PENGARUH MANFAAT, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAA TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN *MOBILE BANKING* BCA PADA KALANGAN GENERASI Z DITANGERANG RAYA

Nevary Rahmadina[1], Guyub Nuryanto[2]

[1,2]*Universitas Gunadarma*
E-mail : nevaryr@gmail.com

ABSTRACT

The development of digital technology encourages the use of mobile banking services as a practical and easy means of banking transactions. Generation Z's interest in using mobile banking can be influenced by benefits, trust, and ease of use. This study aims to determine the influence of Benefits, Trust, and Ease of Use on Customer Interest in Using BCA Mobile Banking services among Generation Z in Greater Tangerang. This study used a quantitative method with primary data obtained through questionnaires distributed to 130 respondents. The sampling technique used non-probability sampling with accidental sampling. Respondents were Generation Z aged 18–29, residing in Greater Tangerang, and had used BCA Mobile Banking services at least once. Data analysis was conducted using SPSS 27. The results showed that Benefits, Trust, and Ease of Use simultaneously significantly influenced Customer Intention to Use BCA Mobile Banking services. Partially, Benefits, Trust, and Ease of Use each significantly influenced Customer Intention to Use BCA Mobile Banking services among Generation Z in Greater Tangerang.

Keywords : *Benefits, Trust, Ease of Use, Intention to Use, Mobile Banking, Generation Z*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong penggunaan layanan *mobile banking* sebagai sarana transaksi perbankan yang praktis dan mudah. Minat Generasi Z dalam menggunakan *mobile banking* dapat dipengaruhi oleh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan layanan *Mobile Banking* BCA pada Generasi Z di Tangerang Raya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 130 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Responden merupakan Generasi Z berusia 18–29 tahun, berdomisili di Tangerang Raya, dan pernah menggunakan layanan *Mobile Banking* BCA minimal satu kali. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah Menggunakan layanan *Mobile Banking* BCA. Secara parsial, Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan masing-masing berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah Menggunakan layanan *Mobile Banking* BCA pada Generasi Z di Tangerang Raya.

Kata Kunci : *Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Minat Menggunakan, Mobile Banking, Generasi Z*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong masyarakat untuk bertindak lebih efektif dan efisien dalam berbagai aspek kehidupan. Transformasi digital dalam kurun waktu terakhir telah menghasilkan perubahan yang mendasar pada berbagai sektor, termasuk ekonomi dan layanan perbankan. *Financial Technology (Fintech)* adalah salah satu perkembangan teknologi yang menjadi subjek penelitian terbaru di Indonesia. Menurut *National Digital Research Centre* (NDRC), istilah f*intech* digunakan untuk menggambarkan inovasi dalam bidang jasa keuangan. *Fintech* merupakan inovasi layanan keuangan berbasis teknologi yang menghadirkan transformasi signifikan, mulai dari aplikasi pembayaran hingga pemanfaatan *artificial intelligence* dan *big data* dalam sistem keuangan modern.

Mobile Banking adalah tindakan melakukan transaksi keuangan secara *online* dengan bantuan perangkat telekomunikasi *mobile* seperti ponsel atau tablet. Melalui ponsel, pengguna perbankan dapat mengakses layanan keuangan dan nonkeuangan seperti manajemen rekening, informasi saldo, pemindahan, pembayaran tagihan, perubahan PIN, dan permintaan buku cek (Shaikh & Karjaluoto, 2015). Berdasarkan data Klasifikasi Generasi dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024, pembagian kelompok generasi berdasarkan tahun kelahirannya terbagi menjadi empat kategori utama, yaitu *Baby Boomer* bagi individu yang lahir pada tahun 1946–1964, Generasi X untuk rentang kelahiran 1965–1980, Milenial yang lahir pada kurun waktu 1981–1996, serta Generasi Z untuk kelompok kelahiran tahun 1997–2012. Generasi Z merupakan salah satu kelompok masyarakat yang paling terdampak oleh perkembangan teknologi, terutama dalam bidang perbankan. Kelompok ini mencakup individu yang lahir dalam rentan tahun 1997 hingga 2012. Berikut merupakan klasifikasi generasi berdasarkan tahun kelahiran.

