analisis Koefisien Determinasi	49
4. 6 Analisis Regresi Linear Berganda	50
4. 7 Pembahasan.....	51
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	54
5. 1 Kesimpulan	54
5. 2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 2.2 Hipotesis Penelitian	18
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	21
Tabel 3.2 Skala Likert.....	24
Tabel 3.3 Instrumen Penelitian	25
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	36
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y	42
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogrov-Smirnov</i>	44
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4.10 Hasil Uji-T (<i>T-Test</i>)	48
Tabel 4.11 Hasil Uji-F (Simultan)	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Determinasi.....	49
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	17
Gambar 4.1 Data Responden Berdasarkan Domisili	34
Gambar 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	35
Gambar 4.3 Grafik Hasil Kuesioner Variabel (X1) Kebermanfaatan	37
Gambar 4.4 Grafik Hasil Kuesioner Variabel (X2) Kemudahan Penggunaan	39
Gambar 4.5 Grafik Hasil Kuesioner Variabel (X3) <i>Social Influence</i>	40
Gambar 4.6 Grafik Hasil Kuesioner Variabel (Y) Minat Penggunaan.....	41
Gambar 4.7 Hasil Uji Normalitas <i>P-Plot</i>	45
Gambar 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode <i>Scatterplot</i>	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian	64
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden	65
Lampiran 3 Tabel r.....	70
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas X dan Y	71

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya kemajuan teknologi selama beberapa dekade terakhir mengubah cara orang hidup dan menjalankan bisnis (Sardana & Singhanian, 2020). Kehadiran industry 4.0 yang berbasis teknologi di Indonesia mengubah berbagai struktur di industri keuangan salah satunya ialah perbankan. Istilah "*Going Digital*" menunjukkan bahwa bank merangkul semua teknologi terbaru guna menunjang operasi perbankan yang lebih efisien (L.Wewege dan M.C Thomsett, 2019). Salah satu upaya perbankan dalam mencapai "*Going Digital*" adalah munculnya jasa produk *digital banking* atau perbankan digital.

Perbankan digital adalah inovasi terdepan aktivitas perbankan dan layanan keuangan, yang secara historis hanya tersedia kepada pelanggan di cabang bank fisik (Windasari *et al.*, 2022). Berbeda dengan bank konvensional, perbankan digital mengacu pada penggunaan teknologi untuk melakukan berbagai transaksi perbankan dengan lancar (Sardana & Singhanian, 2020). Layanan perbankan digital hadir tanpa cabang dan bank fisik namun tetap menawarkan berbagai layanan yang lebih luas, seperti tabungan yang lebih fleksibel, investasi, dan kartu kredit virtual (Sha & Mohammed, 2017). Menurut Shaikh & Karjaluoto (2016), bank digital berbeda dengan *mobile & online banking* karena *digital banking* menyediakan layanan perbankan dan dompet digital. Beberapa fitur yang sebelumnya terbatas untuk melakukan transaksi keuangan

di *mobile* dan *internet* banking sekarang dapat dilakukan melalui perbankan digital tanpa memerlukan kontak langsung (Windasari *et al.*, 2022)

Sejarah bank digital diawali dengan diciptakannya *automated teller machine* (ATM) dan kartu yang diluncurkan pada tahun 1960 (www.bpptik.kominfo.go.id). Sejarah bank digital di Indonesia dimulai dengan munculnya layanan Jenius oleh bank BTPN pada tahun 2016 yang kemudian diikuti dengan munculnya Digibank pada tahun 2017, keduanya sering disebut-sebut sebagai pionir bank digital mengingat bank Jenius dan Digibank merupakan 2 bank pertama yang berbasis teknologi dan bersifat *branchless* di Indonesia (www.katadata.co.id). Seiring dengan berjalannya waktu, digitalisasi perbankan semakin berkembang, hal ini dibuktikan dengan munculnya berbagai bank berbasis digital lain seperti Bank Jago (2019), Blu (2021), dan TMRW (2021). Berkembangnya bank digital di Indonesia didukung oleh angka penetrasi digital di Indonesia yang dari tahun 2014 terus meningkat hingga 1,6 kali lipat, dan kini telah mencapai 58 persen, setara dengan perkembangan angka penetrasi negara-negara berkembang lainnya di Asia (www.mckinsey.com). Terjadinya pandemi covid 19 di Indonesia 2020 silam juga bermain peran dalam naiknya angka peminat bank digital di Indonesia (www.bi.go.id). Situasi pandemi covid-19 memaksa masyarakat untuk melakukan transaksi non tunai dan menghindari kontak langsung dengan orang lain. Kondisi tersebut mendorong masyarakat untuk lebih banyak bertransaksi melalui *platform* digital sehingga mempercepat proses adaptasi digitalisasi perbankan dan keuangan (Musyaffi, Sari, & Respati, 2021). Menurut Perry

Warjiyo selaku gubernur Bank Indonesia, transaksi *digital banking* meningkat 46,72% yoy menjadi Rp. 28.685,48 triliun hingga September 2021, pencapaian itu diproyeksikan akan terus tumbuh hingga 43,04% yoy mencapai Rp 39.130 triliun untuk keseluruhan tahun (www.keuangan.kontan.co.id).

Kesuksesan penggunaan bank digital tidak bisa dipisahkan dengan peran generasi z yang biasa dikenal sebagai generasi *tech savvy* (Diantari,2021). Menurut Francis & Hoefel (2018), generasi Z merupakan kelompok generasi yang menyumbang 32% dari populasi dunia, ditandai oleh orang-orang yang lahir dari tahun 1995 hingga 2010 yang dibentuk oleh era digital, yang telah mengekspos mereka ke internet, jejaring sosial, dan sistem seluler sehingga menghasilkan generasi hiper-kognitif yang sangat nyaman dengan mengumpulkan referensi sumber informasi dan dengan mengintegrasikan pengalaman virtual dan offline. Sebagai generasi yang erat dengan teknologi, generasi z sering disebut sebagai generasi yang kreatif dan inovatif (Sakiti, 2021). Menurut Hilda Limyanton selaku *funding product* dan *digital marketing head* PT Bank KEB Hana Indonesia, bank digital seperti Line Bank menargetkan generasi z dan milenial sebagai pasar utama layanan bank digital karena keahlian mereka dalam menjalankan teknologi (www.Jabar.antarane.com). Mengingat generasi z mendominasi penduduk indonesia dan 5 tahun lagi semua generasi z akan masuk usia produktif (www.databoks.katadata.co.id) maka bukan menjadi suatu hal yang ganjil jika target pasar bank digital ditujukan kepada generasi yang melek teknologi atau generasi z. Terlebih, Mirza Adityaswara selaku direktur utama Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI)

berpendapat bahwa generasi z merupakan masa depan ekonomi digital, mengingat dalam beberapa tahun lagi semua generasi z akan masuk di usia produktif (www.rm.id).

Berbagai inovasi telah ditawarkan bank digital, namun minat generasi z akan penggunaan bank digital masih bisa dibilang cukup rendah. Berdasarkan survey, sebanyak 27,5% dari generasi milenial telah memiliki rekening bank digital, namun pada generasi z hanya terdapat 18,5% (www.kic.katadata.co.id). Selisih yang cukup jauh ini menimbulkan pertanyaan. Berdasarkan wawancara dengan 10 responden generasi z di Kota Surabaya yang belum menggunakan bank digital, data menunjukkan bahwa sebanyak 6 responden tidak mempunyai rekening di bank digital karena mereka belum merasakan adanya manfaat yang tinggi untuk menekan urgensi dan minat mereka dalam memiliki bank digital. 1 Responden berpendapat bahwa bank digital sulit untuk digunakan. Sedangkan sisanya mengatakan bahwa pengaruh opini kerabat terdekatnya terhadap bank digital mengurungkan minatnya dalam memiliki rekening di bank digital.

Minat merupakan suatu dorongan hati untuk melakukan suatu aktivitas. Menurut Tampubolon (1991:41) minat merupakan perpaduan keinginan dengan kemauan yang dapat tumbuh dengan bantuan motivasi. Dalam menjalankan fungsinya minat berkaitan dengan pikiran dan perasaan, mengingat manusia memberikan penilaian sesudah menentukan keputusannya. Minat seorang individu dapat berubah jika ia dihadapkan dengan berbagai pilihan akan suatu hal yang berkaitan dengan minatnya.

Penggunaan suatu sistem teknologi dapat dilatarbelakangi oleh berbagai hal, dalam penelitian yang dilakukan oleh Davis (1989), konsep *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan bahwa kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) memiliki hubungan yang erat dengan minat penggunaan suatu teknologi (*Intention to Use*), dalam hal ini layanan bank digital. Kebermanfaatan suatu teknologi merupakan suatu tingkatan kepercayaan bahwa penggunaan suatu teknologi dapat membantu meningkatkan kinerja seseorang. Sedangkan kemudahan penggunaan adalah suatu tingkatan kepercayaan bahwa penggunaan suatu teknologi terbebas dari usaha (Davis, 1989).

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh et al. (2003), dalam *Unified Theory Of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dijelaskan bahwa *social influence* juga mempengaruhi minat seorang individu dalam menggunakan suatu teknologi. *Social influence* memiliki pengertian sebagai suatu tingkatan kepercayaan seseorang bahwa orang lain dapat mempengaruhi minat penggunaan suatu teknologi baru (Venkatesh et al., 2003). Ketika seorang individu dihadapkan dengan sesuatu yang baru atau pilihan yang beragam, mereka cenderung membutuhkan masukan dan dukungan dari orang lain yang mereka percayai (Taylor dan Todd, 1995)

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Octaviani (2017), kebermanfaatan terbukti mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat menggunakan layanan perbankan, dalam hal ini penggunaan *internet banking* sebagai alat transaksi. Semakin tinggi manfaat *internet banking* maka semakin

tinggi pula penggunaannya. Hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hasanah (2022) dimana kebermanfaatan secara parsial berpengaruh negatif terhadap penggunaan layanan perbankan berbasis teknologi, dalam hal ini *mobile banking*.

Andriyano (2014) membuktikan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penggunaan layanan perbankan, dalam hal ini rekening ponsel. Hal tersebut juga bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sugih (2015) yang menunjukkan kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang negatif terhadap minat penggunaan layanan perbankan hal ini, *mobile banking*.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hadi, Suryanto, dan Faruqi (2019), *Social Influence* terbukti memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap penggunaan layanan perbankan, dalam hal ini *mobile banking*. Hal tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Windasari *et al* (2022) yang membuktikan bahwa *Social Influence* memiliki pengaruh yang positif terhadap penggunaan layanan perbankan, dalam hal ini *digital bank*.

Dengan fenomena dan ketidakkonsistenan hasil dari penelitian terdahulu yang telah disebutkan, peneliti tertarik untuk menganalisis pengaruh kebermanfaatan, kemudahan penggunaan, dan *social influence* terhadap minat penggunaan bank digital oleh generasi z di Kota Surabaya.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kebermanfaatan memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan bank digital oleh gen z di Kota Surabaya?

2. Apakah kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan bank digital oleh generasi z di Kota Surabaya?
3. Apakah *social influence* memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan bank digital oleh generasi z di Kota Surabaya?
4. Apakah kebermanfaatan, kemudahan penggunaan, dan *social influence* secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap penggunaan bank digital oleh generasi z di Kota Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditemukan dalam tugas akhir ini, adapun tujuan dalam penulisan penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis pengaruh kebermanfaatan terhadap minat penggunaan bank digital oleh generasi z di Kota Surabaya.
2. Menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan bank digital oleh generasi z di Kota Surabaya.
3. Menganalisis pengaruh *social influence* terhadap minat penggunaan bank digital oleh generasi z di Kota Surabaya.
4. Menganalisis pengaruh kebermanfaatan, kemudahan penggunaan, dan *social influence* terhadap minat penggunaan bank digital oleh generasi z di Kota Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis, penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan terkait ilmu perbankan dalam hal bank digital. Diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian berikutnya mengenai penggunaan bank digital.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang positif untuk perkembangan bank digital di Indonesia. Agar dapat bisa menjadi lebih baik serta meningkat.

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Bank Digital

Sejarah bank digital diawali dengan munculnya mesin *automated teller machine* (ATM) dan kartu yang diluncurkan pada tahun 1960, kemudian diikuti dengan munculnya internet pada tahun 1980 dan jaringan digital yang menghubungkan *retailer* dengan *supplier* dan konsumen untuk mengembangkan katalog online dan sistem perangkat lunak inventaris (Kelman, 2016). Perbankan digital di Indonesia dimulai dengan munculnya layanan Jenius pada tahun 2016 dan Digibank pada tahun 2017. Munculnya berbagai bank digital diikuti dengan bank-bank lain seperti Bank Jago, Blu, dan TMRW.

Jika merujuk pada peraturan OJK (Otoritas Jasa Keuangan) nomor 12/PJOK.03/2021, dijelaskan bahwa *digital bank* adalah layanan perbankan elektronik yang ditujukan untuk upaya memberikan pelayanan lebih cepat, mudah, sesuai kebutuhan dan dapat dilakukan nasabah secara mandiri dengan tetap memperhatikan unsur keamanannya. Menurut Patrick Johnson (2020), bank digital merupakan suatu organisasi bisnis yang menawarkan berbagai aktivitas perbankan secara online yang sebelumnya hanya tersedia di kantor cabang saja.

Bank digital kerap disamakan dengan berbagai layanan perbankan yang berbasis teknologi seperti *mobile banking* dan *internet banking*. Kegunaan bank digital yang terkesan sama dengan layanan tersebut membuat pengguna sulit

membedakannya. Perbedaan mendasar bank digital berada pada keberadaan cabang fisik dimana bank digital hanya mengandalkan infrastruktur digital untuk mencakup semua jenis transaksi Windasari *et al.*(2022). Seluruh kegiatan bank digital mulai dari pembukaan rekening hingga penutupan rekening dilakukan secara digital atau melalui jaringan internet. Dalam pembentukan bank digital di Indonesia, terdapat regulasi yang mengacu pada peraturan OJK No.12/POJK.03/2021 menyebutkan bahwa ketentuan utama sebuah bank digital merupakan adanya minimal satu kantor baik *fully digital bank* atau hasil transformasi dari bank konvensional (www.ojk.go.id)

2.2 Kebermanfaatan (*Usefulness*)

Kebermanfaatan pertama kali dicetuskan oleh Davis (1989) pada konsep yang dinamakan *Technology Acceptance Model* atau TAM. Pada konsep ini Davis menjelaskan faktor faktor eksternal yang mempengaruhi seorang individu pengguna teknologi terhadap penggunaan teknologi itu sendiri (Lucyanda, 2010). Salah satu faktor tersebut merupakan kebermanfaatan. Davis (1989) mengartikan kebermanfaatan sebagai suatu tingkatan sejauh seorang individu mempercayai bahwa dengan menggunakan suatu teknologi kinerja pekerjaan mereka akan meningkat. Menurut Rahmatsyah (2016:133) kebermanfaatan merupakan pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi/teknologi tertentu guna mempermudah kinerjanya dalam bekerja.

Seorang individu akan memilih untuk menggunakan suatu teknologi jika teknologi tersebut dapat memberikan manfaat kepada mereka (Thompson, 1991). Hal

ini dapat disimpulkan bahwa jika seseorang percaya bahwa suatu teknologi berguna dan bermanfaat untuk mempermudah kinerjanya maka dia akan menggunakannya. Hal ini berlaku sebaliknya, jika seorang individu merasa tidak percaya bahwa suatu teknologi tidak berguna dan tidak dapat mempermudah kinerjanya, maka mereka tidak akan menggunakan teknologi tersebut.

Menurut Wijaya (2005) dalam Almontaha (2008:14) manfaat terhadap pengguna suatu teknologi dapat diukur dari beberapa faktor seperti:

1. Produktivitas pengguna dapat ditingkatkan oleh penggunaan teknologi (*Increase Productivity*)
2. Kinerja pengguna dapat ditingkatkan oleh penggunaan teknologi (*Enhances Performance*)
3. Efisiensi proses yang dilakukan pengguna dapat ditingkatkan oleh penggunaan teknologi (*Enhances effectiveness*)

2.3 Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*)

Selain kebermanfaatan, dalam konsep TAM yang dikemukakan oleh Davis (1989), kemudahan penggunaan juga merupakan salah satu faktor eksternal yang dapat mempengaruhi seorang individu untuk menggunakan suatu teknologi. Davis (1989) mengartikan kemudahan penggunaan sebagai suatu tindakan dimana seorang individu percaya bahwa suatu sistem digunakan karena sistem tersebut mudah dipahami dan digunakan, sehingga tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*).

Menurut Widjana (2010:33), kemudahan penggunaan memiliki arti sebagai keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi tidak akan membutuhkan usaha yang besar (*free of effort*) atau tidak akan merepotkan pada saat digunakan. Hal

ini sejalan dengan arti kemudahan penggunaan menurut Jogiyanto (2019:934) yang dimana kemudahan penggunaan merupakan tingkatan dimana seorang individu merasa yakin bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tidak membutuhkan banyak usaha dan mudah penggunaan serta pengoprasiaannya. Sedangkan menurut Davis (2019:30) kemudahan penggunaan merupakan tingkat ekspektasi pengguna terhadap tingkat usaha yang harus dikeluarkan oleh mereka dalam mengoprasikan suatu sistem. Hal tersebut mengindikasikan kemudahan penggunaan merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa dalam menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.

Menurut Amijaya (2010) kemudahan penggunaan suatu teknologi berpengaruh terhadap perilaku atau tindakan pengguna, dimana semakin tinggi kepercayaan suatu individu akan kemudahan penggunaan suatu teknologi, maka semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi tersebut. Hal ini mengartikan bahwa tujuan dibuatnya suatu sistem tidaklah untuk mempersulit pengguna, melainkan memberikan kemudahan bagi penggunanya. Dapat disimpulkan bahwa jika seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tidak membutuhkan usaha besar, maka mereka akan menggunakan teknologi tersebut, begitupun sebaliknya.

Menurut Leon (2018) kemudahan penggunaan dapat diukur dengan 3 indikator di bawah:

1. Perasaan mudah dalam penggunaan
2. Perasaan mudah dalam mempelajari
3. Perasaan tidak diperlukannya usaha lebih dalam penggunaan suatu teknologi

2.4 Social Influence

Dalam konsep *User Acceptance of Information Technology* (UTAUT) yang dikemukakan oleh Venkatesh *et al.* (2003), salah satu faktor penggunaan suatu teknologi oleh seorang individu adalah pengaruh sosial. *Social influence* merupakan suatu tingkatan kepercayaan seorang individu bahwa orang lain yang penting bagi mereka dapat mempengaruhi mereka dalam menggunakan suatu teknologi (Venkatesh *et al.*, 2003). Menurut Wang dan Chou (2014), pengaruh sosial merupakan bagaimana suatu individu dapat mempengaruhi keputusan perilaku individu lainnya. *Social influence* diartikan sebagai suatu tingkatan sejauh mana seseorang merasa bahwa orang lain yang dekat atau penting baginya, percaya ia harus menggunakan suatu teknologi baru (Davis, 1989). Dapat disimpulkan bahwa pengaruh sosial berhubungan dengan tekanan eksternal baik dari keluarga, teman, atau rekan kerja, dimana jika seorang individu percaya bahwa orang yang penting bagi mereka dapat mempengaruhi mereka dalam menggunakan suatu teknologi.

Jin *et al.*(2008) dalam (Windasari *et al.*,2022) menjelaskan bahwa *social influence* dapat diukur dengan 3 indikator sebagai berikut:

1. Penggunaan bank digital akan meningkatkan presitise seseorang
2. Penggunaan bank digital didukung oleh bank disekitar
3. Penggunaan bank digital akan dianggap penting jika orang terdekat menganggapnya demikian.

2.5 Minat penggunaan

Minat menurut Priambodo dan Prabawani (2016) merupakan keinginan untuk menggunakan dan mencoba menggunakan yang berlanjut hingga kala nanti. Pada dasarnya, minat merupakan penerimaan hubungan antara seorang individu dan sesuatu dari luarnya (Djali, 2008:121). Minat memiliki kaitan dengan kepuasan seseorang. Jika seorang individu menilai bahwa sesuatu bermanfaat maka ia akan berminat atas hal tersebut dan hal itu akan mendatangkan kepuasan bagi dirinya (Windasari *et al*, 2022).

Menurut Jahja (2011:63) minat merupakan suatu dorongan yang menyebabkan perhatian seorang individu terikat pada objek tertentu seperti pekerjaan, benda, dan orang. Minat berhubungan erat dengan kebutuhan serta ketertarikan seorang individu terhadap suatu hal. Menurut Pratama dan Saputra (2019:937) minat adalah keinginan yang didorong dengan pertimbangan, pengelihan, serta pengamatan dengan kebutuhan yang diinginkan. Minat penggunaan suatu teknologi merupakan tingkatan keinginan atau niat seorang individu dalam menggunakan teknologi tersebut secara terus menerus (Jati, 2019) dalam (Ernawati & Noersanti, 2020). Dapat disimpulkan bahwa minat dapat memiliki kaitan dengan tingkat kepuasan dan keinginan seorang individu untuk menggunakan suatu teknologi, dimana jika suatu teknologi dapat membawa kepuasan bagi seorang individu maka keinginan mereka akan ada keinginan untuk menggunakannya.

Menurut Thakur dan Srivastava (2014) dalam (Windasari *et al.*, 2022), minat penggunaan suatu teknologi dapat diidentifikasi melalui indikator, sebagai berikut:

1. Kecenderungan seorang individu untuk menggunakan suatu teknologi
2. Kecenderungan seorang individu mendorong orang lain untuk menggunakan suatu individu
3. Kecenderungan seorang individu untuk menggunakan suatu teknologi di masa mendatang

2.6 Generasi Z

Penelitian Stillman (2017) menjelaskan bahwa generasi z merupakan generasi yang lahir tahun 1995 sampai 2012, disebut juga generasi net atau generasi internet. Generasi z merupakan generasi pertama yang tumbuh dan besar dengan teknologi dan internet, merupakan generasi yang haus akan teknologi (Noordiono, 2016).

Menurut Stillman & Stillman (2018) generasi z memiliki beberapa karakteristik yang diuraikan sebagai berikut:

1. Digital (Fisik-Digital)

Generasi z merupakan generasi pertama dimana sejak mereka lahir segala aspek fisik (tempat dan manusia) mempunyai keterkaitan dengan digital. Menurut generasi ini dunia virtual dan nyata saling bertindihan. Dunia virtual merupakan bagian dari kehidupan nyata.

2. Hiper-kustomisasi

Generasi z selalu berusaha untuk melakukan penyesuaian identitas diri atau kustomisasi agar mereka selalu dikenal dunia.

3. Realistis

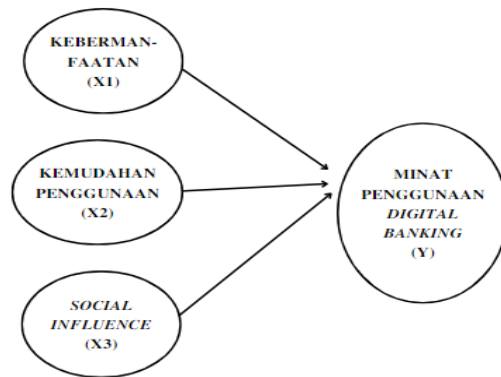
Generasi ini cenderung untuk berfikir secara realistis karena keinginan untuk memahami kondisi lingkungan yang tidak menentu akibat pergerakan yang sangat cepat di era digital ini.

4. *Fear Of Missing Out* (FOMO)

Kehidupan virtual yang meliputi banyak sosial media sebagai media komunikasi, generasi ini sangat takut melewatkan sesuatu. Mereka selalu ingin berada di barisan terdepan dalam segala hal, baik tren maupun kompetisi.

2.7 Kerangka Berpikir

Dalam penelitian ini, minat penggunaan bank digital dilihat dari 3 aspek yaitu Kebermanfaatan (X1) menjadi variabel independen, kemudahan penggunaan (X2) sebagai variabel independen, dan *Social Influence* (X3) juga sebagai variabel independen.



Sumber: Diolah Peneliti

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

2.8 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil penelitian
1.	Windasari <i>et al.</i> (2022)	X: Nilai ekonomi, kemudahan penggunaan, pengaruh social, reputasi, promosi, fitur, rasa ingin tahu, penghargaan Y: Minat penggunaan bank digital	Untuk menganalisis factor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan bank digital oleh generasi y dan z	Kedelepan variabel berpengaruh signifikan kecuali variabel promosi dan rasa ingin tahu
2.	Adzima dan Ariyanti (2018)	X: Kepercayaan, kemudahan penggunaan, persepsi nilai, pengaruh social Y: Minat penggunaan <i>mobile banking</i>	Untuk menganalisis apakah keempat variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat	Keempat variabel berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i>
3.	Laksana <i>et al.</i> (2015)	X: Kebermanfaatan, Kemudahan	Untuk menganalisis pengaruh	Keempat variabel bebas berpengaruh

		penggunaan, resiko, kesesuaian Y: Minat menggunakan <i>mobile banking</i>	keempat variabel bebas terhadap variabel terikat	signifikan terhadap variabel terikat secara parsial dan simultan
4.	Yaseen dan Qirem (2018)	X: <i>Performance expectancy, effort expectancy, social influence</i> , kualitas servis, dan <i>hedonic motivation</i> Y: Minat menggunakan <i>e-banking</i>	Untuk menganalisis pengaruh kelima variabel bebas terhadap variabel terikat	Kelima variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan <i>e-banking</i> kecuali variabel <i>performance expectancy</i> dan <i>hedonic motivation</i> .

Sumber: Diolah Oleh Peneliti

2.9 Hipotesis

Hipotesis merupakan proposisi atau dugaan terhadap rumusan masalah dalam suatu penelitian yang belum terbukti. Berdasarkan kerangka pemikiran dan tinjauan pustaka, maka berikut merupakan 4 hipotesis yang peneliti ajukan dalam penelitian ini:

Tabel 2.2 Hipotesis Penelitian

No.	H	Hipotesis
1.	H1	Kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan bank digital
2.	H2	Kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan bank digital
3.	H3	<i>Social Influence</i> berpengaruh positif terhadap minat penggunaan bank digital
4.	H4	Kebermanfaatan, kemudahan penggunaan, dan <i>social influence</i> secara simultan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan bank digital

Sumber: Diolah oleh Peneliti

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang sebagian besar proses pelaksanaannya menggunakan angka mulai dari pengumpulan data hingga hasil dan penarikan kesimpulan (Machali, Imam. 2017:15). Menurut Sugiyono (2014:11), penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang didasari oleh filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti sampel atau populasi tertentu. Sedangkan pendekatan deskriptif merupakan tingkat eksplanasi yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variabel yang satu dengan lain (Machali. 2017:17).

3.2 Sumber Data

3.2.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh pengumpul data atau peneliti. Data diperoleh dengan menyebarkan angket atau kuesioner kepada responden atau objek yang diteliti. Responden dalam penelitian ini merupakan generasi Z yang ada di Kota Surabaya.

3.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dilaksanakannya penelitian oleh peneliti guna mendapatkan data serta informasi yang dicari. Lokasi penelitian ini ditentukan sesuai dengan permasalahan yang ditemukan. Berdasarkan latar belakang, penelitian ini dilakukan secara *online* melalui *Google Form* berbentuk kuesioner online yang disebar kepada objek penelitian. Penyebaran kuesioner dimulai pada bulan Juni 2022.

3.4 Identifikasi Variabel

3.4.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono (2013:39), variabel bebas sering disebut sebagai variabel stimulus karena merupakan sesuatu yang menyebabkan atau memengaruhi perubahan serta menimbulkan variabel dependen atau variabel terikat. Variabel bebas ditandai dengan simbol X. Terdapat 3 variabel bebas dalam penelitian ini yaitu, kebermanfaatan (X1), kemudahan penggunaan (X2), dan *social influence* (X3).

3.4.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Sugiyono (2013:39) variabel terikat sering disebut sebagai variabel *output* karena keberadaanya merupakan pengaruh atau menjadi akibat dari variabel bebas. Sedangkan Machali (2017:72) berpendapat bahwa dalam menjalankan fungsinya, variabel lain mempengaruhi variabel ini, maka variabel terikat sering juga disebut sebagai variabel terpengaruhi. Variabel terikat ditandai dengan simbol Y.

Variabel terikat dalam penelitian ini merupakan minat penggunaan bank digital oleh generasi z di Kota Surabaya.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dicantumkan dengan harapan untuk menghindari kesalahan atau perbedaan dalam penafsiran memahami variabel yang terdapat pada penelitian (Machali, Imam. 2017:71). Oleh karena itu peneliti mendefinisikan variabel operasional dalam tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber Rujukan
Kebermanfaatan	Kebermanfaatan mengacu pada kepercayaan seorang individu bahwa suatu sistem dapat meningkatkan kinerjanya dalam bekerja.	a. Produktivitas pengguna meningkat (<i>Increase Productivity</i>) b. Kinerja pengguna meningkat (<i>Enhances Performance</i>) c. Efisiensi proses bekerja pengguna meningkat (<i>Enhances effectiveness</i>)	Wijaya (2005) dalam (Almuntaha, 2008)
Kemudahan Penggunaan	Kemudahan penggunaan mengacu pada kebebasan seorang individu dari usaha atau	a. Perasaan mudah dalam penggunaan b. Perasaan mudah dalam mempelajari	Leon (2018)

	kemudahan penggunaan suatu sistem	c. Perasaan tidak diperlukannya usaha lebih dalam penggunaan teknologi	
<i>Social Influence</i>	Pengaruh sosial mengacu pada cara seorang individu melakukan suatu aktivitas karena dipengaruhi oleh orang lain	a. Orang di lingkungan saya yang menggunakan bank digital memiliki presitese lebih tinggi daripada yang tidak menggunakan b. Secara umum, bank telah mendukung penggunaan bank digital c. Orang yang penting bagi saya menganggap penggunaan bank digital itu harus.	Jin <i>Et al.</i> (2008) dalam (Windasari <i>et al.</i> , 2022)
Minat penggunaan bank digital	Minat mengacu pada penerimaan hubungan antara seorang individu dengan sesuatu yang berasal dari luar	a. Kecenderungan seorang individu untuk menggunakan layanan bank digital sebagai alat transaksi b. Kecenderungan seorang individu mendorong orang lain untuk menggunakan layanan bank digital c. Kecenderungan seorang individu untuk menggunakan di masa mendatang	Thakur and Srivastava (2014) dalam (Windasari <i>et al.</i> , 2022)

Sumber: Diolah oleh Peneliti

3.6 Populasi dan Sampel

3.6.1 Populasi

Keseluruhan objek/subjek yang telah ditetapkan oleh peneliti merupakan pengertian dari populasi (Machali, 75:2017). Populasi juga dapat diartikan sebagai jawaban dari masalah yang ada di sebuah penelitian yang berbentuk data atau informasi yang terpercaya. Populasi tidak hanya terdiri dari individu dan jumlah yang ada pada objek atau subjek yang diteliti namun juga berhubungan dengan objek dan karakteristik yang dimiliki (Sugiyanto, 2013). Pada penelitian ini, populasi yang digunakan adalah generasi Z yang berdomisili di Kota Surabaya.

3.6.2 Sampel Penelitian

Sampel dalam penelitian ini merupakan generasi z pengguna bank digital di Kota Surabaya sejumlah 100 orang, karena menurut Sugiyono (2019:143), sebuah penelitian dapat dikatakan layak jika ukuran sampel berada antara 30 sampai dengan 500. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini merupakan teknik *purposive sampling* dimana hanya individu yang memenuhi persyaratan dapat menjadi sampel.

3.7 Prosedur Pengumpulan data

Pada 1932, Likert mengembangkan skala pengukuran yang dinamakan skala Likert. Skala ini terdiri dari empat atau lebih butir pertanyaan yang kemudian dikombinasikan menjadi suatu nilai yang mengidentifikasikan sifat seorang individu, misal pengetahuan dan perilaku. Dalam menganalisis data, umumnya rata-rata atau

jumlah dari semua butir pertanyaan dapat digunakan karena setiap butir pertanyaan merupakan indikator yang valid dari variabel yang direpresentasikan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert dengan nilai 4 kategori dikarenakan skala ini tidak memiliki kategori jawaban tengah. Adanya kategori jawaban tengah akan memiliki arti ganda, dimana sering disebut dengan netral yang tidak merujuk ke salah satu jawaban, setuju tidak, tidak setujupun tidak (Hadi, 1999:19). Berikut merupakan keterangan pernyataan skala likert bernilai 4 kategori:

Tabel 3.2 Skala Likert (Keterangan Pernyataan)

Nilai	Keterangan
1	Sangat tidak setuju
2	Tidak setuju
3	Setuju
4	Sangat setuju

Sumber: Diolah Peneliti

3.8 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu benda atau alat yang dapat membantu peneliti mendapatkan data yang ingin dicari, dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrument peneliti berupa kuesioner atau angket. Setelah mengelompokkan variabel penelitian beserta indikatornya maka didapatkan instrument penelitian sebagai berikut.

