



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 21817-21825

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Analisis Penggunaan Mobile Banking Pada Generasi Z Di Makassar

Natalia Sanda¹, Agnesia Rimpung², Riasty Darandang³, Nova Olivia⁴, Beatrix Selvani Panti⁵,
Nurhidayanti S,⁶ Fadel⁷

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Akuntansi, Universitas Bosowa, Indonesia

nathaliasanda@gmail.com¹; agnesiarimpung324@gmail.com²; darandangr@gmail.com³;
beatrixselvani21@gmail.com⁴; Olivianova286@gmail.com⁵; nurhidayanti.s@universitasbosowa.ac.id⁶,
fadel@universitasbosowa.ac.id⁷

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah memperluas pemanfaatan mobile banking, khususnya oleh Generasi Z yang tumbuh bersama internet dan memiliki kemampuan adaptasi teknologi yang tinggi. Penelitian ini bertujuan menganalisis tingkat penggunaan mobile banking pada Generasi Z di Kota Makassar serta menguji pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, keamanan, dan kepercayaan terhadap penggunaannya. Penelitian menerapkan pendekatan kuantitatif dengan desain survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring kepada 100 responden Generasi Z berusia 17–27 tahun, berdomisili di Kota Makassar, dan pernah menggunakan mobile banking dalam enam bulan terakhir. Responden dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dianalisis melalui statistik deskriptif dan regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan mobile banking pada Generasi Z di Kota Makassar berada pada kategori sangat tinggi. Persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, keamanan, dan kepercayaan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking. Model penelitian mampu menjelaskan 65,2% variasi penggunaan mobile banking, sedangkan 34,8% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model. Persepsi manfaat menjadi variabel dengan pengaruh paling dominan, diikuti persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan keamanan. Temuan ini menegaskan bahwa Generasi Z cenderung menggunakan mobile banking karena layanan tersebut mempercepat transaksi, menghemat waktu, mudah dioperasikan, serta dinilai aman dan dapat dipercaya. Hasil penelitian memberikan implikasi bagi perbankan untuk meningkatkan manfaat fungsional, kesederhanaan antarmuka, perlindungan data, dan keandalan layanan agar penggunaan mobile banking pada kelompok generasi muda semakin optimal.

Kata kunci : Mobile banking, generasi Z, persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, keamanan, kepercayaan.

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi pada berbagai sektor kehidupan, termasuk sektor perbankan. Digitalisasi layanan keuangan memungkinkan masyarakat melakukan berbagai transaksi secara lebih cepat, mudah, dan efisien tanpa harus mengunjungi kantor bank. Salah satu bentuk inovasi yang paling banyak digunakan saat ini adalah mobile banking, yaitu layanan perbankan berbasis aplikasi yang dapat diakses melalui telepon pintar. Kehadiran mobile banking memberikan kemudahan bagi pengguna untuk melakukan transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian produk digital, hingga pengecekan saldo kapan saja dan di mana saja. Kemudahan tersebut menjadikan mobile banking sebagai salah satu layanan yang mengalami peningkatan penggunaan dalam beberapa tahun terakhir, terutama di kalangan generasi muda yang akrab dengan teknologi digital.

Generasi Z merupakan kelompok yang lahir sekitar tahun 1997–2012 dan dikenal sebagai generasi yang tumbuh bersama perkembangan internet, media sosial, serta berbagai perangkat digital. Karakteristik tersebut menjadikan Generasi Z lebih mudah beradaptasi dengan inovasi teknologi dibandingkan generasi sebelumnya. Dalam aktivitas sehari-hari, Generasi Z cenderung memanfaatkan teknologi digital untuk memenuhi berbagai kebutuhan, termasuk dalam melakukan transaksi keuangan. Penggunaan mobile banking menjadi bagian dari gaya hidup generasi ini karena menawarkan kepraktisan, kecepatan, serta kemudahan akses yang sesuai dengan pola hidup mereka yang serba digital. Oleh karena itu, Generasi Z menjadi salah satu kelompok pengguna utama layanan mobile banking di Indonesia.