Selain karakteristik demografis yang membedakan setiap generasi, pola perilaku keuangan juga turut dipengaruhi oleh latar belakang teknologi yang dialami masing-masing kelompok. Perbedaan latar belakang inilah yang membentuk pola pikir, nilai, serta cara setiap generasi dalam merespon tantangan dan peluang yang ada. Dengan demikian, pemahaman mendalam terhadap karakteristik dan perilaku Generasi Z menjadi sangat krusial bagi bank digital dalam merancang strategi layanan yang kompetitif dan berkelanjutan.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Generasi Z di Indonesia mencapai 74,93 juta jiwa (27,94% populasi). Milenial menjadi penduduk dominan kedua mencapai 69,38 juta jiwa (25,87% populasi). Generasi X sekitar 58,65 juta jiwa, dan *Baby Boomer* sekitar 31,01 juta jiwa. Selanjutnya *Post* Generasi Z dan *Pre-Boomer*, masing-masing dengan jumlah sekitar 29,17 juta jiwa dan 5,03 juta jiwa. Fakta ini menunjukkan bahwa Generasi Z menjadi kelompok terbesar dibanding generasi lain (Rainer, 2023).

Pertumbuhan transaksi perbankan digital di Indonesia mencatat angka yang signifikan dari tahun ke tahun. Pada kuartal III 2023, Bank Indonesia mencatat bahwa nilai transaksi melalui ATM, kartu debet, dan kartu kredit turun sebesar 4,94% secara tahunan, sementara transaksi *digital banking* tumbuh sebesar 12,83% secara tahunan. Kondisi ini diperkuat data Bank Indonesia pada triwulan II 2023, dimana nilai transaksi *digital banking* tercatat Rp.13.827 triliun atau tumbuh sebesar 11,6% secara tahunan (Bank Indonesia, 2023). Ini menegaskan bahwa masyarakat Indonesia khususnya generasi muda semakin mengalihkan preferensi transaksi keuangan mereka ke *platform digital*.

PT Bank Central Asia Tbk (BCA) adalah salah satu bank swasta terbesar di Indonesia yang fokus pada bisnis perbankan transaksi serta menyediakan fasilitas kredit dan solusi keuangan

korporasi, konsumen, UKM, dan komersial. BCA *mobile* tidak hanya menyediakan layanan dasar seperti transfer dana, pembayaran tagihan, dan pembelian produk digital, tetapi juga dilengkapi dengan berbagai fitur pendukung seperti QRIS, pengelolaan rekening, hingga integrasi dengan layanan finansial lainnya. Hal ini semakin menegskan bahwa keberhasilan suatu layanan *Mobile Banking* tidak hanya ditentukan oleh keberadaan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan dalam memenuhi kebutuhan pengguna dari aspek manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan.

Hasil survei yang dilakukan Populix, layanan *Mobile Banking* yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia adalah BCA *mobile* sebagai aplikasi *Mobile Banking* yang paling populer di Indonesia per Mei 2024 dengan memperoleh 40% selisih yang signifikan si atas pesaing terdekatnya. Sementara BRImo berada di posisi kedua dengan memperoleh 27%, dan posisi ketiga dipegang oleh Livin by Mandiri dengan total 15%, Octo *mobile* dengan 2%, dan BTN *mobile* dengan 1% (Populix, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa BCA *mobile* memiliki daya tarik yang kuat dibanding dengan kompetitornya, dari segi fitur, kemudahaan penggunaan, manfaat, keamanan, maupun kepercayaan nasabah terhadap layanan perbankan digital yang disediakan oleh BCA.

Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu keinginan. Minat dapat diartikan suatu keinginan yang timbul dari suatu perhatian seseorang terhadap barang atau dapat juga dikatakan sebagai dorongan melakukan kegiatan tertentu. Semakin tinggi minat nasabah terhadap layanan *mobile banking*, maka semakin besar keinginan nasabah untuk menggunakan layanan tersebut.

Manfaat menurut Ahmad & Pambudi (2014) ialah sepanjang mana seseorang berkeyakinan bahwa memakai sesuatu teknologi akan mengembangkan performa pekerjaannya. Persepsi manfaat yang akan dirasakan nasabah menjadi salah satu faktor yang memengaruhi dalam melakukan transaksi keuangan menggunakan layanan *mobile banking*.

Menurut McKnight (2015) kepercayaan pelanggan diartikan sebagai keyakinan positif dari konsumen yang didasarkan pada kemampuan produsen dalam memberikan produk yang mampu memenuhi harapan pelanggan. Kepercayaan merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking.*

Kemudahan penggunaan menurut Sati dan Ramaditya (2020) merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Berbagai kemudahan dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* akan memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* tersebut.