Tabel 3.3 Instrumen Penelitian

KEBERMANFAATAN
1. Saya merasa dengan menggunakan bank digital tingkat produktifitas saya meningkat 2. Saya merasa dengan adanya bank digital kinerja saya lebih baik dari hari ke hari 3. Saya merasa penggunaan bank digital menghemat waktu saya 4. Saya merasa bertransaksi menggunakan bank digital sangatlah praktis
KEMUDAHAN PENGGUNAAN
1. Saya merasa bank digital mudah untuk dioperasikan 2. Mudah bagi saya untuk mempelajari bagaimana cara menggunakan bank digital 3. Saya tidak memerlukan usaha lebih/usaha yang keras untuk bisa mengoperasikan bank digital 4. Saya tidak merasa bahwa bank digital merupakan suatu sistem yang rumit untuk digunakan
SOCIAL INFLUENCE
1. Saya merasa orang-orang di sekitar saya yang menggunakan bank digital memiliki prestise/kehormatan yang lebih tinggi dibandingkan yang tidak menggunakan 2. Secara umum, bank di sekitar saya telah mendukung penggunaan bank digital 3. Saya merasa jika orang terdekat saya menanggapi penggunaan bank digital itu penting, maka saya akan menganggapnya penting 4. Saya merasa bahwa pendapat atau saran dari teman maupun orang terdekat saya mempengaruhi saya dalam menggunakan bank digital
MINAT
1. Saya lebih suka menggunakan bank digital dibandingkan bank konvensional untuk melakukan transaksi 2. Saya akan menyarankan teman dan kerabat terdekat saya untuk menggunakan bank digital 3. Saya akan tetap menggunakan layanan bank digital di masa mendatang 4. Saya akan mempelajari bank digital lebih dalam

Sumber: Diolah Oleh Peneliti

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Uji Instrumen

Tujuan dilakukannya uji instrumen merupakan untuk mengetahui kualitas data yang dikumpulkan peneliti melalui kuesioner yang disebar dapat dipertanggungjawabkan atau tidak.

A. Uji Validitas

Validitas merupakan sebuah keadaan dimana tingkat instrumen yang bersangkutan dinilai mampu mengukur apa yang diukur (Imam, Machali. 2017:69), dimana dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengukur. Menurut Sugiyono (2016:117), validitas merupakan penunjuk derajat ketepatan antara data yang asli atau sesungguhnya terjadi dengan data didapatkan peneliti untuk mencari validitas sebuah item. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika r hitung $>$ r tabel (Ghozali, 2011:53). Berikut merupakan rumus dari uji validitas yang dikemukakan oleh pearson:

$$r \text{ hitung} = \frac{n \sum XY - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \dots \dots \dots (3.1)$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi

n = Banyaknya sampel

$\sum XY$ = Jumlah perkalian variabel x dan y

$\sum X$ = Jumlah nilai variabel x

$\sum Y$ = Jumlah nilai variabel y

ΣX^2 = Jumlah pangkat dari nilai variabel x

ΣY^2 = Jumlah pangkat dari nilai variabel y

B. Uji Reliabilitas

Kata reliabilitas berasal dari kata “*reliable*” yang memiliki arti dapat diandalkan atau dipercaya. Selain itu, reliabilitas sering diartikan sebagai ketepatan, konsistensi, kestabilan, serta dapat dipercaya. Menurut Machali (2017:80) indikator tingginya tingkat reliabilitas suatu instrumen dapat dilihat dari hasil tes dari konsistensi instrumen tersebut. Suatu instrumen yang konsisten dapat diandalkan karena berapa kalipun, dimanapun, dan kapanpun instrumen tersebut digunakan untuk mengambil data, maka hasilnya akan tetap sama. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji *statistic Cronbach's Alpha* (α), dimana variabel dapat dikatakan *reliable* jika memiliki nilai koefisien $> 0,60$. Berikut merupakan rumus *Alpha Cronbach*:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right] \quad (3.2)$$

Keterangan:

r_{11} = koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah item pertanyaan

$\sigma^2 t$ = Varians total

$\sum b^2 \sigma$ = jumlah varian butir

3.9.2 Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui secara normal atau tidaknya peneliti melakukan penyebaran data. Diperlukan uji normalitas guna menguji variabel dengan mengasumsikan nilai residual memiliki persebaran yang normal (Ghozali, 2011). Beberapa teknik untuk menguji kenormalan distribusi yaitu dengan menggunakan teknik *Kolmogorov-smirnov* dimana jika nilai signifikan suatu data $> 0,05$, maka data itu dianggap normal, begitupun sebaliknya jika nilai signifikan suatu data $< 0,05$ maka data itu dianggap tidak normal. Selain itu, teknik lain yang digunakan untuk mengambil keputusan dasar adalah jika *data plotting* (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal. Menurut Ghozali (2013), nilai residual dapat dikatakan normal jika data plotting mengikuti garis diagonal. (Sugiyono, 2013:257)

$$KD: 1,36 \frac{\sqrt{n_1+n_2}}{n_1 n_2} \quad (3.3)$$

Keterangan:

KD = Jumlah *Kolmogorov-Smirnov* yang dicari

n_1 = Jumlah sampel yang diperoleh

n_2 = Jumlah sampel yang diharapkan

B. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2005), uji multikolinearitas merupakan pengujian untuk mengetahui apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel-variabel bebas di dalam suatu model regresi. Model regresi dapat dikatakan baik jika di dalamnya tidak terdapat korelasi antar variabel bebas, variabel ini dinamakan variabel ortogonal. Variabel bebas yang memiliki korelasi antar sesama variabelnya tidak dapat disebut variabel ortogonal.

Suatu model regresi dapat dikatakan bebas dari multikolinearitas antar variabel bebas apabila nilai toleransinya $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 . Jika nilai toleransi suatu model regresi $< 0,1$ serta nilai VIFnya > 10 , maka terdapat multikolinearitas antar variabel bebas di dalam model regresi tersebut.

$$\mathbf{VIF} = \frac{1}{\mathbf{Tolerance}} \quad \text{atau} \quad \mathbf{Tolerance} = \frac{1}{\mathbf{VIF}} \quad (3.4)$$

C. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian heteroskedastisitas merupakan untuk mengetahui adanya ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain dalam suatu model regresi, dimana jika varian dari residual pengamatan lain hasilnya berbeda maka disebut heteroskedastisitas dan jika tetap maka disebut homoskedastisitas. Menurut Ghazali (2005), model regresi yang baik merupakan model regresi yang bebas dari heteroskedastisitas atau model regresi yang homoskedastisitas. Heteroskedastisitas dapat dianalisis dengan metode Glesjer dimana jika hasil nilai

signifikansi (Sig.) $> 0,05$, maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi, begitupun sebaliknya jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$ maka terdapat gejala heteroskedastisitas.

Selain metode glesjer, peneliti menggunakan metode *Scatter Plots* untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas atau tidak. Teknik dasar pengambilan keputusan merupakan jika hasil uji data memiliki pola yang tersebar di atas, di bawah, maupun disekitar angka 0 di titik tumpu sumbu Y, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas (Andriani & Sri, 2021)

3.9.3 Pengujian Hipotesis

A. Uji t

Uji t dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individual) atau secara terpisah dimana variabel tersebut terdiri dari kebermanfaatan (X1), kemudahan penggunaan (X2), serta *social influence* (X3) terhadap variabel dependen yaitu minat (Y). Pengujian t juga dilakukan guna mengetahui penerimaan atau penolakan hipotesa. Menurut Mardiatmoko (2020), H_0 yang diterima merupakan yang nilai signifikansinya $> 0,05$ (variabel tidak berpengaruh), begitupun sebaliknya apabila nilai signifikansinya $< 0,05$ maka H_0 ditolak sehingga variabel berpengaruh. Berikut merupakan rumus yang digunakan (Gudjarati, 2003):

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (3.5)$$

Keterangan:

- t = Distribusi t
 r = Koefisien korelasi parsial
 r^2 = Koefisien determinasi
 n = Jumlah data

B. Uji F (Simultan)

Menurut Mardiatomoko (2020), pengujian ini dilakukan untuk mengetahui jika variabel independen dapat secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan dengan hipotesis:

- Ho: Tidak ada pengaruh X1 dan X2 secara bersama-sama terhadap Y3
- Ha: Terdapat pengaruh X1 dan X2 secara bersama-sama terhadap Y3

Kriteria pengujian ini merupakan jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka Ho diterima atau tidak terdapat pengaruh dan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka Ha ditolak atau terdapat pengaruh yang signifikan (Mardiatmoko, 2020)

C. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada umumnya digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependennya. Nilai dari koefisien ini adalah antara nol hingga satu. Nilai koefisien determinasi

yang mendekati satu memiliki arti sebagai kemampuan variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan guna memprediksi variabel dependen, sedangkan nilai koefisien determinasi yang kecil mengindikasikan kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependennya terbatas. Menurut Ridwan dan Sunarto (2015:110) koefisien determinasi dapat dihitung secara manual menggunakan rumus:

$$K_d = r^2 \times 100 \quad (3.6)$$

Keterangan:

= Nilai koefisien determinasi

r = Nilai koefisien korelasi

3.9.4 Analisis Linier Berganda

Metode analisis data merupakan tahapan berikutnya proses penelitian yang telah terkumpulkan dan kemudian diolah agar dapat memberi jawaban atas rumusan masalah pada penelitian ini. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode regresi linier berganda. Metode linier berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Menurut Ghozali (2018), analisis linier berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut merupakan rumus dari regresi linier berganda:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \quad (3.7)$$

Keterangan:

Y = Minat penggunaan bank digital

- β_0 = Konstanta
 $\beta_2 X_2$ = Koefisien regresi
 X_1 = Variabel kebermanfaatan
 X_2 = Variabel kemudahan penggunaan
 X_3 = Variabel *social influence*
 e = Residual atau prediktor

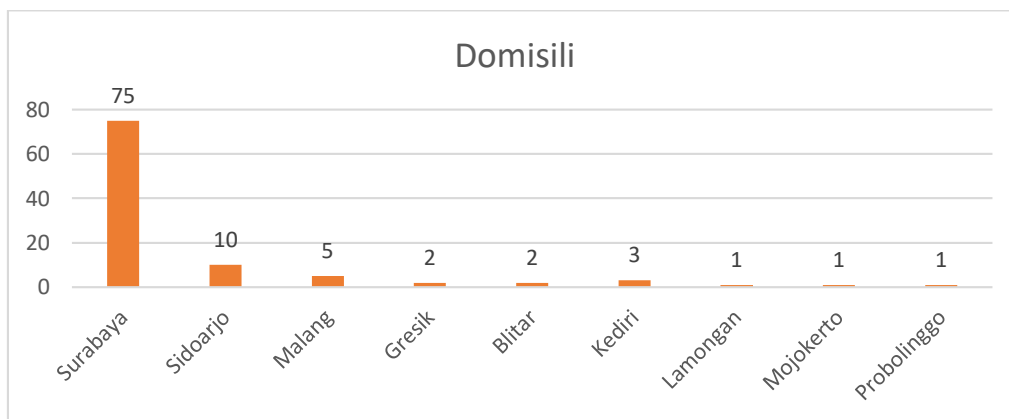
BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden

Subjek pada penelitian ini merupakan generasi Z di Kota Surabaya yang pernah menggunakan layanan bank digital. Data didapatkan melalui penyebaran angket atau kuesioner yang dilakukan secara online menggunakan *google form* kepada 100 responden. Data identitas responden dalam kuesioner meliputi domisili, jenis kelamin, usia, pekerjaan, serta pendapatan per bulan. Berikut merupakan data yang diperoleh peneliti:

1. Berdasarkan Domisili



Sumber: Data Primer yang Diolah

Gambar 4.1 Data Responden Berdasarkan Domisili

Berdasarkan gambar 4.1, dari 100 data responden yang telah mengisi kuesioner penelitian, Kota Surabaya merupakan domisili yang mendominasi berjumlah 75

responden. Kemudian diikuti dengan Kota Sidoarjo berjumlah 10 responden, Kota Gresik dan Blitar masing-masing 2 responden, Kota Kediri sejumlah 3 responden, lalu Kota Lamongan, Mojokerto, dan Probolinggo masing – masing 1 responden.