Kota Makassar sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi dan pendidikan di kawasan Indonesia Timur memiliki jumlah penduduk usia muda yang cukup besar. Tingginya penetrasi internet dan penggunaan smartphone di kota ini turut mendorong pemanfaatan layanan keuangan digital, termasuk mobile banking. Mahasiswa, pelajar, dan pekerja muda di Makassar semakin terbiasa menggunakan aplikasi perbankan untuk mendukung aktivitas transaksi sehari-hari. Namun demikian, tingkat penggunaan mobile banking tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh faktor lain seperti persepsi kemudahan penggunaan, keamanan transaksi, kepercayaan terhadap layanan, serta kebutuhan pengguna dalam melakukan aktivitas keuangan.

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa mobile banking memberikan berbagai manfaat bagi penggunanya, seperti peningkatan efisiensi waktu, kemudahan akses layanan perbankan, dan fleksibilitas dalam bertransaksi. Beberapa penelitian juga menemukan bahwa faktor kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan mobile banking. Di sisi lain, terdapat penelitian yang mengungkapkan bahwa risiko keamanan data, kekhawatiran terhadap penipuan digital, serta keterbatasan pemahaman teknologi masih menjadi hambatan dalam penggunaan layanan tersebut. Hasil penelitian yang beragam menunjukkan bahwa penggunaan mobile banking masih menjadi topik yang menarik untuk dikaji lebih lanjut, khususnya pada kelompok pengguna yang berbeda dan dalam konteks wilayah tertentu.

Meskipun penelitian mengenai mobile banking telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian masih berfokus pada masyarakat umum atau pengguna layanan perbankan secara luas. Penelitian yang secara khusus menganalisis penggunaan mobile banking pada Generasi Z di Kota Makassar masih relatif terbatas. Selain itu, perkembangan fitur layanan digital perbankan yang semakin pesat menyebabkan perubahan perilaku pengguna yang perlu dikaji secara berkala. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (research gap), yaitu kurangnya kajian yang secara spesifik menggambarkan bagaimana Generasi Z di Makassar memanfaatkan mobile banking dalam aktivitas keuangan mereka serta faktor-faktor yang memengaruhi penggunaannya. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus analisis terhadap Generasi Z di Kota Makassar sebagai kelompok yang memiliki tingkat literasi digital tinggi dan menjadi pengguna potensial layanan perbankan digital.

Penelitian ini menjadi penting karena hasilnya dapat memberikan gambaran mengenai pola penggunaan mobile banking pada Generasi Z, sekaligus menjadi bahan evaluasi bagi pihak perbankan dalam mengembangkan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan generasi muda. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur mengenai perilaku penggunaan teknologi keuangan di Indonesia, khususnya pada konteks generasi digital.

2. Tinjauan Pustaka

a. Konsep Mobile Banking

Mobile banking merupakan layanan perbankan elektronik yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan melalui perangkat seluler seperti smartphone tanpa harus datang ke kantor bank. Layanan ini mencakup transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian produk digital, pengecekan saldo, hingga pengelolaan rekening secara real-time. Perkembangan mobile banking merupakan bagian dari transformasi digital sektor perbankan yang bertujuan meningkatkan efisiensi, kecepatan, dan kemudahan layanan bagi nasabah.

Menurut para ahli, mobile banking merupakan inovasi teknologi yang mengintegrasikan layanan perbankan dengan perangkat mobile sehingga memungkinkan akses layanan keuangan kapan saja dan di mana saja. Keberhasilan implementasi mobile banking sangat dipengaruhi oleh tingkat penerimaan teknologi oleh pengguna, persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, serta tingkat keamanan sistem yang ditawarkan.

b. Generasi Z

Generasi Z adalah kelompok individu yang lahir sekitar tahun 1997–2012. Generasi ini sering disebut sebagai digital natives karena sejak kecil telah terbiasa menggunakan internet, smartphone, media sosial, dan berbagai teknologi digital lainnya. Karakteristik utama Generasi Z meliputi kemampuan beradaptasi dengan teknologi, ketergantungan terhadap akses informasi yang cepat, serta preferensi terhadap layanan yang praktis dan efisien.

