



Analisis Kegunaan, Kemudahan, Sikap Penggunaan Teknologi Terhadap Penggunaan Mobile Banking BSI pada Generasi Z dengan (TAM)

Ari Wibowo*, Hanif, Muhammmad Iqbal Fasa

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Lampung, Indonesia

Jl. Letnan Kolonel H. Endro Suratmin, Sukarama, Kota Bandar Lampung, 35131, Indonesia.

Email: ¹ariwibowo676a@gmail.com, ²hanif@radenintan.ac.id, ^{3,*}miqbalfasa@radenintan.ac.id

Email Penulis Korespondensi: ariwibowo676a@gmail.com

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan sikap terhadap penggunaan teknologi pada penggunaan layanan perbankan mobile BSI di kalangan Generasi Z di Bandar Lampung menggunakan pendekatan Model Penerimaan Teknologi (TAM). Perkembangan teknologi digital mendorong sektor perbankan syariah untuk menyediakan layanan berbasis digital yang memenuhi kebutuhan masyarakat modern yang memprioritaskan kemudahan dan kecepatan dalam transaksi. Generasi Z sebagai generasi digital native memiliki tingkat adaptasi teknologi yang tinggi, menjadikan mereka kelompok potensial dalam penggunaan layanan perbankan mobile. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang dibagikan kepada pengguna Generasi Z dari BSI Mobile di Bandar Lampung. Dan ada 100 responden untuk di uji. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan sikap terhadap penggunaan teknologi, sedangkan variabel dependen adalah penggunaan layanan perbankan mobile BSI. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan statistik untuk menentukan pengaruh parsial dan simultan antar variabel. Hasil penelitian ini diharapkan menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan sikap terhadap penggunaan teknologi memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan layanan perbankan mobile BSI di kalangan Generasi Z di Bandar Lampung. Studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan studi Model Penerimaan Teknologi (TAM) di sektor perbankan syariah dan menjadi bahan evaluasi bagi Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan kualitas layanan perbankan digital sesuai dengan kebutuhan Generasi Z. Kontribusi penelitian ini adalah memperkuat bukti bahwa model TAM masih relevan di dunia perbankan syariah, terutama pada Generasi Z. Hasilnya menunjukkan bahwa sikap terhadap teknologi dan kemudahan penggunaan lebih berpengaruh dibandingkan sekadar manfaat yang dirasakan. Selain itu, penelitian ini juga memberi masukan bagi Bank Syariah Indonesia untuk mengembangkan layanan digital yang lebih sesuai dengan kebiasaan dan kebutuhan pengguna muda.

Kata Kunci: : Model Penerimaan model (TAM); Persepsi Kegunaan; Persepsi Kemudahan Penggunaan; BSI; Generasi Gen Z

Abstract—This study aims to analyze the influence of perceived usefulness, perceived ease of use, and attitude toward using technology on the use of BSI mobile banking among Generation Z in Bandar Lampung using the Technology Acceptance Model (TAM) approach. The development of digital technology encourages the Islamic banking sector to provide digital-based services that meet the needs of modern society which prioritizes convenience and speed in transactions. Generation Z as a digital native generation has a high level of technological adaptation, making them a potential group in the use of mobile banking services. This study uses a quantitative method with data collection techniques through questionnaires distributed to Generation Z users of BSI Mobile in Bandar Lampung. and there are 100 respondents to be tested. The independent variables in this study consist of perceived usefulness, perceived ease of use, and attitude toward using technology, while the dependent variable is the use of BSI mobile banking. Data analysis was conducted using a statistical approach to determine the partial and simultaneous effects among variables. The results of this study are expected to show that perceived usefulness, perceived ease of use, and attitude toward using technology have a positive influence on the use of BSI mobile banking among Generation Z in Bandar Lampung. This study is expected to provide a theoretical contribution to the development of Technology Acceptance Model (TAM) studies in the Islamic banking sector and become an evaluation material for Bank Syariah Indonesia in improving the quality of digital banking services according to the needs of Generation Z. This research contributes to the growing body of evidence that the TAM model remains relevant in Islamic banking, particularly among Generation Z. The results suggest that attitudes toward technology and ease of use are more influential than perceived benefits. Furthermore, this research provides insights for Bank Syariah Indonesia to develop digital services that better align with the habits and needs of younger users.

Keywords: Technology Acceptance Model (TAM); Perceived Usefulness; Perceived Ease of Use; BSI; Generation Gen Z

1. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi strategi fundamental dalam industri perbankan modern, termasuk pada sektor perbankan syariah yang semakin berkembang pesat. Salah satu bentuk nyata dari transformasi ini adalah kehadiran layanan mobile banking, yang memberikan kemudahan akses kepada nasabah untuk melakukan berbagai transaksi keuangan secara real-time, kapan pun dan di mana pun mereka berada. Dalam hal ini, Bank Syariah Indonesia (BSI), yang merupakan lembaga keuangan syariah terbesar di Indonesia, merespons kebutuhan zaman dengan meluncurkan aplikasi BSI Mobile guna mendukung inklusi keuangan berbasis teknologi. Digitalisasi bukan hanya menjadi pilihan strategis, melainkan juga merupakan keharusan yang didorong oleh perubahan gaya hidup dan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan teknologi dalam kehidupan sehari-hari (Valda et al., 2024).

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan hasil penggabungan dari tiga bank antara lain Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS), serta Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS) (Jean Vania Dwi Melati, 2025). Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi secara konsisten mengalami tingkat global maupun nasional. Selain itu, terdapat survei peningkatan internet yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) mengemukakan bahwa presentase penggunaan internet di Indonesia mengalami kenaikan setiap tahun. Menurut hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), (Hidayat & Asky Humeriatunnisa,





2023) jumlah pengguna internet di Indonesia pada periode 2022-2023 mencapai 215,63 juta orang. Angka ini mengalami peningkatan sebesar 2,67% dari periode sebelumnya, yang mencatat 210,03 juta pengguna. Persentase pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia, yang pada saat itu mencapai 275,77 juta jiwa. Dibandingkan dengan survei periode sebelumnya, tingkat penetrasi internet Indonesia pada tahun tersebut meningkat sebesar 1,17% dibandingkan pada 2021-2022 yang sebesar 77,02% (APJII, (2024).

Dalam konteks demografis, Generasi Z menjadi kelompok yang sangat penting untuk diperhatikan karena karakteristik mereka yang dikenal *tech-savvy*, cepat beradaptasi, dan sangat akrab dengan perkembangan teknologi digital. Lahir dan tumbuh besar di era internet, generasi ini cenderung mengintegrasikan perangkat digital dalam hampir semua aspek kehidupan mereka, termasuk dalam aktivitas finansial dan perbankan. Peneliti mengungkapkan bahwa Generasi Z menunjukkan preferensi yang tinggi terhadap aksesibilitas yang mudah serta desain antarmuka aplikasi yang intuitif dalam penggunaan *mobile banking*. Namun demikian, implementasi dan adopsi teknologi ini di kalangan mereka masih menghadapi tantangan berupa hambatan perilaku dan persepsi terhadap teknologi tersebut (Muarriifah et al., 2025).

Meskipun BSI telah mengupayakan berbagai inisiatif untuk mengoptimalkan proses digitalisasi melalui. Salah satu model teoretis yang banyak digunakan untuk menjelaskan penerimaan dan adopsi teknologi adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). Model ini memiliki dua komponen utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi terhadap manfaat) dan *perceived ease of use* (persepsi terhadap kemudahan), yang diyakini memiliki pengaruh langsung terhadap sikap individu dalam menggunakan teknologi (*attitude toward using*) serta niat untuk menggunakannya (*behavioral intention*). Dalam ranah perbankan syariah, model TAM telah terbukti mampu digunakan untuk menilai penerimaan terhadap teknologi berbasis nilai-nilai Islam dan preferensi penggunaan nasabah (Mochammad Rafi Alfiansyah et al., 2024).

Tak hanya berhenti pada aspek persepsi terhadap kemudahan dan manfaat, sikap terhadap teknologi juga memainkan peran sentral sebagai variabel mediasi yang mampu memperkuat hubungan antara persepsi dan perilaku aktual. Peneliti menegaskan bahwa sikap positif pengguna terhadap aplikasi secara signifikan mendorong niat penggunaan, terutama ketika pengguna merasa bahwa aplikasi tersebut memberikan nilai tambah nyata dalam pengelolaan aktivitas finansial mereka. Temuan ini membuka peluang bagi penelitian lanjutan yang lebih mendalam, khususnya untuk menguji peran sikap sebagai variabel mediasi dalam model TAM dalam konteks *mobile banking* syariah. (Mochammad Rafi Alfiansyah et al., 2024).

Menariknya, sebagian besar kajian mengenai model TAM dan *mobile banking* di Indonesia selama ini masih terkonsentrasi di kota-kota besar seperti Jakarta, Yogyakarta. Sementara itu, wilayah lain seperti Bandar Lampung, yang juga mengalami pertumbuhan pengguna Generasi Z secara signifikan, masih jarang dijadikan sebagai lokasi penelitian empiris. Memahami konteks lokal sangat krusial dalam mengidentifikasi pola adopsi teknologi yang bersifat heterogen di berbagai daerah. Oleh karena itu, kekosongan penelitian di wilayah ini justru menjadi celah strategis yang menarik untuk ditelusuri lebih lanjut melalui pendekatan ilmiah yang komprehensif.

Sebagai cerminan perbankan yang baru merger, perkembangan BSI seiring dengan tren digital banking mengalami peningkatan yang cukup pesat secara signifikan. Hal ini terlihat dari data perkembangan jumlah nasabah BSI tiga tahun terakhir yaitu tahun (2022-2024) di Indonesia yang didominasi nasabah dari generasi muda seperti generasi Z dan milenial (BSI).

Tabel 1. Perkembangan Nasabah BSI Tahun (2022-2024)

Tahun	Jumlah User BSI Mobile	Jumlah Nasabah BSI
2022	4,81 juta orang	17,78 juta orang
2023	5,39 juta orang	19,2 juta orang
2024	7,12 juta orang	19,69 juta orang

(Sumber : Bankbsi.co.id, diakses pada tanggal 05 Juli 2025, pukul 08.00 WIB)

Digital banking BSI Mobile menyatakan bahwa terjadinya peningkatan jumlah nasabah ini merupakan efek dari pergeseran preferensi masyarakat yang semakin mengedepankan penggunaan aplikasi berbasis teknologi digital sebagai suatu kebutuhan seperti *e-channel* (kontan.co.id, 2023). Seiring dengan konsistensi dan komitmen untuk melakukan level up menjadi beyond syariah banking, BSI terus mendorong peningkatan layanan digital. Langkah ini juga bertujuan untuk memudahkan akses masyarakat terhadap layanan perbankan syariah baik secara individu, pelaku UMKM, maupun korporat. Kondisi tersebutpun membuahkan hasil, Jumlah pengguna BSI Mobile melonjak hingga 29,35% year on year menjadi 6,70 juta orang. BSI mencatat jumlah transaksi sebesar 118,5 juta dengan volume transaksi mencapai 145,1 Triliun (bankbsi.co.id).

Dengan demikian alasan peneliti memilih layanan Aplikasi BSI Mobile, karena BSI merupakan salah satu perbankan syariah terbesar di Indonesia, PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI), kembali menunjukkan performa impresif. Dimana BSI resmi masuk kejajaran Top 10 Global Islamic Bank dari sisi kapitalisasi pasar, seiring harga saham emiten bersandi BRIS yang meleset sehingga mendorong market cap perseroan menembus 131,47 triliun. Raihan tersebut terealisasi lebih cepat dari target perseroan mencapai Top 10 Global Islamic Bank berdasarkan market capitalization/market cap terbesar pada tahun 2025. Ini membuktikan BSI memiliki resiliensi tinggi dalam menghadapi berbagai tantangan ekonomi. Perolehan prestasi tersebut berbanding terbalik atau tidak sejalan dengan realita banyaknya kendala yang dialami oleh nasabah terutama dengan serangan *cyber* (bankbsi.co.id).



Sementara itu di Kota Bandar Lampung terdapat 6 Kantor Cabang BSI, yaitu BSI KC Bandar Lampung Diponegoro, BSI KC Bandar Lampung Kedaton, BSI KC Bandar Lampung Tanjung Karang, BSI KC Bandar Lampung Teluk Betung, BSI KCP Bandar Lampung Antasari, BSI KCP Bandar Lampung Kedaton. Oleh karena itu peneliti memilih kota ini sebagai lokasi penelitian, karena berdasarkan data yang sudah diuraikan tersebut mengidentifikasi di Kota Bandar Lampung ini berpotensi pengembangan, pengadopsian layanan perbankan berbasis teknologi BSI Mobile yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia (BSI) yang didukung dengan demografis penduduknya yang cukup padat berasal dari kalangan generasi Z, yang dikenal sangat adaptif terhadap teknologi baru.

Menurut hasil data sensus penduduk BPS pada tahun 2024, mencatat mayoritas penduduk Indonesia didominasi oleh Generasi Z (lahir pada tahun 1997-2012), dari jumlah total penduduk sebanyak 274 juta jiwa di Indonesia terdapat sekitar 27,5% proporsi generasi Z yang berarti lebih dari separuh penduduk Indonesia merupakan golongan dari dua generasi usia produktif tersebut. Dapat dilihat juga melalui website resmi bandarlampung.bps.go.id yang mencatat jumlah penduduk di Bandar Lampung tercatat lebih dari 1,07 juta jiwa (bandarlampung.bps.go.id).

Tabel 2. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur di Bandar Lampung 2024

Kelompok umur	Jumlah Penduduk
10-14	99.847
15-25	86.041
20-29	86.220
25-29	84.033

(Sumber : bandarlampung.bps.go.id, diakses pada tanggal 06 Juli 2025, pukul 11.00 WIB)

Berdasarkan Tabel 2, jumlah penduduk Kota Bandar Lampung pada tahun 2024 didominasi oleh kelompok usia muda dan usia produktif. Kelompok usia 10–14 tahun berjumlah 99.847 jiwa, usia 15–19 tahun sebanyak 86.041 jiwa, usia 20–24 tahun mencapai 86.220 jiwa, dan usia 25–29 tahun sebanyak 84.033 jiwa. Besarnya jumlah penduduk pada rentang usia tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki proporsi yang cukup besar di Kota Bandar Lampung. Kondisi ini menjadikan Generasi Z sebagai kelompok yang relevan dan potensial untuk diteliti, khususnya dalam memahami perilaku mereka dalam menggunakan layanan perbankan digital seperti mobile banking.

Perkembangan teknologi internet dalam hal akses perbankan yang juga turut dirasakan dampaknya oleh generasi Z atau generasi muda dikarenakan generasi Z cenderung terbuka terhadap inovasi dan teknologi baru, sehingga memiliki tingkat literasi digital yang tinggi. Generasi Z memiliki kemampuan multitasking dimana kemampuan ini memungkinkan mereka lebih efisien dalam mengelola informasi dan waktu. Generasi Z dianggap sebagai konsumen yang cerdas dan kritis dimana perhatian terkait nilai-nilai sosial dan lingkungan sehingga kecenderungan dalam memilih merek atau produk sangat memperhatikan reputasi yang baik dari perusahaan. Oleh karena itu, dalam bisnis dan pemasaran bank digital menjadi penting bagi perusahaan untuk memahami karakteristik dan perilaku generasi Z terkait teknologi (Aulia Rahmawati & Khaerunnisa Nur Fatimah Syahnur, 2023).

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali dikembangkan oleh Davis pada tahun 1986 yang merupakan bentuk pengembangan dari Theory Reasoned Action (TRA) model ini untuk mengembangkan dan menguji teoritis pengaruh karakteristik sistem terhadap penerimaan pengguna sistem informasi berbasis computer. (Davis, 1989) Dalam pengertian lain, dapat dikatakan bahwa TAM digunakan untuk meneliti juga mengukur faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk menerima atau menolak teknologi informasi yang ditawarkan kepadanya. Salah satu model evaluasi pada sebuah sistem informasi yaitu *Technology Acceptance Model*. Model ini akan memberikan gambaran bahwa ada sejumlah faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna dalam menggunakan sistem yang baru, yakni: usefulness (pengguna yakin dengan menggunakan sistem ini akan meningkat kinerjanya), ease of use (pengguna yakin bahwa dengan menggunakan sistem ini akan membebaskannya dari kesulitan, dalam artian sistem ini mudah dalam penggunaannya) (Irva Yunita, Rizka Pitri, 2021).

TAM adalah persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan sikap penggunaan (*attitude toward using*). Model TAM menyatakan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan sikap dapat mempengaruhi penggunaan dan perilaku seseorang dalam mengadopsi sistem teknologi informasi tertentu. Dalam penelitian ini model TAM digunakan untuk mengukur sejauh mana ketiga konstruk tersebut dapat mempengaruhi penggunaan nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking.

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan suatu keadaan yang mana individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Persepsi kegunaan merupakan persepsi terhadap kemanfaatan yang didefinisikan sebagai suatu ukuran yang mana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya, Persepsi kegunaan adalah pemahaman bahwa teknologi informasi dapat meningkatkan produktivitas dan memberikan keuntungan bagi pengguna (Kadek & Ni Luh, 2022). Niat berperilaku dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan. Jika pengguna teknologi yakin bahwa sistem tersebut praktis dan mudah digunakan, mereka akan termotivasi untuk menggunakannya (minat perilaku). Kendati kenyamanan dipengaruhi oleh kemanfaatan, hal sebaliknya tidak berlaku, meskipun sistem tersebut sulit digunakan, pengguna tetap akan memanfaatkannya jika dirasa bermanfaat (Anggraeni, 2020).

Persepsi kegunaan mengacu pada seberapa banyak penggunaannya sehingga dapat membentuk kepercayaan seseorang dalam meningkatkan kinerja penggunaan dan diyakini akan memberikan keuntungan kepada orang yang menggunakan teknologi tersebut terutama dalam penggunaan mobile banking BSI (Meileny & Wijaksana, 2020). Persepsi



kegunaan (*perceived usefulness*) sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. jika seseorang merasa percaya bahwa sistem berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya (Citra et al., 2020). Dengan demikian, kemudahan penggunaan akan mengurangi upaya yang diperlukan seseorang dalam mempelajari teknologi (Desvronta, 2021).

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi akan dilakukan tanpa upaya berlebih. Ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan adalah kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan, di mana jika seseorang yakin bahwa sistem informasi mudah digunakan, maka akan cenderung menggunakannya (Tambunan et al., 2023). Dalam konteks mobile banking, kemudahan penggunaan mencerminkan kejelasan dan keterbukaan layanan mobile banking oleh bank, sehingga nasabah dapat dengan mudah memahami dan menggunakan layanan tersebut untuk bertransaksi. Selain itu, penerimaan penggunaan suatu sistem juga dipengaruhi oleh kemudahan penggunaannya. Ini menunjukkan bahwa ketika sesuatu mudah dipahami, maka secara psikologis pengguna akan lebih terbuka terhadapnya dan lebih cenderung menerima serta menggunakan sistem tersebut (Muhammad Kurniawan, Oza Restianita, 2024).

Sikap adalah evaluasi kepercayaan (*belief*) atau perasaan positif atau negatif dari individu ketika melakukan suatu perilaku tertentu. Definisi sikap (*attitude*) sebagai jumlah dari afeksi (perasaan) yang dirasakan individu untuk menerima atau menolak suatu obyek atau perilaku, dan diukur dengan suatu prosedur yang menempatkan individual pada skala evaluative yang dapat berlawanan (Rahmatika Mahmudah, 2021). Dalam menggunakan mobile banking kepercayaan pengguna mobile banking dapat ditunjukkan melalui persepsi kegunaan maupun persepsi kemudahan penggunaan. Suatu perasaan yang positif akan menunjukkan seberapa besar sebuah teknologi sistem informasi tersebut menguntungkan bagi seseorang. Apabila sebuah teknologi sistem informasi dirasa menguntungkan bagi penggunaannya, perasaan positif yang ditimbulkan juga semakin besar (Cipta Hadi & Assegaff, 2022).

Perilaku interpersonal yang lebih komprehensif dengan menyatakan faktor-faktor sosial, perasaan dan konsekuensi yang dirasakan mempengaruhi tujuan perilaku dan sebaliknya akan mempengaruhi perilaku. Perilaku tidak mungkin terjadi jika situasinya (misalnya, kondisi yang memfasilitasi) tidak memungkinkan. Jadi, jika seseorang bermaksud untuk menggunakan personal computer, tetapi tidak mempunyai kemudahan atau kesempatan untuk memperolehnya, maka manfaat yang dirasakan akan berkurang.

Menurut hasil Sensus Penduduk pada tahun 2020 mencatat mayoritas penduduk Indonesia didominasi oleh Generasi Z, yang dimana generasi ini lahir pada tahun 1997 sampai 2012 (BPS, 2020). Generasi ini memiliki tingkatan pendidikan, keberagaman, kebudayaan dan penggunaan teknologi sangat tinggi. (Christiani & Ikasari, 2020) Teknologi informasi dan internet sangat berpengaruh dengan generasi Z, karena generasi Z adalah bagian dari generasi teknologi dan semua batasan informasi di internet sudah terbuka sangat lebar. Generasi Z merupakan generasi yang paling imajinatif dan memiliki gaya hidup yang tidak bisa lepas dari yang namanya internet. Generasi internet adalah generasi yang berada pada saat masa era digital sangat berkembang, generasi Z disebut juga “*the future digital natives*” atau disebut juga generasi yang berkembang dan sangat bergantung pada teknologi digital. Saat ini, pangsa pasar menjadikan generasi Z sebagai target pasar online yang sangat berpotensi karena mereka bisa menentukan pilihannya sendiri. Generasi Z sangat dekat atau tidak bisa lepas dari yang namanya internet. Mereka juga berpikir, internet sangatlah penting karena mereka bisa mencari apapun lewat internet dan mereka menggunakannya setiap hari. Salah satunya ialah pembelian secara online yang dilakukan generasi Z terbilang lebih cepat dan mudah (Afandi et al., 2021).

Penelitian ini menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) sebagai grand teori untuk menganalisis preferensi kegunaan, preferensi kemudahan dan sikap penggunaan teknologi terhadap penggunaan mobile banking BSI di kalangan generasi Z di Bandar Lampung. TAM merupakan model yang telah terbukti efektif dalam menjelaskan niat individu untuk menggunakan teknologi berbasis informasi, dengan fokus pada persepsi tentang kegunaan (*perceived usefulness*), kemudahan (*perceived ease of use*) dan sikap penggunaan (*attitude toward using*) (Nurahmasari et al., 2023).

Technology Acceptance Model (TAM) atau model penerimaan teknologi merupakan salah satu teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi. Persepsi kegunaan ini dipengaruhi oleh persepsi kemudahan, yang menggambarkan seberapa mudah teknologi tersebut untuk dipelajari dan digunakan. Ketika teknologi dianggap mudah digunakan, pengguna cenderung menilainya lebih bermanfaat, yang pada akhirnya meningkatkan persepsi kegunaan. Persepsi kegunaan dan kemudahan ini kemudian membentuk sikap positif terhadap teknologi, yang selanjutnya mendorong keputusan untuk menggunakan teknologi tersebut.

Meskipun penelitian mengenai penggunaan *mobile banking* dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) telah banyak dilakukan, masih terdapat beberapa kesenjangan penelitian. Fadlan & Dewantara (2020) menemukan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*, sedangkan Irvan Yusuf Nugroho (2022) menyatakan bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan BSI Mobile. Pada variabel persepsi kemudahan, Hasyim et al. (2023) menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap penggunaan BSI Mobile, namun penelitian lain masih menemukan hasil yang berbeda. Sementara itu, Zaki (2022) membuktikan bahwa sikap penggunaan teknologi berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*, tetapi penelitian yang secara khusus mengkaji pengguna BSI Mobile dari kalangan Generasi Z di Bandar Lampung masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan sikap penggunaan teknologi terhadap penggunaan BSI Mobile pada Generasi Z di Bandar Lampung dengan menggunakan pendekatan TAM.