2. Berdasarkan Jenis Kelamin

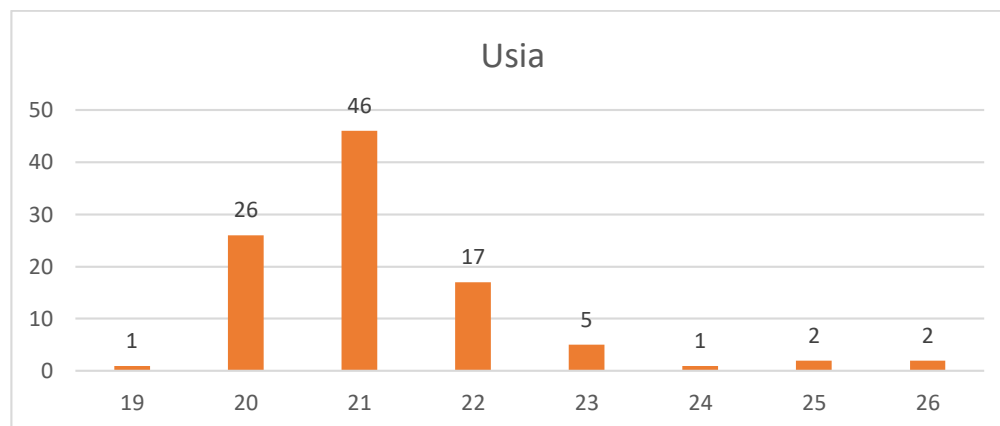
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Perempuan	65	65%
Laki-laki	35	35%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui dari 100 responden yang telah mengisi kuesioner penelitian, perempuan merupakan jenis kelamin yang mendominasi sebanyak 65%. Jenis kelamin laki-laki terdapat 35% atau selisih 30% dengan jenis kelamin perempuan.

3. Berdasarkan Usia



Sumber: Data Primer yang Diolah

Gambar 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia

Gambar 4.2 merupakan hasil data responden berdasarkan usia yang menunjukkan bahwa dari 100 responden terdapat 1 responden yang berusia 19 tahun, 26 responden yang berusia 20 tahun, 46 responden yang berusia 21 tahun, 17 responden yang berusia 22 tahun, 5 responden yang berusia 5 tahun, 1 responden yang berusia 24 tahun, 3 responden yang berusia 25 tahun, dan 2 responden yang berusia 2 tahun. Data diatas menunjukkan bahwa responden yang berusia 21 tahun mendominasi pengisian kuesioner penelitian ini.

4. Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar / Mahasiswa	91	91%
Karyawan	8	8%
Wirausaha	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah

Berdasarkan tabel 4.2, dari 100 responden yang telah ikut serta dalam pengisian kuesioner, pekerjaan yang mendominasi adalah pelajar/mahasiswa sejumlah 91% yang kemudian diikuti oleh karyawan sebanyak 8% dan terakhir wirausaha sebanyak 1%.

5. Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Pendapatan Perbulan	Jumlah	Presentase
< Rp. 2.500.000	75	75%
Rp. 2.500.000 hingga < Rp.5.000.000	19	19%

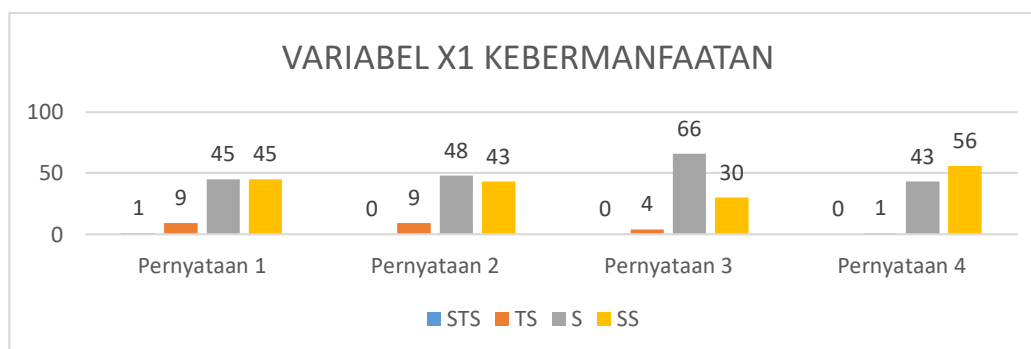
Rp.5.000.000 hingga < Rp.7.500.000	4	4%
Rp.7.500.000 hingga < Rp.10.000.000	1	1%
> Rp. 10.000.000	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah

Berdasarkan tabel 4.3 responden dengan pendapatan perbulan dibawah Rp.2.500.000 mendominasi pengisian kuesioner dengan jumlah 75 responden. Lalu responden dengan pendapatan perbulan Rp.2.500.000 hingga kurang dari Rp.5.000.000 berjumlah 19 orang, kemudian responden dengan pendapatan perbulan Rp.5.000.000 hingga kurang dari Rp.7.500.000 berjumlah 4 orang. Sedangkan presentase paling kecil merupakan pendapatan perbulan yang sebanyak Rp.7.500.000 hingga < Rp.10.000.000 dan lebih dari Rp.10.000.000 yaitu masing masing berjumlah 1 orang.

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

A. Variabel X1 (Kebermanfaatan)



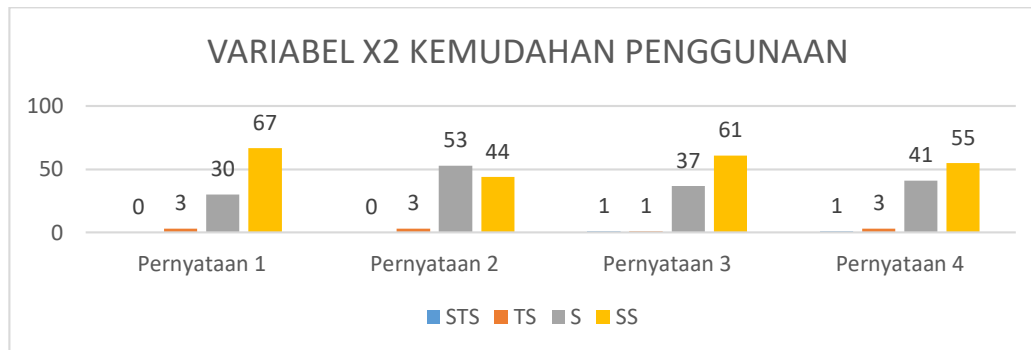
Sumber: Data Primer yang Diolah

Gambar 4.3 Grafik Hasil Kuesioner Variabel Kebermanfaatan

Berdasarkan gambar 4.3, data menunjukkan bahwa:

- Pada pernyataan 1, 45 responden menjawab sangat setuju (SS) bahwa dengan menggunakan layanan bank digital, tingkat produktifitas mereka meningkat. Sedangkan 9 responden menjawab tidak setuju (TS) dan 1 responden lain menjawab sangat tidak setuju (STS).
- Pada pernyataan 2, sebanyak 48 responden menjawab setuju (S) dan 9 responden menjawab tidak setuju (TS) bahwa dengan adanya layanan bank digital kinerja mereka lebih baik dari hari ke hari.
- Pada pernyataan 3, sebanyak 66 responden menjawab setuju (S) dan 4 responden menjawab tidak setuju (TS) bahwa penggunaan layanan bank digital menghemat waktu mereka.
- Pada pernyataan 4, sebanyak 56 responden menjawab sangat setuju (SS) dan hanya 1 responden menjawab tidak setuju (ST) bahwa bertransaksi menggunakan layanan bank digital sangatlah praktis.

B. Variabel X2 (Kemudahan Penggunaan)

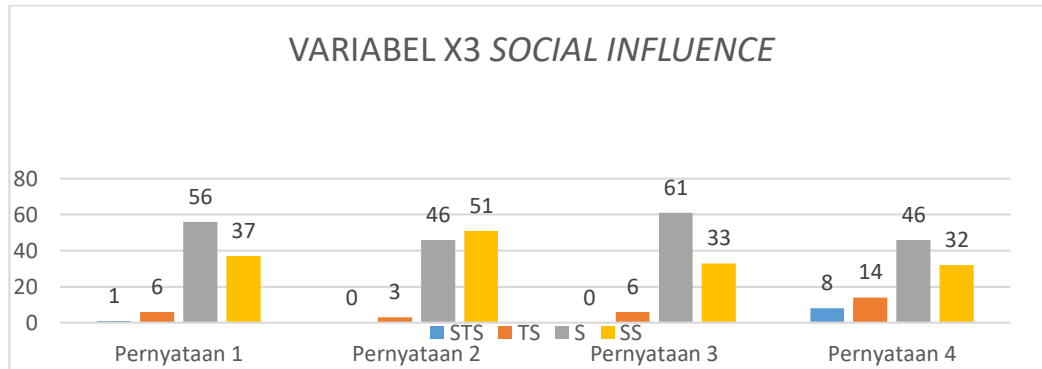


Sumber: Data Primer yang Diolah

Gambar 4.4 Grafik Hasil Kuesioner Variabel Kemudahan Penggunaan

Berdasarkan gambar 4.4, data menunjukkan bahwa:

- Pada pernyataan 1, sebanyak 67 responden menjawab sangat setuju (SS) dan 3 responden menjawab tidak setuju (TS) bahwa bank digital mudah untuk dioperasikan,
- Pada pernyataan 2, sebanyak 53 responden menjawab setuju (S) dan 3 responden menjawab tidak setuju (TS) bahwa bank digital mudah untuk dipelajari cara penggunaannya.
- Pada pernyataan 3, sebanyak 61 responden menjawab sangat setuju (ST) dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju (STS) bahwa untuk mengoperasikan bank digital diperlukan usaha lebih atau usaha yang keras.
- Pada pernyataan 4, sebanyak 55 responden menjawab sangat setuju (SS) dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju bahwa bank digital bukanlah suatu sistem yang rumit

C. Variabel X3 (*Social Influence*)

Sumber: Data Primer yang Diolah

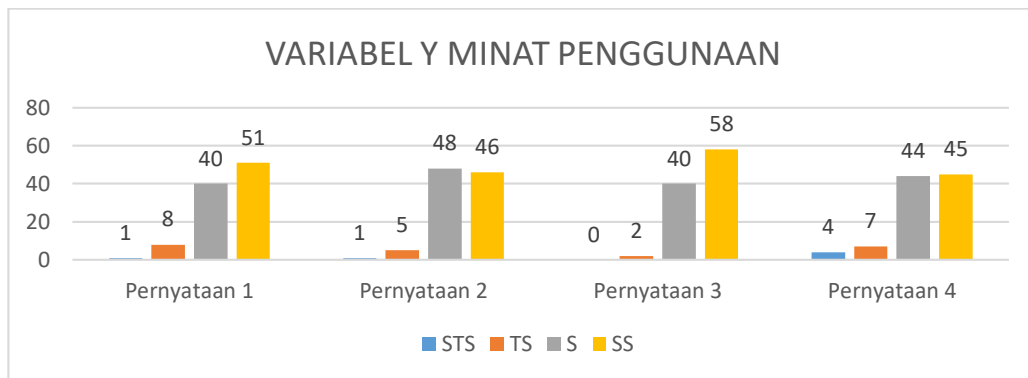
Gambar 4.5 Grafik Hasil Kuesioner Variabel Kemudahan Penggunaan

Berdasarkan gambar 4.5, data menunjukkan bahwa:

- Pada pernyataan 1, sebanyak 56 responden menjawab setuju (S) dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju (STS) bahwa orang-orang di sekitar mereka yang menggunakan layanan bank digital memiliki presise atau kehormatan yang lebih tinggi dibandingkan yang tidak menggunakan
- Pada pernyataan 2, sebanyak 51 responden menjawab sangat setuju (STS) dan 3 responden menjawab tidak setuju (TS) bahwa secara umum bank di sekitar mereka telah mendukung penggunaan bank digital
- Pada pernyataan 3, sebanyak 61 responden menjawab setuju (S) dan 6 responden menjawab tidak setuju (TS) bahwa jika orang terdekat mereka menganggap penggunaan bank digital penting, maka mereka akan menganggapnya penting juga.