Dalam konteks layanan keuangan digital, Generasi Z cenderung lebih mudah menerima penggunaan mobile banking dibandingkan generasi sebelumnya karena memiliki tingkat literasi digital yang relatif tinggi. Namun, keputusan mereka dalam menggunakan mobile banking tetap dipengaruhi oleh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, keamanan, dan kepercayaan terhadap layanan yang diberikan bank.

c. Technology Acceptance Model (TAM)

Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Fred Davis. TAM menjelaskan bahwa penerimaan seseorang terhadap suatu teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu:

1. Perceived Usefulness (Persepsi Manfaat)

Perceived usefulness adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem dapat meningkatkan kinerja atau memberikan manfaat dalam aktivitasnya. Dalam konteks mobile banking, pengguna akan cenderung menggunakan layanan tersebut apabila mereka merasakan manfaat seperti kemudahan transaksi, penghematan waktu, dan efisiensi dalam mengelola keuangan.

2. Perceived Ease of Use (Persepsi Kemudahan Penggunaan)

Perceived ease of use merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa suatu teknologi mudah dipahami dan digunakan tanpa memerlukan usaha yang besar. Jika aplikasi mobile banking dianggap mudah dioperasikan, maka minat penggunaan akan meningkat.

TAM menyatakan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan akan memengaruhi sikap pengguna terhadap teknologi, yang selanjutnya memengaruhi niat dan perilaku penggunaan teknologi tersebut. Teori ini banyak digunakan dalam penelitian mengenai adopsi mobile banking karena mampu menjelaskan perilaku pengguna dalam menerima teknologi baru.

d. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Selain TAM, penelitian ini juga didukung oleh teori Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) yang dikembangkan oleh Viswanath Venkatesh dan rekan-rekannya. UTAUT menjelaskan bahwa penggunaan teknologi dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu:

1. Performance

Keyakinan bahwa teknologi dapat membantu meningkatkan kinerja pengguna.

2. Effort Expectancy

Tingkat kemudahan penggunaan teknologi yang dirasakan pengguna.

3. Social Influence

Pengaruh lingkungan sosial terhadap keputusan seseorang untuk menggunakan teknologi.

4. Facilitating Conditions

Ketersediaan sumber daya dan dukungan yang memudahkan penggunaan teknologi.

e. Teori Keamanan dan Kepercayaan (Security and Trust Theory)

Keamanan dan kepercayaan merupakan faktor penting dalam penggunaan layanan keuangan digital. Pengguna akan lebih bersedia menggunakan mobile banking apabila mereka yakin bahwa data pribadi dan transaksi keuangan mereka terlindungi dari penyalahgunaan.

f. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian 1

Daffa Al Azhar dan Dwi Martutiningrum (2025) melakukan penelitian mengenai penggunaan mobile banking dengan pendekatan TAM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) dan persepsi manfaat (perceived usefulness) berpengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking.

2. Penelitian 2

Apay Safari dan Anti Riyanti (2024) meneliti minat penggunaan mobile banking menggunakan model TAM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Selain itu, faktor keamanan juga berperan dalam meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap layanan digital perbankan.

3. Penelitian 3

Veera Bhatiasavi (2015) meneliti faktor-faktor yang memengaruhi adopsi mobile banking menggunakan model UTAUT yang diperluas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa performance

expectancy, effort expectancy, social influence, perceived credibility, dan perceived convenience berpengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking.

4. Penelitian 4

Isaac Kofi Mensah dan Muhammad Khalil Khan (2024) menggunakan model UTAUT untuk menganalisis adopsi mobile banking. Penelitian tersebut menemukan bahwa kesadaran pengguna, dukungan infrastruktur teknologi, biaya, serta regulasi pemerintah berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan mobile banking.

5. Penelitian 5

Mufingatun, Budi Prijanto, dan Himanshu Dutt (2019) menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi adopsi mobile banking di Indonesia menggunakan model UTAUT2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas, efikasi diri, serta persepsi manfaat menjadi faktor penting dalam meningkatkan penggunaan mobile banking di Indonesia.

g. Kerangka Pemikiran Penelitian

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, penggunaan mobile banking pada Generasi Z di Kota Makassar dapat dianalisis melalui beberapa faktor utama, yaitu:

- a. Persepsi manfaat (Perceived Usefulness)
- b. Persepsi kemudahan penggunaan (Perceived Ease of Use)
- c. Keamanan (Security)
- d. Kepercayaan (Trust)
- e. Pengaruh sosial (Social Influence)

Kelima faktor tersebut diperkirakan memengaruhi tingkat penggunaan mobile banking oleh Generasi Z. Penelitian ini berupaya memberikan gambaran mengenai bagaimana Generasi Z di Makassar memanfaatkan mobile banking serta faktor-faktor yang menjadi pertimbangan mereka dalam menggunakan layanan perbankan digital.