Berdasarkan uraian fenomena latar belakang permasalahan diatas penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bca Pada Kalangan Generasi Z Di Tangerang Raya"**

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 130 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Responden merupakan Generasi Z berusia 18–29 tahun, berdomisili di Tangerang Raya, dan pernah menggunakan layanan *Mobile Banking* BCA minimal satu kali. pengumpulan data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner

dengan menggunakan survei berbasis daring yaitu *Google Form*. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS 27 meliputi Uji Instrumen data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, serta pengujian hipotesis berupa uji koefisien determinasi , uji simultan (Uji F), dan uji parsial (Uji t) pada tingkat signifikansi 5%.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Data

Uji instrument data bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai kualitas instrumen yang valid dan reliabel. Uji instrumen pada penelitian ini, antara lain:

Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidak pernyataan yang ada pada kuesioner. Uji Validitas ditentukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel pada tingkat signifikan 5% atau 0,05 dengan uji 2 arah dan responden sebanyak 30 orang.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Correct Item – Total Core	R Tabel	Keterangan
Manfaat (X1)	X1.1	0,752	0,361	Valid
	X1.2	0,754	0,361	Valid
	X1.3	0,718	0,361	Valid
	X1.4	0,721	0,361	Valid
Kepercayaan (X2)	X2.1	0,614	0,361	Valid
	X2.2	0,882	0,361	Valid
	X2.3	0,838	0,361	Valid
	X2.4	0,694	0,361	Valid
Kemudahan (X3)	X3.1	0,757	0,361	Valid
	X3.2	0,842	0,361	Valid
	X3.3	0,683	0,361	Valid
	X3.4	0,847	0,361	Valid
Minat (Y)	Y.1	0,878	0,361	Valid
	Y.2	0,794	0,361	Valid
	Y.3	0,850	0,361	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dinyatakan valid karena masing-masing nilai r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0,361.

3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner untuk melihat reliabel atau tidak instrument pernyataan pada kuesioner tersebut. Reliabilitas pada penelitan ini menggunakan Uji Cronbach alpha yaitu metode yang digunakan untuk menguji kelayakan terhadap konsistensi seluruh skala yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach alpha	Nilai Reliabel	N of Items	Keterangan
Manfaat (X1)	0,717	0,6	4	Reliabel

Kepercayaan (X2)	0,754	0,6	4	Reliabel
Kemudahan (X3)	0,780	0,6	4	Reliabel
Minat (Y)	0,787	0,6	3	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa semua instrument pernyataan dinyatakan reliabel karena masing-masing nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari 0,6.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menentukan data yang sudah dikumpulkan apakah berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini uji normalitas menggunakan uji normal P – P Plot of Regression Standarized Residual,

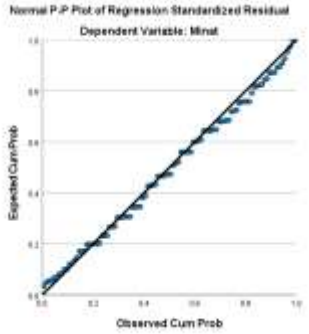
Tabel 3. Hasil Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* (K-S)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.28252753
Most Extreme Differences	Absolute		.058
	Positive		.058
	Negative		-.037
Test Statistic			.058
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.200[d]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[e]	Sig.		.542
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.529
		Upper Bound	.555

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov pada Tabel 3.3, nilai signifikansi (Asymp. Sig) sebesar 0,200, yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan menggunakan Probabilitas Normal grafik p-plot, jika titik data sejajar dengan sumbu diagonal, data terdistribusi normal. Kurva uji normalitas penelitian ini ditunjukkan di bawah ini:



Sumber: Data Diolah

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas P-P

Gambar 1 menunjukkan bahwa penyebaran dari titik-titik di sekitar garis regresi penyebarannya searah dengan mengikuti garis regresi (diagonal) tersebut, sehingga bisa disimpulkan bahwa pada data ini sudah memenuhi asumsi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji Mulitikolinearitas digunakan untuk menguji terjadi atau tidaknya multikolinearitas antar variabel independent. *Variance Inflation Factor* (VIF), dengan asumsi *Tolerance* > 0,10 atau VIF < 10,0 dapat dikatakan tidak terdapat multikolinearitas pada Tabel 3.4 dibawah ini:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.369	.561		.658	.512		
	Manfaat	.280	.079	.376	3.557	.001	.175	5.703
	Kepercayaan	.149	.066	.190	2.277	.025	.282	3.552
	Kemudahan	.285	.095	.378	3.007	.003	.124	8.040

