

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PERSEPSI KEGUNAAN, KEAMANAN, DAN FITUR TERHADAP MINAT PENGGUNAAN BANK DIGITAL (STUDI PADA GENERASI Z DI SURABAYA PENGGUNA SEABANK)

Kazza Savanah Zubaidi¹⁾, Anik Yuliati²⁾

^{1,2,)} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN Veteran Jawa Timur

¹⁾kazza.savanah29@gmail.com, ²⁾anikyuliati.ak@upnjatim.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received:

May 17, 2025

Revised

June 28, 2025

Accepted:

June 28, 2025

Online available:

June 28, 2025

Keyword:

financial literacy, perceived usefulness, security, features, intention to use

*Correspondence:

Name: Anik Yuliati

E-mail :

anikyuliati.ak@upnjatim.ac.id

Editorial Office

Ambon State Polytechnic

Center for Research and

Community Service

Ir. M. Putuhena Street, Wailela-

Rumah Tiga, Ambon

Maluku, Indonesia

Postal Code: 97234

ABSTRACT

Introduction: This study focuses on evaluating the extent to which financial literacy, perceived usefulness, security, and service features influence individuals' interest in using digital banking services. The growing utilization of digital financial applications among the younger generation highlights the need for a deeper understanding of the factors that shape their preferences, particularly regarding SeaBank, which is emerging as a promising digital payment platform.

Method: A quantitative approach was employed, involving participants from Generation Z residing in Surabaya. A total of 100 respondents were selected using a random sampling technique, with the sample size determined through the Slovin formula at a 10% margin of error. Data were collected through an online questionnaire using a 5-point Likert scale. The data were analyzed using the Structural Equation Modeling method based on Partial Least Squares (SEM-PLS), processed with SmartPLS version 4.0 to assess the relationships among the variables in the research model.

Results: The findings reveal that perceived usefulness and security have a positive and significant impact on the intention to use digital banking. Meanwhile, financial literacy and service features also show a positive influence, although their effects were found to be statistically insignificant.

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang begitu cepat telah membawa transformasi besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi menjadi pendorong utama terjadinya revolusi digital yang kini tidak hanya merambah sektor industri dan pendidikan, tetapi juga mengubah cara individu berinteraksi dalam kegiatan ekonomi sehari-hari. Di era digital ini, efisiensi dan kecepatan menjadi tuntutan utama, mendorong berbagai inovasi teknologi untuk mempermudah aktivitas manusia (Ardianto et al., 2024).

Dampak nyata dari transformasi digital tersebut dapat dilihat pada sistem pembayaran, dimana teknologi telah mengubah cara masyarakat melakukan transaksi. Jika dahulu masyarakat sangat bergantung pada uang tunai dalam bertransaksi, kini tren telah bergeser ke arah non-tunai melalui pemanfaatan teknologi digital (Aulia, 2020). Adanya digitalisasi sistem keuangan memungkinkan masyarakat untuk melakukan pembayaran hanya dengan sentuhan jari melalui perangkat seluler. Perubahan ini juga meningkatkan aksesibilitas layanan keuangan, memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja, tanpa terhalang jarak atau waktu.

Seiring dengan perubahan ini, fenomena perkembangan teknologi keuangan semakin nyata dengan hadirnya berbagai aplikasi pembayaran digital yang menawarkan kenyamanan, keamanan, dan efisiensi dalam bertransaksi. Salah satu yang paling diminati saat ini adalah bank digital, yang semakin populer di kalangan masyarakat modern, khususnya generasi Z yang cenderung cepat beradaptasi dengan perubahan teknologi (Tsakila et al., 2024). Bank digital merupakan bentuk inovasi layanan perbankan yang memungkinkan seluruh aktivitas dilakukan secara online tanpa perlu mengunjungi kantor fisik. Menurut data Bank Indonesia, (2024) yang dituliskan dalam tempo.com, menjelaskan hingga Mei 2024, transaksi perbankan digital mencapai Rp5.570,49 triliun atau meningkat 10,82% secara tahunan.

Sehubungan dengan penggunaan aplikasi pembayaran digital, khususnya layanan bank digital di kalangan Generasi Z, turut didukung oleh temuan dari survei yang telah peneliti lakukan terhadap responden generasi Z di wilayah Surabaya. Dengan hasil survei sebagai berikut:



Gambar 1. Generasi Z di Surabaya Pengguna Bank Digital

Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2025

Dari survei tersebut, dapat dilihat bahwa masih terdapat 40,3% responden, dari total perwakilan 62 responden generasi Z di Surabaya yang belum pernah menggunakan layanan bank digital. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun teknologi keuangan terus berkembang dan menawarkan berbagai kemudahan, tidak semua individu dari generasi ini sepenuhnya beralih ke sistem perbankan digital. Selain itu, dari total 37 responden yang sudah pernah menggunakan bank digital, sebanyak 81,1% di antaranya mengaku pernah mengalami kendala dalam penggunaannya. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun adopsi bank digital cukup populer di kalangan Generasi Z, namun masih terdapat tantangan dalam hal pengalaman pengguna dan kepercayaan terhadap sistem yang ditawarkan (Nur et al., 2024).

Pemilihan Generasi Z di Surabaya sebagai fokus penelitian ini didasarkan pada beberapa pertimbangan. Generasi Z dikenal sebagai kelompok yang lahir dan tumbuh di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital, sehingga mereka dianggap sebagai pengguna potensial dalam mengadopsi layanan keuangan berbasis teknologi, termasuk bank digital (Rahmawati et al., 2023). Selain itu, Surabaya sebagai kota metropolitan kedua terbesar di Indonesia memiliki infrastruktur digital yang cukup memadai serta tingkat penetrasi internet yang tinggi, sehingga menciptakan lingkungan yang relevan untuk mengamati perilaku keuangan digital di kalangan anak muda (Miradji et al., 2025). Oleh karena itu, peneliti memandang bahwa Generasi Z di Surabaya merupakan populasi yang tepat untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan adopsi penggunaan bank digital.

Salah satu bank digital yang berkembang pesat saat ini dan menarik perhatian masyarakat, khususnya generasi Z, adalah SeaBank. Hal tersebut terbukti berdasarkan survei dari Populix, (2024) yakni perusahaan riset dan

penyedia platform survei online yang menghubungkan berbagai pihak dengan responden di Indonesia yang dituliskan dalam tempo.com, menunjukkan bahwa aplikasi SeaBank menjadi layanan digital terbanyak dipilih oleh generasi Z dengan *market share* sebesar 57%, disusul dengan Bank Jago sebesar 36%, dan Blu BCA sebesar 26%.

SeaBank sendiri merupakan aplikasi bank digital yang dulunya dikenal sebagai PT. Bank Kesejahteraan Indonesia (Bank BKE), dan telah beroperasi sejak tahun 1991. Namun, pada tanggal 10 Februari 2021, bank ini resmi berganti nama menjadi PT. Bank SeaBank Indonesia melalui Surat Keputusan Deputi Komisioner Pengawas Perbankan Otoritas Jasa Keuangan dengan nomor KEP-12/PB,1/2021. Ini juga menjadi peluncuran pertama SeaBank sebagai bank digital (Lestari et al., 2023). Salah satu keunggulan yang membedakan SeaBank dari bank digital lainnya adalah kemitraannya dengan Shopee, yakni platform e-commerce terkemuka di Asia Tenggara. Kolaborasi ini memberikan keuntungan tambahan bagi pengguna, terutama generasi Z yang aktif berbelanja online di Shopee (Veraniazzahra & Listiawati, 2023).

Meskipun SeaBank dikenal dengan berbagai keunggulannya, kenyataannya tidak sedikit pengguna yang menyampaikan keluhan terkait pengalaman mereka dalam menggunakan layanan tersebut. Berikut adalah data jumlah pengaduan yang diterima terkait layanan SeaBank selama dua tahun terakhir yang menunjukkan adanya peningkatan signifikan:

Tabel 1. Jumlah Pengaduan Data Bank Digital SeaBank 2022-2023

Tahun	Jumlah Pengaduan	Percentase Kenaikan
2022	40.593	-
2023	49.540	22,04%

Sumber: Laporan Tahunan dan Keberlanjutan SeaBank, 2023

Berdasarkan data pada tabel 1, terlihat bahwa jumlah pengaduan terhadap layanan SeaBank mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun 2022 ke tahun 2023. Pada tahun 2022 tercatat sebanyak 40.593 pengaduan, dan jumlah tersebut meningkat menjadi 49.540 pengaduan pada tahun 2023, atau naik sebesar 22,04%. Lonjakan pengaduan ini mengindikasikan adanya permasalahan yang belum sepenuhnya terselesaikan, baik dari segi teknis aplikasi, kualitas layanan pelanggan, maupun keandalan sistem (Veraniazzahra & Listiawati, 2023). Kondisi ini menjadi perhatian penting bagi SeaBank, terutama di tengah persaingan yang ketat dalam industri bank digital dan meningkatnya ekspektasi pengguna, khususnya Generasi Z, terhadap layanan yang cepat, aman, dan nyaman.

Berkaca pada fenomena tersebut, menjadi penting untuk menelusuri lebih jauh faktor-faktor yang mempengaruhi ketertarikan Generasi Z dalam menggunakan layanan bank digital. Oleh karena itu, penelitian ini dirancang untuk menjawab pertanyaan mengenai sejauh mana literasi keuangan, persepsi terhadap kegunaan, tingkat keamanan, dan fitur layanan mempengaruhi minat penggunaan bank digital, khususnya SeaBank. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi serta menganalisis pengaruh masing-masing variabel terhadap keputusan Generasi Z dalam memilih dan menggunakan SeaBank sebagai platform perbankan digital. Diharapkan, temuan dari studi ini dapat memberikan masukan berharga bagi pihak penyedia layanan maupun pengguna dalam mengembangkan strategi yang tepat guna mendorong penggunaan SeaBank secara maksimal dan berkesinambungan.

Dengan mempertimbangkan hal tersebut, penelitian ini yang berjudul "Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kegunaan, Keamanan, dan Fitur terhadap Minat Penggunaan Bank Digital (Studi pada Generasi Z di Surabaya Pengguna SeaBank)" dimaksudkan untuk menjawab tantangan di era digital yang terus berkembang. Perkembangan teknologi, khususnya dalam sektor layanan keuangan, menuntut adanya pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku pengguna. Transformasi digital saat ini tidak lagi sekadar menjadi tren, melainkan merupakan bagian dari perubahan struktural dalam sistem ekonomi dan kehidupan sosial masyarakat (Bangsawan, 2023). Oleh karena itu, penting untuk mengkaji sejauh mana Generasi Z mampu beradaptasi serta memanfaatkan layanan bank digital secara efektif dan berkelanjutan di tengah pesatnya kemajuan teknologi.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Landasan Teori

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dikembangkan oleh Davis et al., (1989) sebagai pengembangan dari Theory of Reasoned Action (TRA). Model ini menggambarkan dinamika bagaimana seseorang merespons kehadiran teknologi baru, berdasarkan evaluasi perceptual mereka terhadap kebermanfaatan serta tingkat kemudahan dalam mengoperasikan teknologi tersebut. Di dalam konstruksi TAM, dua determinan utama berperan penting, yakni persepsi terhadap kegunaan, yang merujuk pada sejauh mana individu mempercayai bahwa penggunaan teknologi akan memperbaiki kualitas kinerja mereka, dan persepsi terhadap kemudahan penggunaan, yakni sejauh mana teknologi dinilai tidak menyulitkan dalam penggunaannya. Kedua persepsi ini membentuk kerangka afektif pengguna terhadap teknologi, yang selanjutnya bermuara pada terbentuknya intensi untuk menggunakan teknologi tersebut dalam aktivitas nyata.

***Theory of Planned Behavior* (TPB)**

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan teori yang dikembangkan oleh Ajzen, (1991) yang digunakan untuk memahami dan meramalkan perilaku individu melalui niat atau intensi. Niat tersebut terbentuk dari tiga elemen utama: pertama, sikap terhadap perilaku, yaitu pandangan positif atau negatif individu terhadap suatu tindakan; kedua, norma subjektif, yaitu sejauh mana individu merasakan adanya dorongan atau tekanan sosial dalam mengambil tindakan; dan ketiga, persepsi kontrol perilaku, yakni keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya dalam mengendalikan atau melaksanakan tindakan tersebut. Ketiga komponen ini secara kolektif mempengaruhi kemungkinan seseorang dalam merealisasikan suatu perilaku tertentu

Literasi Keuangan

Literasi keuangan menurut Otoritas Jasa Keuangan, (2023) merupakan kapasitas seseorang dalam memahami serta mengaplikasikan berbagai konsep dan keterampilan dalam bidang keuangan, seperti mengatur keuangan pribadi, membuat perencanaan keuangan, dan mengambil keputusan keuangan secara bijak. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengelola keuangannya secara optimal guna mencapai tujuan finansialnya (Palimbong et al., 2023). Selain itu, literasi keuangan juga berperan penting dalam membantu individu untuk memahami potensi risiko maupun keuntungan dari produk keuangan yang tersedia di pasar. Untuk mengukur literasi keuangan dalam kaitannya dengan minat terhadap penggunaan bank digital, digunakan beberapa indikator, yaitu aspek pengetahuan, keterampilan, keyakinan, serta sikap dan perilaku (Otoritas Jasa Keuangan, 2023).

Persepsi Kegunaan

Persepsi kegunaan adalah pandangan seseorang terhadap seberapa besar nilai atau faedah dari suatu teknologi, layanan, atau produk seringkali menentukan apakah mereka akan tertarik untuk mempergunakan (Rahmadhani et al., 2024). Ketika seseorang merasa bahwa sesuatu dapat mempermudah hidup atau meningkatkan efektivitas aktivitasnya, dorongan untuk mencoba dan terus menggunakan hal tersebut pun cenderung meningkat. Persepsi kegunaan juga dapat dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya dengan teknologi serupa, di mana individu cenderung lebih percaya diri dalam mengadopsi sesuatu yang sudah terbukti memberi kemudahan. Adapun indikator pengukuran persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan bank digital yaitu pekerjaan menjadi lebih mudah, meningkatkan kinerja, dan bermanfaat (Davis et al., 1989).

Keamanan

Dalam konteks teknologi dan keuangan, keamanan merujuk pada perlindungan terhadap risiko kehilangan, kerusakan, akses tidak sah, atau penipuan (Fatimah & Syamsiah, 2023). Persepsi keamanan pengguna terhadap suatu sistem atau layanan sangat penting dalam mempengaruhi kepercayaan dan niat mereka untuk menggunakannya. Ketika pengguna merasa bahwa data pribadi dan transaksinya aman, mereka akan lebih

cenderung untuk menggunakan layanan keuangan digital secara berkelanjutan. Sebaliknya, ketidakpercayaan terhadap aspek keamanan dapat menjadi hambatan signifikan dalam adopsi teknologi keuangan. Adapun indikator pengukuran keamanan terhadap minat penggunaan bank digital yaitu tidak khawatir memberikan informasi, percaya bahwa informasi dilindungi, dan percaya transaksi terjamin keamanannya (Rahmawati & Yuliana, 2020).

Fitur

Fitur adalah karakteristik atau fungsi spesifik yang ditawarkan oleh suatu produk, layanan, atau sistem. Keberagaman dan kualitas fitur dapat mempengaruhi daya tarik, kegunaan, dan nilai yang dirasakan oleh pengguna (Veraniazzahra & Listiawati, 2023). Fitur yang inovatif dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi suatu layanan dibandingkan dengan kompetitor sejenis. Selain itu, fitur yang dirancang sesuai kebutuhan pengguna akan meningkatkan kepuasan dan minat untuk terus menggunakan layanan tersebut. Adapun indikator pengukuran fitur terhadap minat penggunaan bank digital yaitu kemudahan mengakses fitur, keberagaman layanan transaksi, dan keberagaman fitur (Poon, 2008).

Minat Penggunaan

Minat, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah tingkat ketertarikan individu atau kelompok untuk memanfaatkan suatu produk, layanan, teknologi, atau informasi. Minat ini bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor, mulai dari kebutuhan pribadi, rekomendasi dari orang lain, hingga daya tarik fitur yang ditawarkan. Semakin tinggi minat seseorang, semakin besar kemungkinan mereka untuk mencoba dan akhirnya menggunakan produk atau layanan tersebut secara berkelanjutan (Rahmadhani et al., 2024). Pemahaman mendalam tentang minat penggunaan membantu penyedia layanan keuangan dalam merancang strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih efektif. Minat yang kuat seringkali menjadi langkah awal dalam adopsi teknologi keuangan. Adapun indikator minat penggunaan bank digital yaitu antusias dalam bertransaksi, kemampuan untuk merekomendasikan, dan kemampuan untuk terus mempergunakan (Davis et al., 1989).

Bank Digital

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No.12/POJK.03/2021, bank digital adalah bank yang berbadan hukum Indonesia dan menjalankan sebagian besar kegiatan usahanya melalui saluran elektronik. Artinya, operasional bank ini tidak bergantung pada kehadiran kantor fisik secara luas, melainkan cukup dengan kantor pusat atau beberapa kantor fisik terbatas. Bank digital memanfaatkan teknologi untuk memberikan layanan keuangan secara lebih efisien, cepat, dan mudah diakses oleh nasabah kapan saja dan di mana saja. Kehadiran bank digital menjadi salah satu inovasi penting dalam era transformasi digital di sektor perbankan.

2. Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

H1: Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan