

# Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna *Mobile Banking* pada Generasi Z: Pendekatan PLS-SEM

Irgi Arya Sena<sup>1\*</sup>, Julieta Putri<sup>1</sup>, Nadila Septiliana Putri<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komputer, Sistem Informasi, Universitas Pamulang, Jl. Raya Puspiptek No. 46, Kel. Buaran, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan. Banten 15310, Indonesia

Email: <sup>1\*</sup>[irgisena2@gmail.com](mailto:irgisena2@gmail.com), <sup>2</sup>[julietaputri975@gmail.com](mailto:julietaputri975@gmail.com), <sup>3</sup>[nadilasp59@gmail.com](mailto:nadilasp59@gmail.com)

(\* : coresponding author)

**Abstrak**– Pertumbuhan yang substansial teknologi digital telah mendorong sektor perbankan untuk menghadirkan layanan berbasis aplikasi, khususnya mobile banking, sebagai sarana utama dalam melakukan transaksi keuangan. Meskipun demikian, minat penggunaan mobile banking di kalangan Generasi Z masih menunjukkan variasi yang dipengaruhi oleh sejumlah faktor tertentu. Penelitian ini mengkaji faktor-faktor determinan yang memengaruhi minat Generasi Z dalam memanfaatkan layanan mobile banking dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari survei kuesioner terhadap responden Generasi Z, yang selanjutnya dianalisis dengan metode *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya beberapa variabel yang terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking, sedangkan variabel lainnya tidak memberikan dampak yang berarti. Temuan ini diharapkan dapat menjadi masukan praktis bagi sektor perbankan dalam menyusun serta mengembangkan strategi layanan digital yang lebih relevan dengan kebutuhan dan karakteristik Generasi Z.

**Kata Kunci:** Mobile Banking, Generasi Z, Minat Penggunaan, PLS-SEM, Adopsi Teknologi

**Abstract**– *Ongoing developments in digital technology have driven banks to implement application-based services, positioning mobile banking as a central channel for financial transactions. Nevertheless, Generation Z's intention to adopt mobile banking differs considerably and is shaped by multiple influencing factors. Using a quantitative approach, this research explores the factors that shape Generation Z's intention toward mobile banking usage. This study utilized primary data obtained from questionnaires completed by Generation Z participants, which were then examined using the Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) approach. The findings indicate that some variables significantly affect mobile banking usage intention, while others show no significant impact. These results are expected to provide practical insights for banking institutions in formulating and enhancing digital service strategies that align more closely with the preferences and characteristics of Generation Z.*

**Keywords:** Mobile Banking, Generation Z, Intention To Use, PLS-SEM, Technology Adoption

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan digital yang terjadi secara cepat telah membawa perubahan signifikan dalam pola interaksi masyarakat dengan layanan perbankan. Salah satu wujud dari perubahan tersebut adalah penggunaan aplikasi mobile banking yang memfasilitasi nasabah dalam menjalankan transaksi keuangan secara lebih mandiri, efisien, dan fleksibel tanpa harus mengandalkan layanan tatap muka di kantor cabang (Shaikh & Karjaluoto, 2015).

Meskipun penggunaan mobile banking terus meningkat, tingkat penerimaan dan minat pengguna tidak bersifat homogen di seluruh kelompok usia. Generasi Z, sebagai kelompok yang tumbuh bersama perkembangan teknologi digital, memiliki karakteristik, ekspektasi, dan perilaku penggunaan teknologi yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya, oleh sebab itu, faktor-faktor yang membentuk minat Generasi Z terhadap penggunaan mobile banking perlu dianalisis secara khusus (Davis, 1989; Venkatesh et al., 2003).

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi sejumlah faktor yang berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking, seperti kualitas layanan, kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan tingkat kepercayaan. Namun, perbedaan konteks sosial dan karakteristik pengguna memungkinkan munculnya variasi hasil penelitian, khususnya ketika fokus kajian diarahkan pada Generasi Z sebagai kelompok pengguna potensial layanan perbankan digital (Davis, 1989).