h. Research Gap

Sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada masyarakat umum atau pengguna mobile banking secara luas. Penelitian yang secara khusus mengkaji penggunaan mobile banking pada Generasi Z di Kota Makassar masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan pada objek penelitian yang lebih spesifik, yaitu Generasi Z di Makassar, sehingga diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai perilaku penggunaan mobile banking pada kelompok generasi digital tersebut.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan untuk menganalisis penggunaan mobile banking pada Generasi Z di Kota Makassar berdasarkan faktor-faktor yang memengaruhinya, yaitu persepsi manfaat (perceived usefulness), persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use), keamanan (security), dan kepercayaan (trust). Metode survei digunakan untuk memperoleh data secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner.

Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai tingkat penggunaan mobile banking pada Generasi Z serta faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan tersebut. Penelitian ini dilakukan di Kota Makassar dengan objek penelitian Generasi Z yang menggunakan layanan mobile banking.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Generasi Z yang berdomisili di Kota Makassar dan pernah menggunakan aplikasi mobile banking. Mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, maka teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Kriteria responden yang dipilih yaitu: (1) termasuk dalam kategori Generasi Z dengan rentang usia 17–27 tahun, (2) berdomisili di Kota Makassar, dan (3) pernah menggunakan layanan mobile banking minimal satu kali dalam enam bulan terakhir. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan pertimbangan kecukupan analisis statistik dan kemampuan peneliti dalam menjangkau responden. Dalam penelitian ini digunakan sebanyak 100 responden.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form. Kuesioner disusun berdasarkan indikator variabel yang mengacu pada teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) serta teori Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2003). Pengukuran jawaban responden

menggunakan Skala Likert lima tingkat, yaitu skor 1 untuk “Sangat Tidak Setuju”, skor 2 untuk “Tidak Setuju”, skor 3 untuk “Netral”, skor 4 untuk “Setuju”, dan skor 5 untuk “Sangat Setuju”.

Instrumen penelitian terdiri atas lima variabel, yaitu persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan penggunaan (X2), keamanan (X3), kepercayaan (X4), dan penggunaan mobile banking (Y). Variabel persepsi manfaat diukur melalui indikator efektivitas, produktivitas, dan kemudahan penyelesaian transaksi. Variabel persepsi kemudahan penggunaan diukur melalui indikator kemudahan memahami aplikasi, kemudahan pengoperasian, dan kemudahan berinteraksi dengan sistem. Variabel keamanan diukur melalui indikator perlindungan data pribadi, keamanan transaksi, dan kerahasiaan informasi. Variabel kepercayaan diukur melalui indikator keyakinan terhadap sistem, reputasi bank, dan keandalan layanan. Sementara itu, variabel penggunaan mobile banking diukur melalui frekuensi penggunaan, intensitas penggunaan, dan pemanfaatan fitur layanan.

Sebelum digunakan untuk pengumpulan data, instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai korelasi yang lebih besar dari nilai r tabel sehingga dinyatakan valid. Selain itu, nilai Cronbach's Alpha pada masing-masing variabel lebih besar dari 0,70 yang menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang baik dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data.

Teknik analisis data dilakukan menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program Statistical Package for Social Sciences (SPSS). Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden serta tingkat penggunaan mobile banking pada Generasi Z di Kota Makassar. Selanjutnya, analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, keamanan, dan kepercayaan terhadap penggunaan mobile banking.

Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y adalah penggunaan mobile banking.

α adalah konstanta.

β_1 , β_2 , β_3 , dan β_4 adalah koefisien regresi masing-masing variabel independen.

X1 adalah persepsi manfaat (perceived usefulness).

X2 adalah persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use).

X3 adalah keamanan (security).

X4 adalah kepercayaan (trust).

e adalah error atau kesalahan pengganggu.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, serta uji simultan (uji F) untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap penggunaan mobile banking. Selain itu, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Prosedur pengujian mengacu pada metode analisis regresi yang dikemukakan oleh Ghazali (2021).