Penelitian ini tidak hanya melihat pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan sikap terhadap penggunaan Mobile Banking BSI pada Generasi Z, tetapi juga memberikan dua kontribusi penting. Dari sisi teori, penelitian ini memperkuat penerapan Technology Acceptance Model (TAM) dalam konteks perbankan syariah digital, khususnya pada Generasi Z sebagai pengguna yang sudah akrab dengan teknologi. Dari sisi praktik, penelitian ini memberikan gambaran nyata dari Kota Bandar Lampung yang masih jarang diteliti dalam konteks mobile banking syariah. Harapannya, hasil penelitian ini bisa membantu memahami faktor yang memengaruhi penggunaan BSI Mobile sekaligus menjadi bahan evaluasi untuk pengembangan layanan digitalnya ke depan.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan jenis penelitian yang melibatkan penggunaan populasi serta sampel tertentu, dimana peneliti ini menggunakan instrument analisis berfokus pada pengumpulan data berupa angka-angka serta biasanya menggunakan pendekatan analisis statistik untuk menguji hipotesis penelitian. Jenis penelitian kuantitatif menghasilkan data informasi atau temuan hubungan antar variabel yang diteliti dalam bentuk angka yang dapat diperoleh melalui prosedur-prosedur analisis statistik. Selanjutnya data yang terkumpul tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk memahami serta menemukan pola korelasi antara variabel yang diamati

2.3 Jenis Penelitian serta Populasi dan Sampel

Penelitian ini dilakukan di Kota Bandar Lampung dengan populasi seluruh generasi Z yang menggunakan aplikasi BSI Mobile. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu seperti berdomisili di Bandar Lampung, berusia 17–27 tahun, serta pernah menggunakan aplikasi BSI Mobile. Jumlah sampel penelitian sebanyak 97 responden yang diperoleh menggunakan rumus Wibisono. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan analisis statistik untuk menguji pengaruh parsial maupun simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen sehingga dapat diperoleh kesimpulan yang relevan dengan tujuan penelitian. Waktu yang digunakan untuk penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan Oktober 2025. Lokasi penelitian ini berada di Bandar Lampung, Lampung.

2.4 Indikator Penelitian

Tabel 3. Indikator Variabel

No.	Variabel	Indikator
1.	Preferensi Kegunaan (X_1)	a. Meningkatkan kinerja pekerjaan b. Menjadikan pekerjaan lebih mudah c. Secara keseluruhan teknologi yang digunakan dirasakan bermanfaat.
2.	Preferensi Kemudahan (X_2)	a. Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti b. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut c. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan d. Sistem mudah digunakan.
3.	Sikap Penggunaan Teknologi (X_3)	a. Teknologi dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pengguna Pengguna teknologi adalah keputusan yang bijak b. Pentingnya menggunakan teknologi c. Pengguna teknologi merupakan anjuran untuk mendapatkan manfaat dari era digital Penggunaan teknologi merupakan ide bagus.
4.	Penggunaan Mobile Banking(Y)	a. Kepuasan setelah menggunakan <i>Mobile Banking</i> b. Merekomendasikan penggunaan <i>Mobile Banking</i> c. Keinginan menggunakan. d. Akan tetap menggunakan di masa depan.

Preferensi kegunaan adalah seberapa besar pengguna merasa mobile banking itu bermanfaat untuk mempermudah pekerjaan dan meningkatkan efektivitas. Preferensi kemudahan menunjukkan apakah aplikasi mudah dipahami dan digunakan tanpa banyak usaha. Sikap penggunaan teknologi menggambarkan penilaian pengguna, apakah teknologi dianggap hal yang positif, bermanfaat, dan layak digunakan di era digital. Sementara itu, penggunaan mobile banking dilihat dari kepuasan, keinginan untuk terus memakai, serta kesediaan merekomendasikan aplikasi kepada orang lain.

2.5 Hipotesis Penelitian





1. Pengaruh Parsial Preferensi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking BSI Pada Generasi Z Di Bandar Lampung.

Berdasarkan penelitian terdahulu, karya Lutfi Rokhyatul Mu'asiroh dan Darwanto dan Fadlan dan Rizki Yudhi Dewantara, menyatakan bahwa persepsi kegunaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan layanan mobile banking. Sedangkan dalam Penelitian Irvan Yusuf Nugroho dan M Pudjihardjo. Menyatakan bahwa preferensi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan BSI Mobile, Maka dapat dibentuk atau disusun hipotesis sebagai berikut:

H1 = Preferensi kegunaan berpengaruh parsial signifikan terhadap penggunaan mobile banking BSI pada generasi Z di Bandar Lampung

2. Pengaruh Parsial Preferensi Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile Banking BSI Pada Generasi Z di Bandar Lampung.

Berdasarkan penelitian terdahulu, karya Fuad Hasyim et al., dan Salsabillah Ainun Aini et al., menyatakan bahwa kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking pada bank syariah. Sedangkan dalam penelitian Umni Khoiriyah dan Purnama Putra, menyatakan bahwa kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan BSI Mobile. Maka dapat dibentuk atau disusun hipotesis sebagai berikut:

H2 = Preferensi Kemudahan berpengaruh parsial signifikan terhadap penggunaan mobile banking BSI pada generasi Z di Bandar Lampung.

3. Pengaruh Parsial Sikap Penggunaan Teknologi Terhadap Penggunaan Mobile Banking BSI Pada Generasi Z di Bandar Lampung.

Berdasarkan penelitian terdahulu, karya Rosilia Salmah dan Luqman dan Zaki, menyatakan bahwa sikap penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking. Maka dapat bentuk atau disusun hipotesis sebagai berikut:

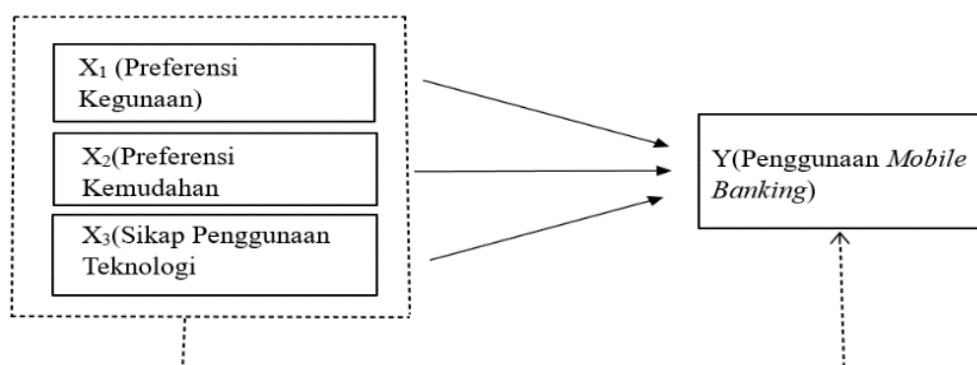
H3 = Sikap Penggunaan Teknologi berpengaruh parsial signifikan terhadap penggunaan mobile banking BSI pada generasi Z di Bandar Lampung

4. Pengaruh Simultan Preferensi Kegunaan, Preferensi Kemudahan dan Sikap Penggunaan Teknologi Terhadap Penggunaan Mobile Banking BSI Pada Generasi Z di Bandar Lampung.

Berdasarkan penelitian terdahulu, karya Deni Wardani, Menyatakan bahwa preferensi kegunaan, kemudahan dan sikap penggunaan berpengaruh secara positif signifikan terhadap penggunaan mobile banking Bank pemerintah. Dan berdasarkan penelitian terdahulu, karya Rita J.D Atarwaman. Menyatakan bahwa persepsi kegunaan dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking

2.6 Kerangka Konseptual

Kerangka berpikir penelitian ini didasarkan pada teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa penerimaan suatu teknologi dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Dalam konteks penelitian ini, Generasi Z di Bandar Lampung akan menggunakan Mobile Banking BSI apabila mereka merasakan manfaat yang diperoleh, kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi, serta memiliki sikap yang positif terhadap penggunaan teknologi. Oleh karena itu, preferensi kegunaan, preferensi kemudahan, dan sikap penggunaan teknologi diduga berpengaruh positif terhadap penggunaan Mobile Banking BSI pada Generasi Z di Bandar Lampung.