Minat penggunaan teknologi keuangan juga dipengaruhi oleh faktor perilaku pengguna sebagaimana dijelaskan dalam model UTAUT2 yang menekankan peran ekspektasi kinerja dan kebiasaan dalam adopsi teknologi (Venkatesh et al., 2012). Kepercayaan menjadi faktor penting dalam adopsi mobile banking karena berkaitan langsung dengan keamanan transaksi dan perlindungan data pengguna (Zhou, 2011).

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kecenderungan Generasi Z dalam menggunakan aplikasi mobile banking. Analisis data dilakukan dengan metode PLS-SEM. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan bukti empiris sebagai landasan dalam merumuskan strategi layanan mobile banking yang lebih sesuai dengan karakteristik serta kebutuhan Generasi Z.

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

### 2.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini disusun dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis hubungan kausal antar konstruk laten yang memengaruhi minat penggunaan layanan mobile banking pada Generasi Z. Fokus penelitian bersifat eksplanatori, karena kajian ini menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan model konseptual yang telah dikembangkan. Proses pengumpulan data dilakukan melalui instrumen kuesioner terstruktur yang disebarluaskan secara survei kepada partisipan sesuai dengan kriteria penelitian (Hair et al., 2017).

### 2.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Penelitian ini melibatkan partisipan dari kelompok Generasi Z, yaitu individu yang lahir pada periode 1997–2012 dan memiliki pengalaman menggunakan aplikasi mobile banking. Pemilihan sampel dilakukan secara purposif dalam kerangka non-probabilistik, dengan partisipan dipilih berdasarkan kesesuaian terhadap persyaratan penelitian yang telah ditetapkan.

Data yang terkumpul berasal dari 100 partisipan. Penentuan kecukupan sampel mengacu pada pedoman analisis PLS-SEM melalui 10 times rule, di mana jumlah observasi disesuaikan dengan banyaknya jalur struktural yang menuju satu konstruk laten. Pada model yang dikembangkan, konstruk minat penggunaan dipengaruhi oleh lima variabel eksogen, sehingga kebutuhan minimum sampel berada pada kisaran 50 partisipan. Oleh karena itu, jumlah data yang digunakan dinilai telah memenuhi syarat untuk dilakukan analisis.

$$n \geq 10 \times k$$

Keterangan:

$n$  = jumlah minimum sampel

$k$  = jumlah jalur struktural terbanyak yang mengarah ke satu konstruk laten

Dalam model penelitian ini, variabel minat penggunaan dipengaruhi oleh lima variabel independen, sehingga jumlah sampel minimum adalah:

$$n \geq 10 \times 5 = 50$$

Dengan Demikian, jumlah responden yang digunakan telah memenuhi kriteria minimum analisis PLS-SEM.

### 2.3 Variabel dan Instrumen Penelitian

Model penelitian mencakup lima konstruk eksogen, yaitu kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kepercayaan, kualitas layanan, serta inovasi teknologi, dengan minat penggunaan mobile banking sebagai konstruk endogen. Masing-masing konstruk dioperasionalkan melalui beberapa indikator yang diadaptasi dari penelitian terdahulu dan disesuaikan dengan karakteristik pengguna mobile banking dari kalangan Generasi Z. Pengukuran tanggapan partisipan dilakukan melalui skala penilaian lima tingkat yang mencerminkan derajat persetujuan terhadap setiap pernyataan.

### 2.4 Teknik Pengumpulan Data

Pada studi ini, data dikumpulkan melalui pendistribusian kuesioner kepada partisipan yang termasuk dalam kategori Generasi Z. Instrumen penelitian dirancang berdasarkan indikator yang merepresentasikan masing-masing variabel dan diukur menggunakan skala Likert guna mendukung analisis data secara statistik.

## 2.5 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS melalui dua tahapan utama, meliputi evaluasi model pengukuran (outer model) serta evaluasi model struktural (inner model). Evaluasi outer model digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas setiap indikator, sedangkan evaluasi inner model bertujuan untuk menganalisis keterkaitan antar konstruk laten serta menguji hipotesis penelitian.

### 1. Evaluasi model pengukuran (Outer Model)

Tujuan evaluasi model pengukuran adalah untuk memastikan kualitas indikator penelitian yang digunakan dalam mengukur setiap konstruk, yang meliputi:

- a. **Kriteria validitas konvergen ditentukan oleh nilai *loading factor*  $\geq 0,70$  dan nilai *Average Variance Extracted (AVE)*  $\geq 0,50$ .**

Rumus AVE:

$$AVE = \frac{\sum \lambda^2}{\sum \lambda^2 + \sum Var(\varepsilon)}$$

Keterangan:

<i>AVE</i>	= <i>Average Variance Extracted</i>
$\lambda$	= Nilai <i>Loading Factor</i> pada Setiap Indikator
$\lambda^2$	= Kuadrat dari Nilai Tersebut
<i>Var</i> ( $\varepsilon$ )	= Varians Kesalahan Pengukuran Indikator

- b. **Uji Validitas Diskriminan**

Uji validitas diskriminan bertujuan untuk memastikan bahwa suatu konstruk memiliki perbedaan yang jelas dengan konstruk lainnya dalam model penelitian. Validitas diskriminan diuji menggunakan kriteria Fornell-Larcker, yaitu dengan membandingkan nilai akar kuadrat AVE suatu konstruk dengan nilai korelasi antar konstruk. Suatu konstruk dinyatakan memenuhi validitas diskriminan apabila nilai akar kuadrat AVE lebih besar dibandingkan nilai korelasi dengan konstruk lainnya.

- c. **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan **untuk menilai** tingkat konsistensi internal indikator **dalam merepresentasikan** suatu konstruk. Reliabilitas konstruk **dievaluasi dengan** Cronbach's Alpha dan Composite Reliability (CR), dengan kriteria nilai  $\geq 0,70$ .

Rumus Composite Reliability (CR) adalah sebagai berikut:

$$AVE = \frac{(\sum \lambda)^2}{(\sum \lambda)^2 + \sum Var(\varepsilon)}$$

Keterangan:

<i>CR</i>	= Composite Reliability
$\lambda$	= nilai <i>loading factor</i> indikator
<i>Var</i> ( $\varepsilon$ )	= varians kesalahan pengukuran indikator

### 2. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Pengujian model struktural bertujuan untuk mengevaluasi hubungan antar konstruk laten serta melakukan pengujian hipotesis penelitian melalui indikator koefisien determinasi ( $R^2$ ), signifikansi jalur, ukuran efek ( $f^2$ ), serta nilai relevansi prediktif ( $Q^2$ ).

- a. **Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) berfungsi untuk mengevaluasi kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai  $R^2$  berkisar antara 0 hingga 1, di mana nilai yang lebih tinggi menunjukkan tingkat daya jelaskan dan kemampuan prediksi model yang lebih kuat.

Kriteria penilaian  $R^2$  menurut Hair et al. (2017) adalah sebagai berikut:

- 1)  $R^2 = 0,75$  (kuat)
- 2)  $R^2 = 0,50$  (sedang)
- 3)  $R^2 = 0,25$  (lemah)

Dalam penelitian ini, nilai  $R^2$  dimanfaatkan untuk menilai kontribusi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kepercayaan, kualitas layanan, dan inovasi teknologi dalam menjelaskan variasi minat penggunaan mobile banking.

#### **b. Uji Signifikansi Jalur (*Path Coefficient*)**

Uji signifikansi jalur digunakan untuk menganalisis pengaruh langsung antar konstruk laten dalam model penelitian. Proses pengujian dilakukan melalui prosedur bootstrapping menggunakan perangkat lunak SmartPLS.

Kriteria pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai t-statistic  $> 1,96$  pada tingkat signifikansi 5%
- 2) Nilai p-value  $< 0,05$

Apabila kedua kriteria tersebut terpenuhi, maka hipotesis penelitian dinyatakan diterima.

#### **c. Uji Ukuran Efek (*Effect Size / $f^2$* )**

Ukuran efek ( $f^2$ ) digunakan untuk menilai tingkat kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam model penelitian.

Rumus  $f^2$  adalah sebagai berikut:

$$f^2 = \frac{R_{inklusi}^2 - R_{eksklusi}^2}{1 - R_{inklusi}^2}$$

Keterangan:

$R^2$  inklusi = nilai  $R^2$  ketika variabel independen dimasukkan ke dalam model

$R^2$  eksklusif = nilai  $R^2$  ketika variabel independen dikeluarkan dari model

Kriteria penilaian  $f^2$ :

- 1)  $f^2 = 0,02$  (pengaruh kecil)
- 2)  $f^2 = 0,15$  (pengaruh sedang)
- 3)  $f^2 = 0,35$  (pengaruh besar)

#### **d. Uji Relevansi Prediktif ( $Q^2$ )**

Uji relevansi prediktif ( $Q^2$ ) digunakan untuk menilai kemampuan prediksi model terhadap konstruk endogen. Nilai  $Q^2$  diperoleh melalui teknik *blindfolding* pada SmartPLS.

Kriteria penilaian  $Q^2$  adalah:

- 1)  $Q^2 > 0$  : model memiliki relevansi prediktif
- 2)  $Q^2 \leq 0$  : model tidak memiliki relevansi prediktif

Semakin besar nilai  $Q^2$ , maka semakin baik kemampuan prediksi model penelitian.

#### **e. Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan tujuan dan kerangka konseptual penelitian, hipotesis yang diajukan adalah Mengacu pada tujuan penelitian serta kerangka konseptual yang dikembangkan, penelitian ini merumuskan sejumlah hipotesis untuk menguji hubungan antara variabel independen dan minat penggunaan mobile banking sebagai berikut:

- H1: Kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*.
- H2: Persepsi manfaat berkontribusi positif terhadap minat penggunaan mobile banking.
- H3: Kepercayaan pengguna berpengaruh positif terhadap minat penggunaan mobile banking.
- H4: Kualitas layanan memberikan pengaruh positif terhadap minat penggunaan mobile banking.
- H5: Inovasi teknologi berpengaruh positif terhadap minat penggunaan mobile banking.

### 3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Penilaian model pengukuran dilakukan untuk memastikan kualitas indikator yang digunakan dalam penelitian. Validitas konvergen dievaluasi melalui nilai outer loading dan Average Variance Extracted (AVE), sementara reliabilitas konstruk dinilai menggunakan Composite Reliability dan Cronbach's Alpha. Selain itu, tingkat keterpisahan antar konstruk diuji melalui kriteria Heterotrait–Monotrait Ratio (HTMT) guna memastikan perbedaan yang memadai antar variabel dalam model. Indikator dan konstruk dinyatakan layak apabila nilai yang diperoleh berada dalam rentang yang direkomendasikan oleh literatur.

Hasil penelitian ini memiliki keterkaitan dengan temuan Oliveira et al. (2016) yang menunjukkan bahwa faktor persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan berperan dalam membentuk niat pengguna terhadap adopsi layanan pembayaran berbasis mobile. Selain itu, penelitian Thakur (2014) juga menegaskan bahwa kualitas pengalaman pengguna serta tingkat kepercayaan terhadap layanan digital berkontribusi terhadap loyalitas dan keberlanjutan penggunaan mobile banking. Temuan-temuan tersebut memperkuat pentingnya aspek pengalaman layanan dalam konteks adopsi teknologi keuangan.