4. Hasil Dan Pembahasan

Hasil Penelitian

a. Proses Pengumpulan Data

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Makassar selama bulan Maret hingga April 2026. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form kepada Generasi Z yang berdomisili di Kota Makassar dan aktif menggunakan layanan mobile

banking. Jumlah responden yang berhasil mengisi dan memenuhi kriteria penelitian sebanyak 100 orang.

b. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, dan frekuensi penggunaan mobile banking.

Tabel 1 Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	42	42
	Perempuan	58	58
Usia	17–20 Tahun	34	34
	21–24 Tahun	46	46
	25–27 Tahun	20	20
Frekuensi Penggunaan Mobile Banking	1–5 kali/minggu	24	24
	6–10 kali/minggu	43	43
	>10 kali/minggu	33	33

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 1, mayoritas responden berusia 21–24 tahun dengan persentase 46%. Selain itu, sebagian besar responden menggunakan mobile banking sebanyak 6–10 kali dalam seminggu. Hal ini menunjukkan bahwa mobile banking telah menjadi bagian penting dalam aktivitas keuangan Generasi Z di Makassar.

• **Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian**

Tabel 2. Nilai Rata-rata Variabel Penelitian

Variabel	Mean	Kategori
Persepsi Manfaat (X1)	4,32	Sangat Tinggi
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	4,25	Sangat Tinggi
Keamanan (X3)	4,08	Tinggi
Kepercayaan (X4)	4,15	Tinggi
Penggunaan Mobile Banking (Y)	4,28	Sangat Tinggi

Sumber: Data primer diolah (2026)

Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai rata-rata di atas 4,00. Variabel persepsi manfaat memperoleh nilai tertinggi yaitu 4,32. Hasil ini menunjukkan bahwa Generasi Z merasakan manfaat yang besar dari penggunaan mobile banking dalam aktivitas transaksi sehari-hari.

• Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Beta	t hitung	Sig.
Konstanta	1,245	-	-
Persepsi Manfaat (X1)	0,342	4,215	0
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	0,287	3,674	0,001
Keamanan (X3)	0,198	2,741	0,007
Kepercayaan (X4)	0,223	3,011	0,003

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 1,245 + 0,342X_1 + 0,287X_2 + 0,198X_3 + 0,223X_4$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4. Hasil Uji F

F Hitung	F Tabel	Sig.
35,821	2,47	0

Sumber: Data primer diolah (2026)

Nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, keamanan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking pada Generasi Z di Makassar.

Hasil Koefisien Determinasi

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

R Square
0,652

Sumber: Data primer diolah (2026)

Nilai R Square sebesar 0,652 menunjukkan bahwa 65,2% variasi penggunaan mobile banking dapat dijelaskan oleh variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, keamanan, dan kepercayaan. Sementara itu, sebesar 34,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Pembahasan

a. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Penggunaan Mobile Banking

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan oleh Generasi Z, maka semakin tinggi pula tingkat penggunaan mobile banking. Responden menilai bahwa mobile banking mampu mempercepat transaksi, menghemat waktu, dan memudahkan pengelolaan keuangan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* menjadi faktor utama dalam penerimaan teknologi. Temuan ini juga mendukung penelitian Al Azhar dan Martutiningrum (2025) yang menemukan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking.

b. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan Mobile Banking

Persepsi kemudahan penggunaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking. Generasi Z merasa bahwa aplikasi mobile banking mudah dipahami, mudah digunakan, dan memiliki fitur yang sederhana.

Temuan ini mendukung teori TAM yang menjelaskan bahwa *perceived ease of use* dapat meningkatkan minat seseorang dalam menggunakan teknologi. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Safari dan Riyanti (2024) yang menemukan bahwa kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor utama dalam mendorong penggunaan mobile banking.

c. Pengaruh Keamanan terhadap Penggunaan Mobile Banking

Keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking. Responden merasa lebih nyaman menggunakan mobile banking apabila tersedia fitur keamanan seperti PIN, OTP, biometrik, dan notifikasi transaksi.