Gambar 1. Kerangka konseptual penelitian

Sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1, kerangka konseptual penelitian ini menggambarkan hubungan antara variabel independen, yaitu preferensi kegunaan (X_1), preferensi kemudahan (X_2), dan sikap penggunaan teknologi (X_3), dengan variabel dependen, yaitu penggunaan mobile banking (Y). Kerangka ini menjadi dasar dalam penyusunan hipotesis dan pengujian hubungan antarvariabel dalam penelitian.

Dalam penelitian ini, preferensi kegunaan menunjukkan tingkat keyakinan pengguna bahwa layanan *mobile banking* memberikan manfaat dan meningkatkan efektivitas dalam melakukan transaksi perbankan. Preferensi kemudahan menggambarkan tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna dalam mempelajari dan mengoperasikan



aplikasi *mobile banking*. Sementara itu, sikap penggunaan teknologi mencerminkan evaluasi atau penilaian positif maupun negatif pengguna terhadap penggunaan *mobile banking* sebagai sarana transaksi keuangan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Pengujian

3.1.1 Hasil Uji Asumsi Klasik

Tabel 4. Uji Statistic Deskriptif Variabel Preferensi Kegunaan

Pernyataan	STS	Frekuensi				Mean
		TS	N	S	SS	
X2_1	1	2	4	51	42	4.31
X2_2		1	6	39	54	4.46
X2_3		1	7	47	45	4.36
X2_4		1	3	44	52	4.47
X2_5		3	6	44	47	4.35
X2_6		2	11	35	52	4.37
X2_7	1		7	47	45	4.35
X2_8		3	6	34	57	4.45

Menurut Tabel 4, diketahui jawaban responden paling besar ada pada item atau pernyataan X1_5 yaitu sebanyak 63 responden atau 63% dengan rata-rata (mean) adalah 4.31. Responden menjawab setuju pada X1_5 mengenai “Penggunaan BSI Mobile memberikan banyak manfaat bagi saya, seperti kemudahan, kecepatan dan keamanan dalam melakukan transaksi”. Artinya sebagian besar responden merasakan dan mendapatkan manfaat dari kegunaan yang dirasakan saat menggunakan aplikasi BSI Mobile dimana memberikan kemudahan dan kecepatan

Tabel 5. Uji Statistic Deskriptif Variabel Preferensi Kemudahan

Pernyataan	STS	Frekuensi				Mean	Std. Deviation
		TS	N	S	SS		
X2_1	1	2	4	51	42	4.31	734
X2_2		1	6	39	54	4.46	658
X2_3		1	7	47	45	4.36	659
X2_4		1	3	44	52	4.47	611
X2_5		3	6	44	47	4.35	730
X2_6		2	11	35	52	4.37	761
X2_7	1		7	47	45	4.35	702
X2_8		3	6	34	57	4.45	744

Menurut Tabel 5, Diketahui jawaban responden paling besar ada pada item atau pernyataan X2_8 yaitu sebanyak 57 responden atau 57% dengan rata-rata (mean) adalah 4.45. Responden menjawab sangat setuju pada X1_8 mengenai “saya merasa nyaman dan terbantu dengan penggunaan BSI Mobile”. Artinya sebagian besar responden merasakan dan mendapatkan kenyamanan dan merasa terbantu saat menggunakan aplikasi BSI Mobile.

Tabel 6. Uji Statistic Deskriptif Variabel Sikap Penggunaan Teknologi

Pernyataan	STS	Frekuensi				Mean	Std. Deviation
		TS	N	S	SS		
X3_1		2	7	47	44	4.33	697
X3_2		2	6	46	46	4.36	689
X3_3		2	7	46	45	4.34	699
X3_4		1	8	32	59	4.49	689
X3_5		1	5	51	43	4.36	628
X3_6		2	5	39	54	4.45	687

Menurut Tabel 6, diketahui jawaban responden paling besar ada pada item atau pernyataan X3_4 yaitu sebanyak 59 responden atau 59% dengan rata-rata (mean) adalah 4.49. Responden menjawab sangat setuju pada X3_4 mengenai “BSI Mobile memberikan saya rasa aman dan terjamin dalam melakukan transaksi keuangan”. Artinya sebagian besar responden merasakan dan mendapatkan manfaat dari teknologi yang ada pada BSI Mobile dalam melakukan transaksi keuangan mereka.



Tabel 7. Uji Statistic Deskriptif Variabel Penggunaan Mobile Banking

Pernyataan	STS	Frekuensi				Mean	Std. Deviation
		TS	N	S	SS		
Y1		2	10	40	48	4.34	742
Y2		2	5	48	45	4.36	674
Y3		5	10	39	46	4.26	836
Y4	2	7	7	39	45	4.18	978
Y5	1	2	11	37	49	4.31	825
Y6	2		11	49	38	4.21	795
Y7	1	1	11	42	45	4.29	782
Y8	1	2	6	41	50	4.37	774

Menurut Tabel 7, diketahui jawaban responden paling besar ada pada item atau pernyataan Y8 yaitu sebanyak 50 responden atau 50% dengan rata-rata (mean) adalah 4.37. Responden menjawab setuju pada Y8 mengenai “Saya yakin BSI mobile akan tetap relevan bagi saya di masa depan karena BSI terus berinovasi dan meningkatkan layanan”. Artinya sebagian besar responden yakin BSI mobile akan tetap relevan bagi saya di masa depan karena BSI terus berinovasi dan meningkatkan layanan.

3.1.2 Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir pernyataan pada kuesioner. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner online kepada 100 responden. Suatu pernyataan dinyatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan tidak valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 0,05.

$$\begin{aligned}
 r_{tabel} &= n-2 \\
 &= 100 - 2 \\
 &= 98 \\
 &= 0,1966
 \end{aligned}$$

Kemudian hasil pengujian validitas yang didapatkan sebagai berikut:

Tabel 8. Uji Validitas

No Item	Instrumen	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Sig(-tailed)	Keterangan
Preferensi Kegunaan (X1)					
1	X1.1	0.737	0,1966	0.000	Valid
2	X1.2	0.745	0,1966	0.000	Valid
3	X1.3	0.680	0,1966	0.000	Valid
4	X1.4	0.679	0,1966	0.000	Valid
5	X1.5	0.628	0,1966	0.000	Valid
6	X1.6	0.588	0,1966	0.000	Valid
Preferensi Kemudahan (X2)					
1	X2.1	0.512	0,1966	0.000	Valid
2	X2.2	0.541	0,1966	0.000	Valid
3	X2.3	0.514	0,1966	0.000	Valid
4	X2.4	0.428	0,1966	0.000	Valid
5	X2.5	0.603	0,1966	0.000	Valid
6	X2.6	0.555	0,1966	0.000	Valid
7	X2.7	0.578	0,1966	0.000	Valid
8	X2.8	0.418	0,1966	0.000	Valid
Sikap Penggunaan Teknologi (X3)					
1	X3.1	0.659	0,1966	0.000	Valid
2	X3.2	0.491	0,1966	0.000	Valid
3	X3.3	0.638	0,1966	0.000	Valid
4	X3.4	0.632	0,1966	0.000	Valid
5	X3.5	0.578	0,1966	0.000	Valid
6	X3.6	0.599	0,1966	0.000	Valid
Penggunaan Mobile Banking (Y)					
1	Y.1	0.593	0,1966	0.000	Valid
2	Y.2	0.574	0,1966	0.000	Valid
3	Y.3	0.653	0,1966	0.000	Valid



Penggunaan Mobile Banking (Y)					
4	Y.4	0.646	0,1966	0.000	Valid
5	Y.5	0.742	0,1966	0.000	Valid
6	Y.6	0.590	0,1966	0.000	Valid
7	Y.7	0.747	0,1966	0.000	Valid
8	Y.8	0.628	0,1966	0.000	Valid

Dapat dilihat dari hasil uji validitas dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan untuk kuesioner dalam penelitian ini memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana berdasarkan r_{tabel} dengan 100 responden bernilai (0,1966). Sehingga dapat dikatakan seluruh item pernyataan pada tiap indikator variabel yaitu pada variabel preferensi kegunaan (X1), preferensi kemudahan (X2), sikap penggunaan teknologi (X3) dan penggunaan mobile banking (Y) dapat memenuhi kriteria valid. Oleh karena itu, kuesioner dapat dimasukkan ke dalam analisis selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi kuesioner. Penelitian ini menggunakan dasar nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$. Jika nilai koefisien $> 0,60$ maka kuesioner dinyatakan reliabel, dan sebaliknya jika $< 0,60$ maka dinyatakan tidak reliabel. (Ghozali, 2020) Hasil reliabilitas penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	$r_{kritis}=0,60$	Keterangan
Preferensi Kegunaan (X1)	0.761	0.60	Reliabel
Preferensi Kemudahan (X2)	0.612	0.60	Reliabel
Sikap Penggunaan Teknologi (X3)	0.644	0.60	Reliabel
Penggunaan Mobile Banking (Y)	0.800	0.60	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukan nilai Cronbach Alpha pada variabel preferensi kegunaan (X1) menghasilkan nilai 0,761, variabel preferensi kemudahan (X2) menghasilkan nilai 0,612, variabel sikap penggunaan teknologi (X3) menghasilkan nilai 0,644 dan variabel penggunaan mobile banking menghasilkan nilai 0,800. Hal tersebut menunjukan bahwa pada seluruh item dalam penelitian ini dikatakan reliabel dengan dasar nilai Cronbach Alpha $> 0,60$. Yang nantinya dapat digunakan penelitian selanjutnya.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Penelitian menggunakan uji one sample kolmogrov-smirnov dengan taraf sig. 0,05. (Ghozali, 2020) Dalam mengambil keputusan pada uji ini menggunakan dasar pedoman sebagai berikut:

Tabel 10. Uji Normalitas

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		-.0404071
	Std. Deviation		.09724141
	Absolute		.122
Most Extreme Differences	Positive		.085
	Negative		-.122
Test Statistic			.122
Asymp. Sig. (2-tailed)			.001 ^c
	Sig.		.094 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	99% Confidence Interval	Lower Bound	.087
		Upper Bound	.102

Berdasarkan hasil uji normalitas dapat diketahui nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) sebesar $0,94 > 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal dan peneliti dapat melanjutkan ke tahap berikutnya.

4. Uji Multikolinearitas

Untuk melihat adanya multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance nya. Apabila nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance $> 0,10$ maka dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas. Hasil dari uji multikolinearitas tersaji dalam tabel berikut ini:

Tabel 11. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
X1	984	1,016



Variabel	Tolerance	VIF
X2	559	1,789
X3	565	1,770

Dari Tabel 11 hasil uji multikolinearitas diketahui nilai *tolerance* dan VIF pada variabel preferensi kegunaan (X1) sebesar 0,984 > 0,10 dan 1,016 < 10, pada variabel preferensi kemudahan (X2) sebesar 0,559 > 0,10 dan 1,789 < 10, pada sikap penggunaan teknologi (X3) sebesar 0,565 > 0,10 dan 1,770 < 10, Dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada variabel digital perbankan yang dibuktikan dengan nilai *Tolerance* > 0,10 dan VIF < 10.

5. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas yaitu uji yang digunakan untuk mengamati apakah ada perbedaan varians dari residual satu pada pengamatan yang lain. Apabila varian dari residual satu pada pengamatan lain konstan maka disebut dengan homokedastisitas, sebaliknya apabila variance dari residual pada pengamatan lain berbeda maka disebut dengan heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan menggunakan uji glejser.

Dalam uji glejser ini, gejala dari adanya heteroskedastisitas diamati dari setiap koefisien regresi dari tiap variabel independen terhadap nilai residual. Pengambilan keputusan berdasarkan pada :

- Jika nilai signifikansinya > (0,05) maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.
- Jika nilai signifikansinya < (0,05) maka terdapat gejala heteroskedastisitas.

Tabel 12. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	t	Sig.
X1	0,357	.722
X2	-1,702	.092
X3	1,190	.237

Dari Tabel 12 hasil uji heteroskedastisitas diketahui nilai sig. pada variabel preferensi kegunaan (X1) sebesar 0,722 > 0,05, pada variabel preferensi kemudahan (X2) sebesar 0,092 > 0,05, pada variabel sikap penggunaan teknologi (X3) sebesar 0,237 > 0,05. Dari hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

6. Uji Linearitas

Uji linearitas adalah uji yang akan memastikan apakah data yang kita miliki sesuai dengan garis linear atau tidak uji linearitas regresi dilakukan untuk mengukur derajat keeratan hubungan, memprediksi besarnya arah hubungan itu, serta meramalkan besarnya variabel dependen jika nilai variabel independent diketahui. Dalam hal ini variabel yang akan di uji yaitu Preferensi Kegunaan (X1), Preferensi Kemudahan (X2) dan Sikap Penggunaan Teknologi (X3), serta Penggunaan Mobile Banking (Y).

Adapun perumusan hipotesis yang akan diuji untuk uji linearitas data adalah sebagai berikut:

H0 : Data berpola linear

H1 : Data tidak berpola linear

Jika data berpola linear maka sign > 0,05 dan jika data tersebut tidak berpola linear maka sign < 0,05 (Ghozali, 2020). Adapun hasil pengujian linearitas data dengan menggunakan SPSS versi 25.0 adalah sebagai berikut:

Tabel 13. Uji Linearitas Preferensi Kegunaan

Variabel	Sig.
Y * X1	.155

Dari Tabel 13, maka diperoleh sign adalah 0,155 berarti dalam hal ini signifikansi lebih besar dari 0,05 (> 0,05), sehingga dapat diketahui bahwa antara preferensi kegunaan dengan penggunaan mobile banking BSI pada generasi Z Bandar Lampung memiliki hubungan yang linear atau berpola linear

Tabel 14. Uji Linearitas Preferensi Kemudahan

Variabel	Sig.
Y * X2	.396

Dari Tabel 14, maka diperoleh sign adalah 0,396 berarti dalam hal ini signifikansi lebih besar dari 0,05 (> 0,05), sehingga dapat diketahui bahwa antara preferensi kemudahan dengan penggunaan mobile banking BSI pada generasi Z di Bandar Lampung memiliki hubungan yang linear atau berpola linear.

Tabel 15. Uji Linearitas Sikap Penggunaan Teknologi

Variabel	Sig.
Y * X3	.103



Dari Tabel 15, maka diperoleh sign adalah 0,103 berarti hal ini signifikansi lebih besar dari α ($0,103 > 0,05$), sehingga dapat diketahui bahwa antara sikap penggunaan teknologi dengan penggunaan mobile banking BSI pada generasi Z di Bandar Lampung memiliki hubungan yang linear atau berpola linear.

7. Analisis Regresi Linear Berganda

Linear Berganda Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda yang bertujuan untuk menganalisis data yang bersifat multivariate atau lebih dari satu variabel independen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, terdapat satu variabel independen yaitu transformasi digital perbankan. Berikut merupakan hasil dari analisis regresi berganda:

Tabel 16. Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Std. Error
(Constant)	2,783	5,018
X1	-.059	.133
X2	.335	.155
X3	.809	.183

Dari hasil pengujian regresi linear berganda Dari tabel 16 menunjukkan output nilai konstanta regresi linear berganda sebesar 2,783 sedangkan nilai koefisien regresi pada variabel X1 sebesar 0,-059, pada variabel X2 sebesar 0,335, pada variabel X3 sebesar 0,809. Sehingga menghasilkan rumus persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,783 + 0,-059X1 + 0,335X2 + 0,809X3 + e$$

Berdasarkan rumusan tersebut maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 2,783 menunjukkan bahwa apabila Variabel Preferensi Kegunaan (X1), Kemudahan (X2) dan Sikap Penggunaan Teknologi (X3) dianggap konstan atau 0, maka penggunaan mobile banking (Y) bernilai 2,783.
- Nilai koefisien regresi pada variabel X1 (Preferensi Kegunaan) sebesar 0,-059, berarti bahwa setiap terjadi peningkatan pada X1 (Preferensi Kegunaan) sebesar 1% maka penggunaan mobile banking (Y) meningkat sebesar 0,-059.
- Nilai koefisien regresi pada variabel X2 (Preferensi Kemudahan) sebesar 0,335, berarti bahwa setiap terjadi peningkatan pada X2 (Preferensi Kemudahan) sebesar 1% maka penggunaan mobile banking (Y) meningkat sebesar 0,335.
- Nilai koefisien regresi pada variabel X3 (Sikap Penggunaan Teknologi) sebesar 0,809, berarti bahwa setiap peningkatan pada lokasi sebesar 1% maka penggunaan mobile banking (Y) meningkat sebesar 0,809.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan variabel sikap penggunaan teknologi mempunyai hasil output regresi paling tinggi diantara variabel preferensi kegunaan dan preferensi kemudahan, hal ini menunjukkan bahwa variabel sikap penggunaan teknologi memiliki pengaruh paling dominan karena sikap yang positif dapat berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking.

3.1.3 Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Untuk mengukur uji t yaitu dengan membandingkan thitung dan ttabel untuk mencari ttabel yaitu dengan cara:

Tabel 17. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	t	Sig.
X1	.447	.656
X2	2,156	.034
X3	4,411	.000

Dari tabel 17, diperoleh thitung X1 sebesar 0,447, X2 sebesar 2,156 dan X3 sebesar 4,411. Untuk ttabel diperoleh 1,979930. Berikut ini merupakan analisis dari uji t antara preferensi kegunaan, preferensi kemudahan dan sikap penggunaan teknologi terhadap penggunaan mobile banking pada generasi Z di Bandar Lampung:

- Pada variabel preferensi kegunaan (X1), diketahui nilai t_{hitung} sebesar $0,447 < t_{tabel}$ 1,979930 serta sig. sebesar 0,656 $> 0,05$ dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa preferensi kegunaan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap penggunaan mobile banking pada generasi Z di Bandar Lampung sehingga berkesimpulan bahwa H_0 diterima H_a ditolak.
- Pada variabel preferensi kemudahan (X2) nilai t_{hitung} sebesar $2,156 > t_{tabel}$ 1,979930 serta sig. sebesar $0,034 < 0,05$ dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa preferensi kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan mobile banking pada generasi Z di Bandar Lampung sehingga berkesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.



- c. Pada variabel sikap penggunaan teknologi (X3) diketahui nilai t_{hitung} sebesar 4,411 > t_{tabel} 1,979930 serta sig. sebesar 0,000 < 0,05 dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa sikap penggunaan teknologi berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* pada generasi Z di Bandar Lampung sehingga berkesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independent yang dimasukkan ke dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Uji simultan diuji dengan menggunakan nilai signifikansi sebesar 0,05. Untuk mengukur uji F yaitu dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} dengan cara:

Tabel 18. Penggunaan Mobile Banking (Y)

	F	Sig.
Regresi	25,09	.000 ^b

Dari tabel 18, diperoleh 25,090. Untuk F_{tabel} diperoleh 2,70. Hal ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ (25,090 > 2,70). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel preferensi kegunaan, preferensi kemudahan dan sikap penggunaan teknologi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu penggunaan mobile banking.

3. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Tabel 19. Hasil Uji koefisien determinasi (Adjusted R Square)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.663 ^a	0,439	0,422	3,161

Dari Tabel 19, didapatkan bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,663 (66,3%) yang berarti variabel bebas yaitu preferensi kegunaan, preferensi kemudahan dan sikap penggunaan teknologi memiliki hubungan yang kuat dengan variabel terikat yaitu penggunaan mobile banking. Selanjutnya, diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,439 (43,9%) artinya variabel preferensi kegunaan, preferensi kemudahan dan sikap penggunaan teknologi dapat mempengaruhi penggunaan mobile banking pada generasi Z di Bandar Lampung sebesar 43,9%, sedangkan sisanya 66,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

3.2 Pembahasan

1. Pengaruh Preferensi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking BSI Pada Generasi Z di Bandar Lampung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi kegunaan tidak berpengaruh secara parsial dan tidak signifikan terhadap penggunaan mobile banking BSI pada Generasi Z di Bandar Lampung. Hal ini dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar -0,447 yang lebih kecil dari t_{tabel} 1,979 serta tingkat signifikansi sebesar 0,656 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun Generasi Z memahami manfaat dan kegunaan BSI Mobile, hal tersebut belum tentu mendorong mereka untuk menggunakan aplikasi secara rutin. Sebagian responden menganggap penggunaan mobile banking hanya sebagai pelengkap kebutuhan transaksi tertentu, bukan sebagai kebutuhan utama dalam aktivitas keuangan sehari-hari. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Abi (Fadlan & Dewantara, 2020), namun sejalan dengan penelitian (Irvan Yusuf Nugroho, 2022) yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan BSI Mobile. Dalam perspektif *Technology Acceptance Model*, *perceived usefulness* seharusnya menjadi faktor utama penerimaan teknologi, namun pada penelitian ini pengaruh tersebut tidak terbukti secara signifikan karena adanya perbedaan kebutuhan, kebiasaan transaksi, dan pola penggunaan teknologi pada Generasi Z.

2. Pengaruh Preferensi Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile Banking BSI Pada Generasi Z di Bandar Lampung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking BSI pada Generasi Z di Bandar Lampung. Hal ini dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 2,156 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,979 serta tingkat signifikansi sebesar 0,034 lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin mudah aplikasi BSI Mobile digunakan, maka semakin tinggi pula tingkat penggunaan aplikasi tersebut oleh Generasi Z. Kemudahan yang dirasakan meliputi tampilan aplikasi yang sederhana, fitur yang jelas, kemudahan akses transaksi, serta proses penggunaan yang tidak rumit. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Hasyim et al., 2023). yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile. Dalam teori *Technology Acceptance Model*, *perceived ease of use* menjadi faktor penting yang memengaruhi penerimaan teknologi karena pengguna cenderung menerima sistem yang mudah dipahami dan dioperasikan. Oleh karena itu, kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor utama yang mendorong Generasi Z untuk menggunakan mobile banking BSI dalam aktivitas transaksi sehari-hari.



3. Pengaruh Sikap Penggunaan Teknologi Terhadap Penggunaan Mobile Banking BSI Pada Generasi Z di Bandar Lampung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap penggunaan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking BSI pada Generasi Z di Bandar Lampung. Hal ini dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 4,411 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,979 serta tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis ketiga (H3) diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa sikap positif pengguna terhadap teknologi mampu meningkatkan penggunaan aplikasi BSI Mobile. Generasi Z merasa bahwa penggunaan mobile banking merupakan pilihan yang tepat, praktis, dan sesuai dengan gaya hidup digital mereka. Sikap positif tersebut muncul karena pengguna merasa nyaman, percaya, serta memperoleh manfaat dari penggunaan aplikasi BSI Mobile dalam melakukan transaksi keuangan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (Zaki, 2022) yang menyatakan bahwa sikap penggunaan teknologi berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking. Dalam teori *Technology Acceptance Model*, *attitude toward using* menjadi faktor yang memengaruhi perilaku aktual pengguna dalam menerima suatu teknologi. Dengan demikian, semakin positif sikap Generasi Z terhadap teknologi digital, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk menggunakan layanan mobile banking BSI secara berkelanjutan.