##### a. *Outer Loadings*

Outer loadings dilakukan guna menilai seberapa jauh setiap indikator mampu merefleksikan variabel laten yang diukur. Hasil analisis menjelaskan bahwa seluruh indikator memiliki nilai outer loadings dalam rentang yang dapat diterima, sehingga indikator-indikator tersebut dinilai relevan dan memadai dalam merepresentasikan variabel penelitian.

##### b. *Composite Reliability dan Average Variance Extracted (AVE)*

Evaluasi reliabilitas konstruk dilakukan melalui nilai Composite Reliability untuk menilai konsistensi internal indikator, sedangkan AVE digunakan untuk menilai kemampuan konstruk dalam menjelaskan varians indikator. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel memenuhi kriteria Composite Reliability dan AVE, sehingga konstruk dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel serta memiliki validitas konvergen yang baik.

##### c. *Validitas Diskriminan (HTMT)*

Pengujian validitas diskriminan dilakukan menggunakan rasio HTMT guna memastikan adanya perbedaan yang memadai antar variabel dalam model. Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar nilai HTMT berada dalam batas yang dapat diterima. Meskipun terdapat beberapa nilai yang mendekati ambang batas, kondisi tersebut masih dapat diterima mengingat adanya keterkaitan konseptual antar variabel dalam model penelitian.

**Tabel 1.** *Outer Loadings*

Variabel	Indikator	Outer Loadings
Ease of Use	EU1	0.898
	EU2	0.865
	EU3	0.775
Perceived Usefulness	PU1	0.888
	PU2	0.938
	PU3	0.905
Trust	TR1	0.890
	TR2	0.840
	TR3	0.913
	TR4	0.851
Service Quality	SQ1	0.858
	SQ2	0.910

	SQ3	0.776
	SQ4	0.890
<b>Technology Innovation</b>	TI1	0.905
	TI2	0.927
	TI3	0.944
<b>Usage Intention</b>	UI1	0.880
	UI2	0.850
	UI3	0.859
	UI4	0.856

Tabel ini menunjukkan seberapa kuat setiap indikator mewakili konstraknya. Nilai outer loadings yang baik umumnya di atas 0,70. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh indikator memiliki nilai outer loadings di atas batas minimum, sehingga indikator dinyatakan layak digunakan untuk mengukur konstruk penelitian.

**Tabel 2.** *Composite Reliability dan Average Variance Extracted (AVE)*

Konstruk	Cronbach's Alpha	Composite Reliability ( $\rho_A$ )	Composite Reliability ( $\rho_C$ )	AVE
<b>EU</b>	0.802	0.811	0.884	0.718
<b>PU</b>	0.898	0.915	0.936	0.829
<b>SQ</b>	0.882	0.901	0.919	0.740
<b>TI</b>	0.916	0.916	0.947	0.857
<b>TR</b>	0.897	0.904	0.928	0.764
<b>UI</b>	0.884	0.885	0.920	0.742

Tabel ini menyajikan evaluasi konsistensi internal dan kualitas konstruk. Nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha yang berada di atas batas yang disyaratkan menunjukkan tingkat reliabilitas yang memadai. Selain itu, nilai Average Variance Extracted (AVE) yang melebihi ambang batas mengindikasikan bahwa konstruk mampu merepresentasikan varians indikator secara baik, sehingga seluruh konstruk memenuhi kriteria reliabilitas dan validitas konvergen.

**Tabel 3.** Nilai HTMT Antar Variabel

	<b>EU</b>	<b>PU</b>	<b>SQ</b>	<b>TI</b>	<b>TR</b>	<b>UI</b>
<b>EU</b>	—					
<b>PU</b>	0.875	—				
<b>SQ</b>	0.753	0.639	—			
<b>TI</b>	0.675	0.618	0.889	—		
<b>TR</b>	0.775	0.765	0.873	0.792	—	
<b>UI</b>	0.676	0.629	0.898	0.912	0.813	—

Pengujian HTMT dilakukan untuk menilai tingkat keterpisahan antar konstruk dalam model. Nilai HTMT yang berada di bawah ambang batas 0,90 menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki perbedaan yang memadai. Hasil analisis memperlihatkan bahwa hampir seluruh nilai HTMT memenuhi kriteria tersebut. Meskipun terdapat satu nilai yang mendekati batas, kondisi ini masih dapat diterima karena berada dalam batas toleransi pada penelitian yang bersifat eksploratif.