- Pada pernyataan 4, sebanyak 46 responden menjawab setuju (S) dan 14 responden menjawab tidak setuju (TS) bahwa pendapat atau saran dari teman maupun orang terdekat mereka mempunyai pengaruh dalam penggunaan bank digital

D. Variabel Y (Minat Penggunaan)



Sumber: Data Primer yang Diolah

Gambar 4.6 Grafik Hasil Kuesioner Variabel Minat Penggunaan

Berdasarkan gambar 4.6, data menunjukkan bahwa:

- Pada pernyataan 1, sebanyak 51 responden menjawab sangat setuju (SS) dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju (STS) bahwa mereka lebih suka menggunakan bank digital dibandingkan oleh bank konvensional untuk melakukan transaksi
- Pada pernyataan 2, sebanyak 48 responden menjawab setuju (S) dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju (STS) bahwa mereka akan menyarankan kerabat terdekat untuk menggunakan bank digital

- Pada pernyataan 3, sebanyak 58 responden menjawab sangat setuju (SS) dan 2 responden menjawab tidak setuju (TS) bahwa mereka akan tetap menggunakan layanan bank digital di masa mendatang
- Pada pernyataan 4, sebanyak 45 responden menjawab sangat setuju (SS) dan 4 responden menjawab sangat tidak setuju (STS) bahwa mereka akan mempelajari bank digital lebih dalam

4.3 Uji Instrumen Data

4.3.1 Uji Validitas

Pada penelitian, uji validitas diuji kepada 16 pertanyaan yang ada di dalam kuesioner penelitian ini. Pertanyaan dibagikan kepada 100 responden ($n=100$) dari generasi z di Kota Surabaya dengan menggunakan tingkat kepercayaan $95\% = 0,5$ dan r tabel 0,5 (0,1966) dengan tingkat signifikansi untuk uji dua arah. Kevalidan item dapat dilihat melalui tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel X dan Y

Pernyataan	r hitung	Signifikansi	r tabel	Keterangan
P1	0,658	0,000	0,1966	Valid
P2	0,708	0,000	0,1966	Valid
P3	0,295	0,000	0,1966	Valid
P4	0,261	0,000	0,1966	Valid
P5	0,672	0,000	0,1966	Valid
P6	0,452	0,000	0,1966	Valid
P7	0,658	0,000	0,1966	Valid
P8	0,776	0,000	0,1966	Valid
P9	0,386	0,000	0,1966	Valid
P10	0,558	0,000	0,1966	Valid
P11	0,620	0,000	0,1966	Valid

P12	0,527	0,000	0,1966	Valid
P13	0,630	0,000	0,1966	Valid
P14	0,684	0,000	0,1966	Valid
P15	0,679	0,000	0,1966	Valid
P16	0,634	0,000	0,1966	Valid

Sumber: Output SPSS Diolah 2022

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan rumus *cronbach alpha*. Keputusan didasarkan pada jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60, maka data dapat dikatakan *reliable* (Bawono, 2006:63).

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics		
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Kebermanfaatan (X1)	.619	4
Kemudahan Penggunaan (X2)	.790	4
Social Influence (X3)	.757	4

Sumber: Output SPSS Versi 22

Berdasarkan hasil tabel diatas nilai tingkat kebermanfaatan (X1) sebesar 0,619, nilai kemudahan penggunaan (X2) sebesar 0,790, dan nilai *social influence* (X3) sebesar 0,757. Berdasarkan nilai *Cronbach Alpha* tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kebermanfaatan dalam kuesioner penelitian ini bersifat *reliable* dan dapat digunakan sebagai alat ukur.

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.728	4

Sumber: Output SPSS Versi 22

Uji reliabilitas dianggap *reliable* apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60. Berdasarkan hasil uji menggunakan SPSS, data menunjukkan bahwa nilai variabel Y (4 butir pertanyaan) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,728. Hasil ini dapat dikatakan *reliable* karena lebih dari 0,60.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

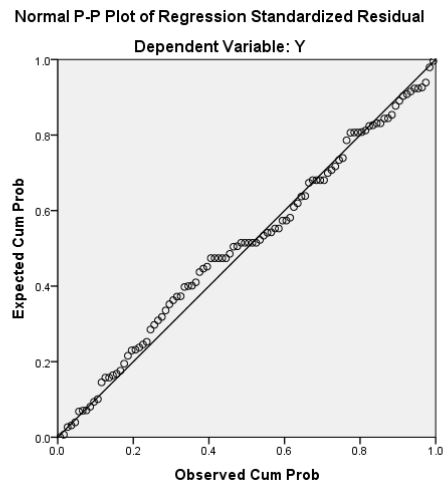
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.30674027
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.041
	Negative	-.074
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Output SPSS Versi 22

Uji Normalitas dilaksanakan untuk mengetahui apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Peneliti menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* dan mendapatkan hasil Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 dimana nilai

tersebut lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal.



Sumber: Output SPSS Versi 22
Gambar 4.7 Uji Normalitas P-Plot

Selain menggunakan metode *Kolmogrov Smirnov*, uji normalitas juga dilaksanakan menggunakan metode *P-Plot*. Berdasarkan gambar 4.7, dapat disimpulkan bahwa penyebaran mengikuti garis diagonal, maka data dapat dikatakan normal dan layak untuk memprediksi variabel independen atau bebas.

4.4.2 Uji Heteroskedastisitas

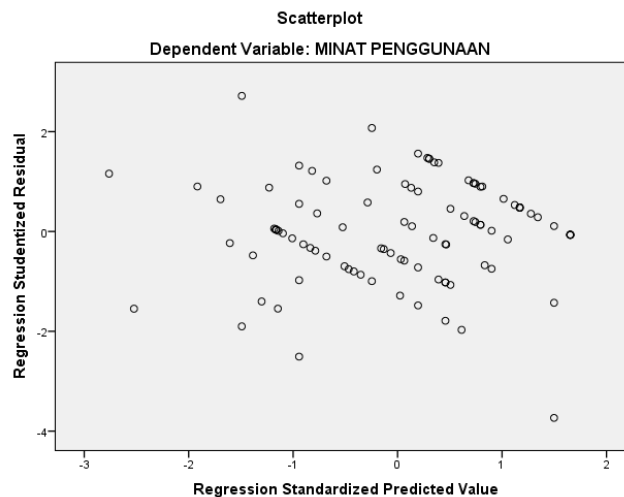
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glesjer

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.146	.846		2.535	.013
KEBERMANFAATAN	-.111	.071	-.197	-1.567	.120
KEMUDAHAN PENGGUNAAN	.099	.059	.205	1.672	.098

SOCIAL INFLUENCE	-.082	.055	-.170	-1.486	.140
------------------	-------	------	-------	--------	------

Sumber: Output SPSS Versi 22

Uji Heteroskedastisitas dilaksanakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual dalam suatu model regresi. Berdasarkan tabel 4.8 didapatkan nilai signifikansi variabel kebermanfaatan (X1) sebesar 0,120, variabel kemudahan penggunaan (X2) sebesar 0,098, dan variabel *social influence* (X3) sebesar 0.140, hasil pengujian tersebut menyimpulkan bahwa seluruh variabel X nilai signifikansi absolute residualnya $> 0,05$ atau tidak terdapat masalah heteroskedastisitas pada model regresi ini.



Sumber: Output SPSS Versi 22

Gambar 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode *Scatter Plots*

Selain menggunakan metode glesjer, peneliti juga menggunakan metode *ScatterPlots* untuk menguji ada atau tidaknya masalah heteroskedastistitas. Berdasarkan

gambar 4.8 dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas karena tersebar data di atas dan di bawah angka 0 di titik sumbu Y.

4.4.3 Uji Multikolinearitas

Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-.454	1.330		-.341	.734		
KEBERMANFAATAN	.228	.111	.177	2.047	.043	.615	1.625
KEMUDAHAN PENGGUNAAN	.481	.093	.437	5.182	.000	.647	1.544
SOCIAL INFLUENCE	.325	.086	.297	3.765	.000	.741	1.350

Sumber: Output SPSS Versi 22

Berdasarkan uji multikolinearitas diatas, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini bebas dari masalah multikolinearitas. Hal ini dikarenakan setiap variabel memiliki hasil *tolerance* >0,1 dan *VIF* < 10.

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Uji T (*T-Test*)

Berdasarkan hasil perhitungan t tabel menggunakan rumus, derajat kebebasan sebesar 5% serta nilai signifikansi sebesar 0,05. Maka berikut merupakan hasil uji T variabel X1, X2, dan X3 terhadap Y:

Tabel 4.10 Hasil Uji T (*T-Test*)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.454	1.330		-.341	.734
KEBERMANFAATAN	.228	.111	.177	2.047	.043
KEMUDAHAN PENGGUNAAN	.481	.093	.437	5.182	.000
SOCIAL INFLUENCE	.325	.086	.297	3.765	.000

Sumber: Output SPSS Versi 22

Berdasarkan hasil uji T maka dasar pengambilan keputusan dapat dilihat dari nilai signifikansinya. Sehingga didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Variabel X1 (Kebermanfaatan) terhadap Y (Minat penggunaan)

Berdasarkan hasil uji T variabel X1 (kebermanfaatan) maka diketahui nilai signifikansinya 0,043 dimana hasil ini $< 0,05$ maka H_0 ditolak atau dapat diartikan bahwa dalam variabel kebermanfaatan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan bank digital oleh generasi z di Kota Surabaya.

2. Variabel X2 (Kemudahan Penggunaan) terhadap variabel Y (minat penggunaan)

Berdasarkan hasil uji T variabel X2 (kemudahan penggunaan) diketahui nilai signifikansinya adalah 0,000 atau sama dengan $< 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa H_0 ditolak atau dapat diartikan bahwa pada variabel kemudahan penggunaan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan bank digital oleh generasi z di Kota Surabaya.

3. Variabel X3 (*Social Influence*) terhadap variabel Y (minat penggunaan)

Berdasarkan hasil uji T variabel X3 (*social influence*) diketahui bahwa nilai signifikansinya adalah 0,000 atau sama dengan $< 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa H_0 ditolak atau dapat diartikan bahwa pada variabel *social influence* terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan bank digital oleh generasi z di Kota Surabaya.

4.5.2 Uji F (Simultan)

Tabel 4.11 Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	213.391	3	71.130	40.393	.000 ^b
	Residual	169.049	96	1.761		
	Total	382.440	99			

Sumber: Output SPSS Versi 22

Berdasarkan hasil uji diatas didapatkan nilai signifikansi uji f merupakan 0,000 atau sama dengan $> 0,005$. Hal ini mengindikasikan bahwa ketiga variabel yaitu variabel kebermanfaatan (X1), kemudahan penggunaan (X2), dan *social influence* (X3) secara bersamaan dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen minat penggunaan (Y)

4.5.3 Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 4.12 Uji Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.747 ^a	.558	.544	1.327

a. Predictors: (Constant), SOCIAL INFLUENCE, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEBERMANFAATAN

Sumber: Output SPSS Versi 22

Berdasarkan hasil uji diatas didapatkan nilai sebesar 0,558 yang artinya sebanyak 55,8% dapat dijelaskan oleh varisi ketiga variabel independen X1,X2,dan X3 sedangkan sisanya (100% - 55,8% = 44,2%) dijelaskan di luar model regresi atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Linier Berganda

Coefficients ^a			
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	-.454	1.330	
KEBERMANFAATAN	.228	.111	.177
KEMUDAHAN PENGGUNAAN	.481	.093	.437
SOCIAL INFLUENCE	.325	.086	.297

a. Dependent Variable: MINAT PENGGUNAAN

Sumber: Output SPSS Versi 22

$$Y = (-0,454) + 0,228 X_1 + 0,481 X_2 + 0,325 X_3$$

Keterangan:

Y = Minat penggunaan bank digital oleh generasi z di Kota Surabaya

X₁ = Kebermanfaatan

X₂ = Kemudahan penggunaan

X₃ = Social Influence

Maka dari persamaan di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (b₀) sebesar -0,454 memiliki arti bahwa jika tingkat kebermanfaatan (X₁), kemudahan penggunaan (X₂) dan *social influence* (X₃) nol atau tidak ada, maka minat penggunaan bank digital adalah -0,454 satuan.

2. Konstanta (b_1), untuk variabel kebermanfaatan yang bernilai sebesar 0,228 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 poin tingkat kebermanfaatan maka tingkat minat penggunaan akan meningkat sebesar 0,228 dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Konstanta (b_2), untuk variabel kemudahan penggunaan yang bernilai sebesar 0,481 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 poin tingkat kebermanfaatan maka tingkat minat penggunaan akan meningkat sebesar 0,481 dengan asumsi variabel lain tetap.
4. Konstanta (b_3), untuk variabel *social influence* yang bernilai sebesar 0,325 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 poin tingkat kebermanfaatan maka tingkat minat penggunaan akan meningkat sebesar 0,325 dengan asumsi variabel lain tetap.

4.7 Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini merupakan untuk menganalisis “pengaruh kebermanfaatan, kemudahan penggunaan, dan *social influence* terhadap minat penggunaan bank digital oleh generasi z di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan analisis linear berganda, dimana ditemukan *R-Square* sebesar 0,558 atau dapat diartikan bahwa 55,8% dari minat penggunaan bank digital dapat dijelaskan dengan ketiga variabel dan hal ini mengindikasikan model regresi yang baik.

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan, data menunjukkan bahwa kebermanfaatan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap minat penggunaan bank digital. Sedikitnya waktu yang dibutuhkan untuk melakukan

transaksi dalam penggunaan bank digital merupakan salah satu faktor variabel ini dapat menjadi prediktor yang positif. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Tritana dan Sari (2014) yang menetapkan bahwa kebermanfaatan memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan layanan perbankan dalam hal ini *mobile banking*.

Kemudahan penggunaan juga memberikan pengaruh yang positif signifikan terhadap minat penggunaan bank digital. Jika bank digital mudah untuk dioperasikan, dipelajari, dan sederhana, maka mudah juga bagi pelanggan untuk terbiasa serta familiar dengan bank digital dan mereka akan bersedia untuk menggunakannya. Kemudahan penggunaan juga telah dibahas dalam teori TAM dan teorinya yang telah diperluas (Venkatesh & Davis, 2000). Teori tersebut menyatakan bahwa kemudahan penggunaan mempengaruhi minat penggunaan teknologi. Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Laksana, Astuti, dan Dewantara (2015) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan memberi pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking*.

Penelitian ini juga membuktikan bahwa *social influence* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap penggunaan bank digital oleh generasi z. Penargetan bank digital terhadap pelanggan dengan usia muda (generasi z) membuat *social influence* sebagai variabel yang signifikan terhadap minat penggunaan. Generasi Z merupakan generasi yang lebih terhubung dengan kerabat mereka, memiliki kesadaran sosial yang tinggi, serta mempertimbangkan pendapat teman dan sesama konsumen sebagai dasar dari keputusan yang akan diambil dalam penggunaan suatu teknologi

atau sistem yang baru bagi mereka (Purani, Kumar, & Sahadev, 2019). Sejalan dengan responden dari penelitian ini, sebagian besar dari mereka menganggap bahwa opini serta saran dari kerabat terdekat mereka memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan bank digital. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Adzima dan Ariyanti (2018) yang menyatakan bahwa pengaruh sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan layanan *mobile banking*.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh kebermanfaatan, kemudahan penggunaan, dan *social influence* terhadap minat penggunaan bank digital oleh generasi z di Kota Surabaya dengan metode analisis linear berganda, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis regresi diperoleh persamaan $Y = (-0,454) + 0,228 X_1 + 0,481 X_2 + 0,325 X_3$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap minat penggunaan bank digital adalah variabel X_2 atau variabel kemudahan penggunaan yaitu sebesar 0,481
2. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi atau analisis determinasi (*r-square*) diperoleh nilai sebesar 55,8%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (kebermanfaatan, kemudahan penggunaan, dan *social influence*) dapat menjelaskan terhadap minat penggunaan bank digital sebesar 55,8%, dimananya sisanya dijelaskan oleh variabel diluar penelitian ini
3. Berdasarkan hasil uji F, variabel independen (kebermanfaatan, kemudahan penggunaan, dan *social influence*) secara bersama-sama memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan bank digital.

4. Berdasarkan hasil uji T (*T-Test*), didapatkan ketiga variabel independen (kebermanfaatan, kemudahan penggunaan, dan *social influence*) memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan bank digital oleh generasi z di Kota Surabaya

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, dengan hasil yang menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap ketiga variabel maka peneliti menyarankan agar bank untuk terus berinovasi guna mempermudah nasabah dalam bertransaksi karena hal tersebut mempengaruhi minat dalam penggunaan layanan bank digital. Selain itu, peneliti menyarankan agar bank untuk memperluas promosi dikarenakan semakin luas layanan bank digital menjangkau masyarakat, maka semakin banyak minat individu yang akan terpengaruh untuk menggunakan layanan bank digital. Selanjutnya, mengingat kompetisi bank digital semakin hari semakin ketat, peneliti menyarankan agar bank digital di Indonesia untuk berinovasi menciptakan suatu keunggulan yang dapat memenangkan perhatian pelanggan. Salah satu contohnya adalah penggunaan AI (*Artificial Intelligence*) untuk mengembangkan suatu sistem asisten virtual yang dapat membantu pelanggan bank digital untuk bertransaksi dengan mudah.

Terakhir, dikarenakan penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan maka penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkategorikan responden lebih luas tidak hanya di Kota Surabaya dan generasi z saja. Selain itu, peneliti menyarankan untuk melakukan penelitian di area lain seperti pengukuran keterlibatan pengguna dan

penggunaan jangka panjang. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas studi dengan melakukan komparasi pengaruh psikografis terhadap penggunaan bank digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Mahardika Widjana. 2010. “Determinan Faktor Penerimaan Terhadap Internet Banking Pada Nasabah Bank Di Surabaya”. Thesis Program Pasca Sajarana. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surabaya. Diunduh dari ebook.library.perbanas.ac.id/7091_TESIS.pdf, diakses tanggal 20 Maret 2022.
- Adzima, F., & Ariyanti, M. (2018). Analisis Faktor “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Aplikasi Mobile Banking Pada Nasabah Bank Bri Purwakarta. *eProceedings of Management*, 5(2).
- Almuntaha, Eska. 2008. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengadopsian Teknologi Internet Banking oleh Nasabah di Indonesia. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- A M, Sadirman. 1990. Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar. Jakarta: Raja Grafindo Persaja
- Amijaya, G.R. 2010. Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Andriani, A. D., & Sri, C. M. (2021, March). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Tempat Biasa Thrift Store Surabaya. *Journal of Sustainability Business Research*, Vol.2 No.1.
- Catharina O.W. 2017. Pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Di Plaza Universitas Negeri Yogyakarta). Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ilmu Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta: Yogyakarta.

- Databoks.katadata.co.id (2021, 24 Mei). Proporsi Populasi Generasi Z dan Milenial Terbesar di Indonesia. Diakses pada 1 April 2022, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/24/proporsi-populasi-generasi-z-dan-milenial-terbesar-di-indonesia>
- David Stillman & Jonah Stillman , Generasi Z: Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja Pengarang (Jakarta :Gramedia Pustaka Utama, 2018.
- Davis et al., F.D; Bagozzi; Warshaw. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Model. *Journal of The Management Science*.
- Djaali. 2008. Psikologi Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi Ovo. Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi Ovo.
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). True Gen': Generation Z and its implications for companies. McKinsey & Company, 12.
- Hadi, M. S., Suryanto, T. L. M., & Faroqi, A. (2019). ANALISIS FAKTOR PENGARUH PENERIMAAN INTERNET BANKING PADA NASABAH BANK DI SURABAYA. *Jurnal Sistem Informasi Dan Bisnis Cerdas (SIBC) Vol, 12(1)*.
- Hidayatullah, Syarif, Abdul Waris, and Riezky Chris Devianti. "Perilaku generasi milenial dalam menggunakan aplikasi Go-food." *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan* 6.2 (2018): 240-249.
- Irmadhani, I. (2012). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Computer Self Efficacy, terhadap Penggunaan Online Banking pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Kajian Pendidikan Akuntansi Indonesia, 1(3)*.

- Jabar.antaranew.com (2021, 24 Juni). Line Bank hadir sasar konsumen generasi Z dan milenial. Diakses pada 10 April 2022, dari <https://jabar.antaranews.com/berita/284422/line-bank-hadir-sasar-konsumen-generasi-z-dan-milenial>.
- Jahja, Yudrik. 2011. Psikologi Perkembangan. Jakarta: Prenada Media
- Jin, B., Park, J. Y., & Kim, J. (2008). Cross-cultural examination of the relationships among firm reputation, e-satisfaction, e-trust, and e-loyalty. *International Marketing Review*, 25(3), 324–337.
- Kabarsiger.com (2022, 14 Januari). Gen Z Lebih Pilih e-Wallet Daripada ATM Bank. Diakses pada 15 April 2022, dari <https://kabarsiger.com/read/gen-z-lebih-pilih-e-wallet-daripada-atm-bank>
- Kelman, James (2016). *The History of Banking: A Comprehensive Reference Source & Guide*. CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Kuangan.kontan.co.id. (2021, 24 Oktober). Nilai transaksi digital banking meningkat 46,72% di September. Diakses pada 4 Maret 2022, dari <https://keuangan.kontan.co.id/news/nilai-transaksi-digital-banking-meningkat-4672-di-september>
- Laksana, G. B. (2015). *Pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko dan persepsi kesesuaian terhadap minat menggunakan mobile banking (studi pada nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Leon, S. (2018). Service mobile apps: a millennial generation perspective. *Industrial Management & Data Systems*, 118(9), 1837-1860.
- Machali, Imam (2017). Metode Penelitian Kuantitatif hal 71. Yogyakarta:MPI
- Machali, Imam (2017). Metode Penelitian Kuantitatif hal 72. Yogyakarta:MPI
- Mckinsey & Company. (2019). Digital Banking in Indonesia: Building Loyalty and Generation Growth. Retrieved 10/06/2022 <https://www.mckinsey.com/»/media/McKinsey/Industries/Financial%20Serv>

ices/Our%20Insights/Digital%20banking%20in%20Indonesia%20Building
%20loyalty%20and%20generating%20growth/Digital-banking-in-Indonesia-
final.ashx

- Musyaffi, A. M., Sari, D. A. P., & Respati, D. K. (2021). Understanding Of Digital Payment Usage During Covid-19 Pandemic: A Study Of Utaut Extension Model In Indonesia. *The Journal Of Asian Finance, Economics And Business*, 8(6), 475-482.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/ 2021 tentang Bank Umum. Diakses pada 30/04/2022 from <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/BankUmum/Summary%20-%20POJK%2012%20-%2003%20-%202021.pdf>
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-jurnal Akuntansi*, 27(2), 927-953.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127-135.
- Rm.id/ (2022, 1 maret). Transformasi Ekonomi Digital, Gen Z Jadi Generasi Paling Melek Teknologi. Diakses pada 5 april 2022, dari <https://rm.id/baca-berita/ekonomi-bisnis/114298/transformasi-ekonomi-digital-gen-z-jadi-generasi-paling-melek-teknologi>
- Ricmala, Ziza (2016) Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Sikap Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bagi Nasabah Bank Mandiri Di Surabaya. Undergraduate Thesis, Stie Perbanas Surabaya.
- Sardana, V., & Singhanian, S. (2018). Digital technology in the realm of banking: A review of literature. *International Journal of Research in Finance and Management*, 1(2), 28-32.

- Sha, N., & Mohammad, S. (2017). Virtual banking and online business. *Banks & bank systems*, (12, № 1), 75-81.
- Shaikh, A. A., & Karjaluoto, H. (2016). On some misconceptions concerning digital banking and alternative delivery channels. *International Journal of E-Business Research (IJEBR)*, 12(3), 1-16.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* hal 38. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* hal 39. Bandung: Alfabeta
- Sugiyanto, P. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* hal 80. Bandung: Alfabeta.
- Stillman, D., & Stillman, J. (2017). *Gen Z@ Work: How the next generation is transforming the workplace*. HarperCollins.
- Siti, H. 2022. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Risiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan M-Banking Pada Masa Pandemi Tahun 2020 (Studi Pada Pt Bank Syariah Mandiri Kcp Majenang). Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Unviersitas Islam Negeri:Purowkerto.
- Taylor, S., & Todd, P. (1995). Assessing IT usage: The role of prior experience. *MIS quarterly*, 561-570.
- Tirtana, I., & Permata Sari, S. (2014). Analisis pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap penggunaan mobile banking.
- Thompson. R, H.H. (1991). Personal Computing: Toward a conceptual model of utilization. *Management Information System Quarterly*.
- Tampubolon. (1991). *Mengembangkan Minat Dan Kebiasaan Membaca Pada Anak*. Bandung: Angkasa.
- Wang, E. S. T., & Chou, N. P. Y. (2014). Consumer characteristics, social influence, and system factors on online group-buying repurchasing intention. *Journal of Electronic Commerce Research*, 15(2), 119.

- Wewege, L., & Thomsett, M. C. (2019). The digital banking revolution: how fintech companies are transforming the retail banking industry through disruptive financial innovation. Walter de Gruyter GmbH & Co KG.
- Windasari, N. A., Kusumawati, N., Larasati, N., & Amelia, R. P. (2022). Digital-only banking experience: Insights from gen Y and gen Z. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(2), 100170.
- Yaufi, A. 2014. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Studi Kasus Pada Nasabah Cimb Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta). Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ilmu Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta:Yogyakarta.
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 116-122.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Instrumen Penelitian

NO	PERTANYAAN	PILIHAN JAWABAN			
		STS	TS	S	SS
KEBERMANFAATAN					
1.	Saya merasa dengan menggunakan bank digital tingkat produktifitas saya meningkat				
2.	Saya merasa dengan adanya bank digital kinerja saya lebih baik dari hari ke hari				
3.	Saya merasa penggunaan bank digital menghemat waktu saya				
4.	Saya merasa bertransaksi menggunakan bank digital sangatlah praktis				
KEMUDAHAN PENGGUNAAN					
5.	Saya merasa bank digital mudah untuk dioperasikan				
6.	Mudah bagi saya untuk mempelajari bagaimana cara menggunakan bank digital				
7.	Saya tidak memerlukan usaha lebih/usaha yang keras untuk bisa mengoprasikan bank digital				
8.	Saya TIDAK merasa bahwa bank digital merupakan suatu sistem yang rumit				
SOCIAL INFLUENCE					
9.	Saya merasa orang-orang di sekitar saya yang menggunakan bank digital memiliki prestise/kerhormatan yang lebih tinggi dibandingkan yang tidak menggunakan				
10.	Secara umum, bank di sekitar saya telah mendukung penggunaan bank digital				
11.	Saya merasa jika orang terdekat saya menganggap penggunaan bank digital itu penting, maka saya akan menganggapnya penting.				
12.	Saya merasa bahwa pendapat atau saran dari teman maupun orang terdekat saya mempengaruhi saya dalam menggunakan bank digital				
MINAT PENGGUNAAN					

13.	Saya lebih suka menggunakan bank digital dibandingkan bank konvensional untuk melakukan transaksi				
14.	Saya akan menyarankan teman dan kerabat terdekat saya untuk menggunakan bank digital				
15.	Saya akan tetap menggunakan layanan bank digital di masa mendatang				
16.	Saya akan mempelajari bank digital lebih dalam				

Lampiran 2: Tabulasi Data Responden

No	NAMA	X1				X2				X3				Y				TOTAL
																		L
1	Sidoarjo	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	59
2	Surabaya	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	3	4	4	3	4	50
3	Surabaya	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
4	Blitar	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	3	46
5	surabaya	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	50
6	surabaya	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	58
7	Surabaya	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49
8	Surabaya	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	52
9	Surabaya	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	50
10	Surabaya	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49
11	Surabaya	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
12	Surabaya	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	57
13	Surabaya	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
14	Gresik	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	53
15	Surabaya	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	53

16	Surabaya	2	2	3	3	3	3	3	3	2	4	3	1	4	3	3	2	44
17	Sidoarjo	3	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	59
18	Surabaya	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	55
19	Sidoarjo	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	49
20	Surabaya	2	2	3	3	4	4	1	4	3	4	3	2	3	3	3	1	45
21	Surabaya	3	3	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	57
22	Surabaya	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	50
23	Surabaya	2	2	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	50
24	Surabaya	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	58
25	Surabaya	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	44
26	Surabaya	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	55
27	Sidoarjo	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	57
28	Surabaya	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
29	Surabaya	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
30	Surabaya	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	52
31	Surabaya	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	58
32	Surabaya	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	58
33	Probolinggo	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
34	Surabaya	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	56
35	Surabaya	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
36	Surabaya	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	48
37	Surabaya	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	49
38	Surabaya	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
39	Surabaya	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	58
40	Surabaya	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	2	3	4	4	54
41	Lamongan	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	53

42	Surabaya	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	60
43	Mojokerto	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
44	Surabaya	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	60
45	SURABAYA	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	51
46	Malang	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	59
47	Surabaya	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
48	Sidoarjo	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	1	4	3	3	3	53
49	Surabaya	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
50	SURABAYA	4	3	2	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	56
51	Surabaya	3	3	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	4	4	53
52	Surabaya	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	59
53	Surabaya	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	58
54	Sidoarjo	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
55	Surabaya	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	49
56	SURABAYA	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	55
57	Surabaya	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	1	4	3	4	2	55
58	Surabaya	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	51
59	Sidoarjo	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	59
60	Surabaya	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	50
61	Surabaya	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	4	3	58
62	Surabaya	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	60
63	Surabaya	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	59
64	Sidoarjo	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62

65	Surabaya	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	1	4	4	4	1	55
66	Surabaya	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	2	2	3	3	3	3	51
67	Sidoarjo	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	48
68	Surabaya	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	1	4	2	4	3	54
69	Surabaya	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	1	4	4	4	4	58
70	Surabaya	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	3	4	3	53
71	Surabaya	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	49
72	Surabaya	3	2	3	4	3	3	3	2	3	4	2	3	2	2	3	2	44
73	Surabaya	3	3	3	4	4	4	4	4	1	4	4	3	4	4	4	4	57
74	Malang	2	3	4	4	2	2	2	2	3	3	3	1	4	3	3	1	42
75	Surabaya	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	61
76	Surabaya	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	56
77	Surabaya	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	60
78	Malang	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	50
79	Surabaya	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	45
80	Surabaya	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	54
81	Bogor	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	1	4	4	4	3	55
82	Malang	2	2	4	4	3	3	3	3	3	4	2	2	2	3	4	2	46
83	Surabaya	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	48
84	Kediri	3	2	2	4	2	3	3	1	4	2	3	2	1	1	2	4	39
85	Surabaya	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2	4	4	3	3	55

86	Surabaya	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	58
87	Malang	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	57
88	Surabaya	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	58
89	Surabaya	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	45
90	surabaya	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	2	4	3	55
91	Surabaya	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	61
92	SURABAYA	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	56
93	Gresik	1	2	3	4	3	4	4	3	3	4	3	2	4	4	4	2	50
94	Kediri	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
95	Surabaya	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	56
96	Surabaya	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
97	Surabaya	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
98	Sidoarjo	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	51
99	Surabaya	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	59
100	Surabaya	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	62

Lampiran 3: Tabel

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 4: Hasil Uji Validitas**1. Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Kebermanfaatan)**

		Correlations				
		P1	P2	P3	P4	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.679**	.089	.179	.824**
	Sig. (2-tailed)		.000	.379	.075	.000
	N	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.679**	1	.125	.040	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000		.214	.696	.000
	N	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	.089	.125	1	.026	.445**
	Sig. (2-tailed)	.379	.214		.798	.000
	N	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	.179	.040	.026	1	.446**
	Sig. (2-tailed)	.075	.696	.798		.000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.824**	.780**	.445**	.446**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

2. Hasil Uji Validitas Variabel X2 (Kemudahan Penggunaan)

		Correlations				
		P1	P2	P3	P4	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.498**	.420**	.641**	.812**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.498**	1	.359**	.464**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	.420**	.359**	1	.520**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100

P4	Pearson Correlation	.641**	.464**	.520**	1	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.812**	.735**	.737**	.847**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

3 . Hasil Uji Validitas Variabel X3 (*Social Influence*)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.118	.319**	.226*	.597**
	Sig. (2-tailed)		.242	.001	.023	.000
	N	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.118	1	.257**	.184	.524**
	Sig. (2-tailed)	.242		.010	.067	.000
	N	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	.319**	.257**	1	.512**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.001	.010		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	.226*	.184	.512**	1	.791**
	Sig. (2-tailed)	.023	.067	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.597**	.524**	.759**	.791**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100