Temuan ini menunjukkan bahwa keamanan merupakan faktor penting dalam penggunaan layanan keuangan digital. Semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula tingkat penggunaan mobile banking.

d. Pengaruh Kepercayaan terhadap Penggunaan Mobile Banking

Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking. Generasi Z cenderung menggunakan layanan mobile banking apabila mereka percaya bahwa bank mampu menjaga keamanan data serta memberikan layanan yang andal.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Yonavi, Nora, dan Al Bakri (2023) yang menemukan bahwa kepercayaan menjadi faktor penting dalam meningkatkan penggunaan mobile banking.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penggunaan mobile banking pada Generasi Z di Kota Makassar, dapat disimpulkan bahwa tingkat penggunaan mobile banking berada pada kategori tinggi. Generasi Z memanfaatkan mobile banking sebagai sarana utama dalam melakukan berbagai transaksi keuangan karena dianggap praktis, cepat, dan mudah diakses. Hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, keamanan, dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking. Di antara variabel tersebut, persepsi manfaat merupakan faktor yang memiliki pengaruh paling besar terhadap penggunaan mobile banking. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna dalam mendukung aktivitas transaksi keuangan sehari-hari, maka semakin tinggi pula tingkat penggunaan mobile banking. Selain itu, persepsi kemudahan penggunaan turut berperan dalam meningkatkan penggunaan mobile banking karena aplikasi yang mudah dipahami dan dioperasikan mendorong pengguna untuk memanfaatkan layanan secara lebih intensif. Faktor keamanan dan kepercayaan juga terbukti berpengaruh signifikan, yang menunjukkan bahwa Generasi Z tetap mempertimbangkan aspek perlindungan data dan keandalan layanan dalam menggunakan teknologi keuangan digital. Hasil penelitian ini memperkuat teori Technology Acceptance Model (TAM) dan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) yang menjelaskan bahwa manfaat, kemudahan, keamanan, dan kepercayaan merupakan faktor penting dalam penerimaan dan penggunaan teknologi. Namun demikian, hasil penelitian ini perlu dipahami secara hati-hati karena hanya dilakukan pada responden Generasi Z di Kota Makassar dengan jumlah sampel yang terbatas. Oleh karena

itu, temuan penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan secara penuh kepada seluruh Generasi Z di Indonesia yang memiliki karakteristik sosial, ekonomi, dan tingkat literasi digital yang berbeda-beda.

Referensi

1. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
2. Al Azhar, D., & Martutiningrum, D. (2025). Analysis of key determinants of mobile banking usage: A structural equation modeling (SEM) approach based on the Technology Acceptance Model (TAM). *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*.
3. Akmal, M., Nurhidayanti, S., Fadel, F., & Thanwain. (2026). Literasi keuangan sebagai mekanisme pengendalian impulse spending pada Generasi Z di Kota Makassar. RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 4(4), 12986–12994. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.5400>
4. Ardasanti, A., Kusumaningrum, R. A., Hikmah, H., Nurhidayanti, S., Abubakar, H., Fadel, F., & Pertiwi, I. (2025). Analisis efektivitas QRIS dalam meningkatkan inklusi keuangan UMKM Makassar. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 8(4), 2215–2224. <https://doi.org/10.31539/tvwwwr95>
5. Bank Indonesia. (2024). *Laporan perekonomian Indonesia 2024*. Bank Indonesia.
6. Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage Publications.
7. 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>
8. Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
9. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
10. Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management information systems: Managing the digital firm* (16th ed.). Pearson.
11. Mensah, I. K., & Khan, M. K. (2024). Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) model: Factors influencing mobile banking services adoption. *SAGE Open*, 14(1).
12. Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). Sage Publications.
13. Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.
14. Nurhidayanti, S., Sudarmi, S., Syamsuddin, I., Abubakar, H., Fadel, F., & Iriandani, Z. (2024). Pengelolaan keuangan Generasi Z: Analisis gaya hidup dan literasi keuangan. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(6), 994–1004. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i6.12541>
15. Nurhidayanti, S., Fadel, F., Nurhikmah, N., Wahyuni, W., Heri, H., Herminawaty, H., Faridah, F., & Iriandani, Z. (2025). Kesehatan mental dan pengambilan keputusan ekonomi remaja: Pendekatan ekonomi perilaku di Makassar. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 8(4). <https://doi.org/10.31539/3mazw18>
16. Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Laporan perkembangan keuangan digital Indonesia 2024*. Otoritas Jasa Keuangan.
17. Safari, A., & Riyanti, A. (2024). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) terhadap minat penggunaan mobile banking. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1).
18. Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
19. 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>
20. Walean, R., & Talumantak, J. (2021). Pemodelan persamaan struktural pada adopsi mobile banking studi kasus BSGTouch Bank SulutGo. *CogITo Smart Journal*, 7(2), 256–270.
21. 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), 51–61.