4. Pengaruh Simultan Preferensi Kegunaan, Preferensi Kemudahan, dan Sikap Penggunaan Teknologi Terhadap Penggunaan Mobile Banking BSI Pada Generasi Z di Bandar Lampung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi kegunaan, preferensi kemudahan, dan sikap penggunaan teknologi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking BSI pada Generasi Z di Bandar Lampung. Hal ini dibuktikan dari nilai F_{hitung} sebesar 36,946 yang lebih besar dari F_{tabel} 2,70 serta tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis keempat (H4) diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu memengaruhi keputusan penggunaan BSI Mobile oleh Generasi Z. Meskipun preferensi kegunaan tidak berpengaruh secara parsial, namun ketika dikombinasikan dengan preferensi kemudahan dan sikap penggunaan teknologi, ketiga variabel tersebut memberikan pengaruh yang kuat terhadap penggunaan mobile banking. Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,439 menunjukkan bahwa sebesar 43,9% penggunaan mobile banking dipengaruhi oleh preferensi kegunaan, preferensi kemudahan, dan sikap penggunaan teknologi, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Temuan ini sesuai dengan teori *Technology Acceptance Model* yang menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan sikap pengguna terhadap teknologi tersebut. Dengan demikian, keberhasilan penggunaan BSI Mobile pada Generasi Z dipengaruhi oleh kombinasi antara manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan, serta sikap positif terhadap teknologi digital.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh preferensi kegunaan, preferensi kemudahan, dan sikap penggunaan teknologi terhadap penggunaan Mobile Banking BSI pada Generasi Z di Bandar Lampung dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM), dapat disimpulkan bahwa secara parsial preferensi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Mobile Banking BSI. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun Generasi Z memahami manfaat yang ditawarkan oleh aplikasi BSI Mobile, persepsi tersebut belum menjadi faktor utama yang mendorong intensitas penggunaannya. Sebaliknya, preferensi kemudahan dan sikap penggunaan teknologi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Mobile Banking BSI. Hasil ini mengindikasikan bahwa kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi, tampilan yang mudah dipahami, serta pengalaman penggunaan yang nyaman mampu meningkatkan kecenderungan Generasi Z untuk memanfaatkan layanan perbankan digital. Selain itu, sikap penggunaan teknologi menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling dominan, yang menunjukkan bahwa semakin positif sikap seseorang terhadap teknologi, maka semakin tinggi pula tingkat penggunaan Mobile Banking BSI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara sendiri-sendiri, persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Mobile Banking BSI pada Generasi Z di Bandar Lampung. Sementara itu, persepsi kemudahan dan sikap terhadap teknologi justru berpengaruh positif dan signifikan. Jika dilihat secara bersama-sama, ketiga variabel dalam model TAM tetap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan Mobile Banking BSI, dengan kontribusi sebesar 43,9%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Keterbaruan penelitian ini terletak pada fokus kajian terhadap Generasi Z di Kota Bandar Lampung sebagai kelompok digital native yang memiliki karakteristik berbeda dibandingkan generasi sebelumnya, serta pengujian model TAM pada konteks perbankan syariah khususnya layanan BSI Mobile yang masih relatif terbatas diteliti pada wilayah tersebut. Penelitian ini memperkaya literatur mengenai penerimaan teknologi pada sektor perbankan syariah dengan menunjukkan bahwa faktor psikologis berupa sikap penggunaan teknologi memiliki peran yang lebih kuat dibandingkan persepsi kegunaan. Namun demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain jumlah responden yang terbatas pada 100 orang dan hanya berfokus pada Generasi Z di Bandar Lampung sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan untuk seluruh pengguna BSI Mobile di Indonesia. Selain itu, penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel utama dalam model TAM, sehingga masih terdapat faktor lain seperti kepercayaan, keamanan, kualitas layanan, risiko persepsian, pengaruh sosial, serta pengalaman pengguna yang belum dianalisis. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian, menambah jumlah responden, serta mengembangkan model penelitian dengan memasukkan variabel-variabel lain yang relevan agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan Mobile Banking BSI di kalangan masyarakat.



REFERENCE

- Afandi, A., Samudra, J. P., Sherley, S., Veren, V., & Liang, W. (2021). Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 5(1), 15. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v5i1.9272>
- Anggraeni, R. (2015). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Untuk Menggunakan dan Penggunaan Aktual Layanan Jejaring Sosial Berbasis Lokasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 20(1), 44–52.
- Aulia Rahmawati, & Khaerunnisa Nur Fatimah Syahnur. (2023). Analisis Keputusan Generasi Z Dalam Memilih Bank Digital: Prespektif Teori Diffusion of Innovation. *AkMen JURNAL ILMIAH*, 20(3), 297–306. <https://doi.org/10.37476/akmen.v20i3.4382>
- Cipta Hadi, D. S., & Assegaft, S. (2022). Analisis Aplikasi Mobile Banking Jenius Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, 7(4), 666–677. <https://doi.org/10.33998/jurnalmsi.2022.7.4.691>
- Citra, A. P., Kuswantoro, A., & Artikel, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Manajemen Administrasi Desa/SMART. *Economic Education Analysis Journal*, 9(2), 348–365. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i2.38999>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Desvronita. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet Menggunakan Technology Acceptance Model. *Jurnal Akmenika*, 18(2).
- Fadlan, A., & Dewantara, R. Y. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 62(1), 82–89. www.bni.co.id
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasyim, F., Oktaviana, S., & Putri, D. R. (2023). Keputusan Penggunaan BSI Mobile Ditinjau dari Kemudahan, Kemanfaatan dan Keamanan Fitur Layanan pada Generasi Milenial di Wilayah Solo Raya. *Baabu Al-Ilmi Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 72–80.
- Hidayat, M., & Asky Humeriatunnisa. (2023). Optimalisasi Peran Digital Banking Bank Syariah Indonesia Terhadap Perkembangan Industri Halal. *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 5(2), 243–264. <https://doi.org/10.24090/mabsya.v5i2.9984>
- Indra Saputra, R., Cristie Simbolon, J. A., & Rifqy, M. (2025). Pengembangan Model Green Human Resource Development untuk Penguatan SDM Inovatif dan Berkelanjutan dalam Mendukung Indonesia Emas. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 6(2), 306–312. <https://doi.org/10.47065/jtear.v6i2.2407>
- Irva Yunita, Rizka Pitri, M. el-K. K. (2021). Evaluasi Repositori UIN Raden Intan Lampung dengan Technology Acceptance Model (TAM) Pendekatan Evaluation of Raden Intan Lampung State Islamic University. *Nusantara Journal of Information and Library Studies*, Vol. 4 No.(1), 61–74.
- Irvan Yusuf Nugroho, M. . P. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, ketersediaan fitur dan literasi keuangan terhadap preferensi konsumen menggunakan bsi mobile. *Islamic Economics And Finance In Focus*, 1(2), 135–147.
- Jean Vania Dwi Melati, M. I. F. (2025). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Generasi Milenial Yang Menjadi Nasabah di Bank Syariah Studi Pada Mahasiswa Fakultas FEBI UIN Raden Intan Lampung. : *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah*, Vol. 4, No, 1–12.
- Kadek, W., & Ni Luh, S. (2022). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Pengetahuan Akuntansi dan Kompatibilitas terhadap Minat Umkm dalam Menggunakan Aplikasi si APIK. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Undiksha)*, 13(01), 58–69.
- Meileny, F., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 200–209. <https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.7934>
- Mochammad Rafi Alfiansyah, Alex Fahrur Riza, Hasan Al Banna, & Siti Nur Azizah. (2024). Study on the Antecedents of Cardless Withdrawal Adoption at Bank Syariah Indonesia from the Perspective of Generation Z in Yogyakarta Special Region. *International Journal of Islamic Finance*, 2(2), 1–11. <https://doi.org/10.14421/ijif.v2i2.2213>
- Muararif, S., Azizah, N., & Wijaya, R. (2025). *Implementation of Technology Acceptance Model (TAM): Case Study on Generation Z in North Purwokerto Who Uses the BSI Mobile Application*. 7(1), 77–98. <https://doi.org/10.24090/mabsya.v7i1.13531>
- Muhammad Kurniawan, Oza Restianita, K. N. (2024). Perceived Usefulness , Perceived Enjoyment , Trust dan Continuance Intention dalam Mobile Sharia Banking : Bagaimana Kekuatan Kepuasan Nasabah ? *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 20(3), 640–657.
- Nurahmasari, M., Nur Silfiah, S., & Haposan Pangaribuan, C. (2023). The Intention to Use Digital Banking Services among Gen Z in Indonesia Based on Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 5(1), 15–31. <https://doi.org/10.51353/jmbm.v5i1.692>
- Rahmatika Mahmudah. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking 2020 (Studi Kasus Nasabah BRI KC Semarang). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6 No.2(2), 419–441. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>
- Tambunan, N., Wulandari, A. F., Pangesti, A. N., Anggraini, A., Tunnaja, S., Dewi Gita, A., & Rusmarhadi, I. (2023). Berita Utama Tentang Error Service di Bank Syariah Indonesia (BSI). *Community Development Journal*, 4(2), 5096–5098.
- Valda, I., Farqi, A., & Safitri, E. M. (2024). Evaluasi Faktor Penerimaan Nasabah Terhadap Aplikasi Mobile Banking Syariah Menggunakan Modifikasi Tam (Studi Kasus: Bsi Mobile). *Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan*, 12(3). <https://doi.org/10.23960/jitet.v12i3.4828>
- Zaki, Z. (2022). Pengaruh Sikap dan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking di Kota Pariaman. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 2(1), 1–9.