### 3.1.1 Ringkasan Evaluasi Outer Model

Hasil evaluasi outer model menunjukkan bahwa seluruh indikator dalam penelitian ini telah memenuhi persyaratan pengukuran, sehingga setiap konstruk dapat dilanjutkan ke tahap analisis model struktural dan pengujian hipotesis.

### 3.2 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi model struktural dilakukan untuk memeriksa hubungan antar konstruk laten dalam penelitian. Tahap awal evaluasi difokuskan pada pemeriksaan nilai Variance Inflation Factor (VIF) guna memastikan tidak adanya indikasi multikolinearitas antar variabel independen. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan melalui analisis koefisien jalur yang diperoleh melalui prosedur bootstrapping, dengan mempertimbangkan nilai t-statistic dan p-value sebagai dasar pengambilan keputusan. Kemampuan model dalam menjelaskan variabel endogen kemudian dinilai melalui koefisien determinasi ( $R^2$ ).

#### a. Nilai R Square

Digunakan untuk menggambarkan tingkat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai R Square pada variabel Usage Intention berada pada kategori tinggi, yang mengindikasikan bahwa model penelitian memiliki daya jelaskan yang kuat terhadap variasi minat penggunaan.

#### b. Variance Inflation Factor (VIF)

Pengujian VIF diterapkan untuk menegaskan bahwa tidak terjadi hubungan berlebihan antar variabel independen. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh nilai VIF termasuk dalam lingkup yang dapat diterima, sehingga tidak muncul komplikasi multikolinearitas dalam model penelitian.

**Tabel 4.** Nilai R Square

Konstruk Endogen	R Square ( $R^2$ )	R Square Adjusted	Kategori
<i>Usage Intention (UI)</i>	0.743	0.730	Kuat

Nilai  $R^2$  sebesar 0,743 menunjukkan bahwa kombinasi variabel eksogen dalam model mampu menjelaskan sebagian besar variasi pada User Intention (UI). Selain itu, nilai Adjusted  $R^2$  sebesar 0,730 memberitahukan bahwa setelah mempertimbangkan jumlah prediktor, model tetap menunjukkan tingkat daya jelaskan yang tinggi dan konsisten.

**Tabel 5.** Nilai VIF

Construct	Indicator	VIF	Decision
<i>Ease of Use (EU)</i>	EU1	2.355	Accepted
	EU2	1.987	Accepted
	EU3	1.498	Accepted
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	PU1	3.011	Accepted
	PU2	4.175	Accepted
	PU4	2.433	Accepted
<i>System Quality (SQ)</i>	SQ1	2.581	Accepted
	SQ2	3.318	Accepted
	SQ3	1.931	Accepted
	SQ4	2.684	Accepted
<i>Trust In Internet (TI)</i>	TI1	2.605	Accepted
	TI2	3.805	Accepted
	TI3	4.405	Accepted
<i>Trust (TR)</i>	TR1	3.302	Accepted
	TR2	2.691	Accepted
	TR3	3.274	Accepted

	TR4	2.367	<i>Accepted</i>
<b>User Intention (UI)</b>	UI1	2.626	<i>Accepted</i>
	UI2	2.245	<i>Accepted</i>
	UI3	2.296	<i>Accepted</i>
	UI4	2.230	<i>Accepted</i>

Pengujian collinearity menekankan bahwa nilai Variance Inflation Factor (VIF) pada seluruh indikator berada di bawah ambang batas yang ditetapkan. Kondisi ini menandakan tidak adanya indikasi multikolinearitas dalam model, sehingga hasil pengukuran dapat dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya.

**Tabel 6.** Pengujian Hipotesis

<b>H</b>	<b>Jalur</b>	<b><math>\beta</math></b>	<b>t</b>	<b>p</b>	<b>Keputusan</b>
<b>H1</b>	EU → UI	-0.020	0.170	0.865	Ditolak
<b>H2</b>	PU → UI	0.038	0.343	0.732	Ditolak
<b>H3</b>	TR → UI	0.131	1.181	0.238	Ditolak
<b>H4</b>	SQ → UI	0.319	2.894	0.004	Diterima
<b>H5</b>	TI → UI	0.462	4.734	0.000	Diterima

Hasil pengujian hipotesis mengindikasikan bahwa Service Quality dan Technology Innovation berpengaruh substansial terhadap Usage Intention, sedangkan Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Trust tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini menyatakan bahwa faktor layanan dan inovasi lebih utama dalam memengaruhi niat penggunaan dibandingkan faktor kemudahan, kegunaan, dan kepercayaan.

### 3.3 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Hasil evaluasi model struktural menyatakan bahwa Service Quality dan Technology Innovation berpengaruh substansial terhadap niat penggunaan mobile banking. Temuan ini menunjukkan bahwa Generasi Z lebih dipengaruhi oleh kualitas pengalaman layanan dan pembaruan teknologi dibandingkan oleh aspek teknis dasar aplikasi.

Sebaliknya, Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Trust tidak ditemukan implikasi yang signifikan terhadap niat penggunaan. Hal ini mengindikasikan bahwa kemudahan, manfaat, dan kepercayaan telah dianggap sebagai standar dasar oleh pengguna, sehingga tidak lagi menjadi faktor penentu utama dalam membentuk niat penggunaan.

## 4. IMPLEMENTASI

Bab ini menguraikan interpretasi hasil analisis PLS-SEM yang telah dilakukan serta implikasinya terhadap penggunaan sistem yang diteliti. Pembahasan difokuskan pada pemaknaan hubungan antarvariabel dalam model penelitian dan relevansinya sebagai dasar pertimbangan pengambilan keputusan. Dengan pendekatan ini, hasil penelitian tidak hanya disajikan secara statistik, tetapi juga dianalisis dari sisi konseptual dan praktis.

Berdasarkan hasil pengujian model pengukuran, seluruh konstruk yang digunakan dalam penelitian menunjukkan tingkat reabilitas dan ketepatan yang kompeten. Setiap indikator terbukti mampu merepresentasikan variabel laten yang diukur, sehingga model yang dibangun dapat digunakan untuk melakukan pengujian hubungan struktural secara lebih akurat. Kondisi ini menegaskan bahwa kualitas data yang digunakan telah memenuhi persyaratan untuk dianalisis lebih lanjut dalam konteks PLS-SEM.

Evaluasi terhadap model struktural menunjukkan bahwa model penelitian memiliki daya jelaskan yang kuat terhadap variabel Usage Intention. Nilai koefisien determinasi yang diperoleh mencerminkan bahwa kombinasi variabel independen yang digunakan mampu menjelaskan proporsi variasi niat penggunaan secara signifikan. Dengan demikian, model ini dapat dijadikan kerangka analisis yang relevan dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi niat pengguna terhadap sistem yang diteliti.

Hasil pengujian hipotesis mengungkapkan bahwa Service Quality dan Technology Innovation memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Usage Intention. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi pengguna terhadap kualitas layanan, seperti stabilitas sistem, kecepatan respons, dan keandalan fitur, berperan penting dalam membentuk niat penggunaan. Selain itu, aspek inovasi teknologi, yang tercermin dari pembaruan fitur dan pengembangan sistem, menjadi faktor yang mendorong ketertarikan pengguna untuk terus memanfaatkan layanan yang tersedia.