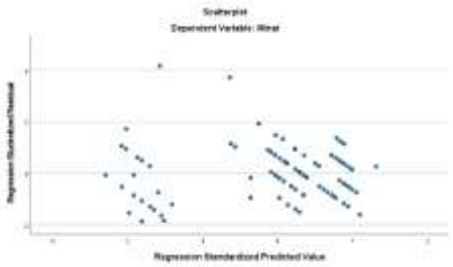
a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi mulitkolinearitas. Hal ini ditunjukkan dari nilai tolerance untuk ketiga variabel bebas lebih besar dari 0,10. Secara bersamaan, nilai VIF untuk ketiga variabel independen kurang dari 10.

Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksaman varians dari residual satu pengamatan dan pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas atau yang baiknya disebut homokedastisitas. Uji Heteroskedastisitas dilihat dengan terbentuk atau tidaknya suatu pola tertentu pada grafik scatterplot.



Sumber : Data diolah

Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan *scatterplot* pada Gambar 3.2 menunjukkan bahwa titik-titik tersebar secara acak baik ke maupun ke atas maupun bawah, tanpa pola atau pengelompokan yang jelas. Hal ini menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas dalam model regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah metode statistik yang digunakan untuk melihat hubungan sebab akibat antara variabel faktor untuk menguji sejauh mana variabel *independent* (X) terhadap variabel *dependent* (Y). Hasil output statistik analisis regresi linier berganda dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.369	.561		.658	.512		
	Manfaat	.280	.079	.376	3.557	.001	.175	5.703
	Kepercayaan	.149	.066	.190	2.277	.025	.282	3.552
	Kemudahan	.285	.095	.378	3.007	.003	.124	8.040

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Pada tabel di atas, bisa diketahui hasil persamaan linear yang didapatkan, yaitu :

$$\mathbf{Y = 0{,}369 + 0{,}280X_1 + 0{,}149X_2 + 0{,}285X_3 + e}$$

Keterangan:

Y = Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BCA
X_1 = Manfaat
X_2 = Kepercayaan
X_3 = Kemudahan Penggunaan
α = Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien Regresi

e = Error

Interpretasi:

1. Nilai konstanta (α) sebesar 0,369 menunjukkan bahwa apabila variabel Manfaat (X_1), Kepercayaan (X_2), dan Kemudahan Penggunaan (X_3) dianggap bernilai nol, maka nilai Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking BCA (Y) sebesar 0,369.
2. Nilai koefisien regresi variabel Manfaat (X_1) sebesar 0,280. Nilai ini menunjukkan adanya hubungan positif antara manfaat dengan minat menggunakan layanan Mobile Banking BCA.
3. Nilai koefisien regresi variabel Kepercayaan (X_2) sebesar 0,149.
4. Nilai koefisien regresi variabel Kemudahan Penggunaan (X_3) sebesar 0,285.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda tersebut, seluruh variabel independen, yaitu Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan, memiliki koefisien regresi bernilai positif.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat menggunakan uji masing-masing koefisien regresi varibel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat.

Tabel 6. Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	.369	.561		.658	.512
	Manfaat	.280	.079	.376	3.557	.001
	Kepercayaan	.149	.066	.190	2.277	.025
	Kemudahan	.285	.095	.378	3.007	.003

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

A. Manfaat terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BCA

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa Manfaat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BCA. Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel Manfaat sebesar 0,001 < 0,05 dan nilai t hitung sebesar 3,557 > t tabel sebesar 1,985 (df = 96), sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BCA pada kalangan Generasi Z di Tangerang Raya.

B. Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BCA

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa Kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BCA. Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel Kepercayaan sebesar 0,025 < 0,05 dan nilai t hitung sebesar 2,277 > t tabel sebesar 1,985, sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Artinya, Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BCA pada kalangan Generasi Z di Tangerang Raya.

C. Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BCA

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BCA. Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel Kemudahan Penggunaan sebesar 0,003 < 0,05 dan nilai t hitung sebesar 3,007 > t tabel sebesar 1,985, sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya, Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BCA pada kalangan Generasi Z di Tangerang Raya.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan koefisien variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat.

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	701.267	3	233.756	137.805	.000[b]
	Residual	162.843	96	1.696		
	Total	864.110	99			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Kemudahan, Kepercayaan, Manfaat

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 3.7, diperoleh nilai F hitung sebesar 137,805, yang lebih besar dari F tabel sebesar 2,70 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_4 diterima, sehingga model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak dan dapat digunakan untuk pengujian hipotesis. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BCA, sehingga ketiga variabel tersebut merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan minat penggunaan *Mobile Banking* BCA pada kalangan Generasi Z di Tangerang Raya.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya. Hasil penelitian dalam pengujian uji R^2 yaitu sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.901[a]	.812	.806	1.30241

a. Predictors: (Constant), Kemudahan , Kepercayaan , Manfaat

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) pada Tabel 3.8, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,806. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Manfaat (X_1), Kepercayaan (X_2), dan Kemudahan Penggunaan (X_3) mampu menjelaskan variabel Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BCA (Y) sebesar 80,6%. Dengan kata lain, minat

Generasi Z di Tangerang Raya dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* BCA dipengaruhi oleh persepsi terhadap manfaat, tingkat kepercayaan, dan kemudahan penggunaan sebesar 80,6%. Sementara itu, sisanya sebesar 19,4% (100% − 80,6%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Manfaat terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BCA

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BCA pada Kalangan Generasi Z di Tangerang Raya. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05 dan nilai t hitung sebesar 3,557 > t tabel sebesar 1,985, sehingga H_1 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan oleh Generasi Z dari penggunaan *Mobile Banking* BCA, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ana Yonavi dkk. (2023) yang menunjukkan bahwa variabel *perceived usefulness* (manfaat) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat atau niat menggunakan layanan *mobile banking*. Temuan tersebut memperkuat bahwa persepsi manfaat merupakan faktor penting dalam meningkatkan minat masyarakat menggunakan layanan perbankan digital.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BCA

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BCA pada Kalangan Generasi Z di Tangerang Raya. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,025 < 0,05 dan nilai t hitung sebesar 2,277 > t tabel sebesar 1,985, sehingga H_2 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap *Mobile Banking* BCA, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Temuan penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Dwi Ratnasari dkk. (2024) yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BCA

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BCA pada Kalangan Generasi Z di Tangerang Raya. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,003 < 0,05 dan nilai t hitung sebesar 3,007 > t tabel sebesar 1,985, sehingga H_3 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin mudah *Mobile Banking* BCA digunakan, maka semakin tinggi pula minat Generasi Z untuk menggunakan layanan tersebut. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Angela Melia Gunawan dan Kartika Gianina Tileng (2025) yang menunjukkan bahwa perceived ease of use (kemudahan penggunaan) berpengaruh positif terhadap intention to use *Mobile Banking* pada bank BUMN.

Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BCA

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BCA pada Kalangan Generasi Z di Tangerang Raya. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji F yang menunjukkan nilai F hitung sebesar 137,805 > F tabel

sebesar 2,70 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga H_4 diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tubagus Firman Wiraatmadja dan Aries Zuswana (2024) yang menunjukkan bahwa manfaat, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Temuan tersebut memperkuat bahwa ketiga variabel tersebut merupakan faktor penting dalam meningkatkan minat masyarakat menggunakan layanan perbankan digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penulisan yang dilakukan dalam penelitian ini mengenai Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan layanan *Mobile Banking* BCA pada kalangan Generasi Z di Tangerang Raya maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Minat Menggunakan layanan *Mobile Banking* BCA pada kalangan Generasi Z di Tangerang Raya.
2. Manfaat berpengaruh secara parsial da signifikan terhadap Minat Menggunakan layanan *Mobile Banking* BCA pada kalangan Generasi Z di Tangerang Raya.
3. Kepercayaan berpengaruh secara parsial da signifikan terhadap Minat Menggunakan layanan *Mobile Banking* BCA pada kalangan Generasi Z di Tangerang Raya.
4. Kemudahan Penggunaan berpengaruh secara parsial da signifikan terhadap Minat Menggunakan layanan *Mobile Banking* BCA pada kalangan Generasi Z di Tangerang Raya.

DAFTAR PUSTAKA

Alimin, E., Eddy, E., Afriani, D., Agusfianto, N. P., Octavia, Y. F., Mulyaningsih, T., ... & Tabun, M. A. (2022). Manajemen Pemasaran: Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern. Seval Literindo Kreasi.

Apriani, R. G., Respati, D. K., & Handarini, D. (2023). The effect of perceived convenience, perceived benefits, and trust on intention to use mobile banking. Journal Of Humanities Social Sciences And Business (Jhssb), 3(1), 94-111.

Basalamah, R., Nurdin, N., Haekal, A., Noval, N., & Jalil, A. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan dan risiko terhadap minat menggunakan financial technology (fintech) gopay pada generasi milenial di kota palu. Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam, 4(1), 57-71.

Dhawami, A., & Rizal, F. (2023). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Muamalat Din pada PT bank Muamalat KCU Kediri. Falahiya Journal of Islamic Banking and Finance, 2(2), 123-134.

Fernos, J., & Alfadino, M. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru Dharmasraya. Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta, 16(2), 115-125.

Finannafi'ah, K., & Witono, B. (2022). Pengaruh Kemudahan, Risiko, Manfaat Dan Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking. Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 10(1), 172-182.

Gunawan, A. M., & Tileng, K. G. (2025). Analisis Kebergunaan, Kemudahan, dan Kepercayaan pada Intention to Use Mobile Banking Bank BUMN. JITSI: Jurnal Ilmiah Teknologi Sistem Informasi, 6(2), 170-176.

Hrp, A. P., & Saraswati, D. (2020). Bank dan lembaga keuangan lainnya. Jakad Media Publishing.

Junaedi, E., & Neneng, N. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Pt. Bank Syariah Indonesia Di Tangerang. Islamic Banking & Economic Law Studies (I-BEST), 2(1), 13-32.

Keegan, K. K., Lukman, H., & Simina, J. (2025). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN E-MONEY: STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS TARUMANAGARA. Jurnal Paradigma Akuntansi, 7(2), 723-734.

Muniarty, P., Hasan, S., Patimah, S., Hadmandho, T. C., Butarbutar, D. J. A., Pratisti, C., ... & Sihombing, C. M. (2022). Manajemen pemasaran. PT. Global Eksekutif Teknologi. Sumatera Barat.

Ningrum, R. (2020). Pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking di bank mega syariah cabang palu (Doctoral dissertation, IAIN Palu).

Nurdin, N., Musyawarah, I., Nurfitriani, N., & Jalil, A. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah, 2(1), 87-104.

Paramita, D. A., & Hidayat, A. (2023). The effect of perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived benefits on interest in using Bank Syariah Indonesia mobile banking. International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478), 12(5), 01-09.

Pratama, A. P., & Binastuti, S. (2023). The Influence Of Trust, Benefit, Convenience, Ease And Risk On Interest In Using Mobile Banking On Bank Mandiri Customers In Padang City. International Journal of Business Management and Economic Review, 6(01), 64-76.

Raharjo, B. (2021). Fintech teknologi finansial perbankan digital. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik, 1-299.

Ramli, Y., Harwani, Y., Soelton, M., Hariani, S., Usman, F., & Rohman, F. (2021). The implication of trust that influences customers' intention to use mobile banking. Journal of Asian Finance, Economics, and Business, 8(1), 353-361.

Ratnasari, D., Supranoto, S., Wahyudi, E., Oktawirani, P., & Kristianto, W. (2025). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bri Kcp Universitas Jember. SRODJA: Sroedji Journal Administration, 2(2), 227-235.

Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh kemudahan penggunaan, kemanfaatan, risiko, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-wallet pada generasi milenial kota Semarang. Journal of Economic Education and Entrepreneurship, 1(2), 66-80.

Sari, P. I., & Usman, O. (2021). The Effect of Easy Perception, Perception of Benefits and Trust on the Interest of Using Mobile Banking. Perception of Benefits and Trust on the Interest of Using Mobile Banking (January 18, 2021).

Sholihah, E., & Nurhapsari, R. (2023). Percepatan implementasi digital payment pada UMKM: Intensi pengguna QRIS berdasarkan Technology Acceptance Model. Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen, 12(1), 1-12.

Wibowo, I. (2020). Pengaruh kepercayaan, keamanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, 8(2), 10-20.

Wiraatmadja, T. F., & Zuswana, A. (2024). Faktor-Faktor Penentu Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Stie Gici Jatiwaringin Dalam Menggunakan Mobile Banking. Economics and Digital Business Review, 5(2), 554-564.

Yonavi, A., Nora, L., & Al Bakri, S. (2023). Intention to use mobile banking service: examining the role of ease of use, perceived usefulness and trust. International Journal of Economics, Business, and Entrepreneurship, 6(1), 27-35