Sebaliknya, variabel Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Trust tidak menunjukkan implikasi yang signifikan terhadap Usage Intention dalam konteks penelitian ini. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa bagi pengguna, khususnya Generasi Z, kemudahan penggunaan dan manfaat sistem telah dianggap sebagai karakteristik dasar yang melekat pada layanan digital. Demikian pula, tingkat kepercayaan pengguna cenderung telah terbentuk sejak awal penggunaan, sehingga variasinya tidak cukup kuat untuk memengaruhi niat penggunaan secara signifikan.

Dari sudut pandang praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi pengelola sistem atau organisasi terkait untuk memprioritaskan strategi pengembangan pada peningkatan kualitas layanan dan inovasi teknologi. Langkah-langkah seperti optimalisasi performa sistem, pengembangan fitur baru, serta pembaruan layanan secara berkelanjutan dapat menjadi pendekatan yang efektif dalam meningkatkan dan mempertahankan niat penggunaan. Dengan mengacu pada temuan penelitian ini, diharapkan sistem yang dikembangkan mampu menyesuaikan diri secara lebih baik dengan kebutuhan dan ekspektasi pengguna.

## 5. KESIMPULAN

Studi ini bertujuan untuk menganalisis berbagai determinan yang memengaruhi kecenderungan Generasi Z dalam menggunakan layanan mobile banking dengan menggunakan pendekatan Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil evaluasi model mengindikasikan bahwa kualitas layanan serta inovasi teknologi berperan signifikan dalam mendorong peningkatan minat Generasi Z terhadap penggunaan mobile banking. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas pengalaman layanan serta pembaruan teknologi menjadi aspek utama yang diperhatikan oleh Generasi Z dalam menggunakan layanan perbankan digital.

Di sisi lain, variabel kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa bagi Generasi Z, aspek-aspek tersebut telah dianggap sebagai karakteristik dasar yang secara inheren melekat pada aplikasi perbankan digital, sehingga keberadaannya tidak lagi menjadi faktor pembeda dalam membentuk niat penggunaan.

Secara keseluruhan, model penelitian yang dikembangkan mampu menjelaskan variasi minat penggunaan mobile banking dengan tingkat penjelasan yang kuat, sebagaimana tercermin dari nilai koefisien determinasi yang diperoleh. Hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi industri perbankan untuk memprioritaskan pengembangan kualitas layanan serta inovasi teknologi sebagai strategi utama dalam meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan penggunaan mobile banking di kalangan Generasi Z.

## REFERENCES

- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage Publications.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>



- Shaikh, A. A., & Karjaluo, H. (2015). Mobile banking adoption: A literature review. *Telematics and Informatics*, 32(1), 129–142. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2014.05.003>
- 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>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Algharabat, R. (2018). Examining factors influencing Jordanian customers' intentions and adoption of internet banking. *International Journal of Bank Marketing*, 36(3), 462–490. <https://doi.org/10.1108/IJBM-12-2016-0192>
- Sujadi, R., Hidayat, R., & Nugraha, A. (2023). Pengaruh kualitas layanan digital terhadap kepuasan nasabah perbankan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 24(2), 145–156.
- Khair, M., Pratama, R. A., & Putri, D. A. (2025). Faktor-faktor yang memengaruhi adopsi mobile banking di Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi*, 9(1), 22–33.
- Saskara, I. A. N., Yasa, N. N. K., & Suryani, A. (2025). Digital financial services adoption among Generation Z. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 12(1), 101–112.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend. *Computers in Human Behavior*, 61, 404–414.
- Zhou, T. (2011). Examining mobile banking user adoption from the perspectives of trust and flow experience. *Information Systems Journal*, 21(1), 27–47.
- Thakur, R. (2014). What keeps mobile banking customers loyal? *International Journal of Bank Marketing*, 32(7), 628–646.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Pew Research Center. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center.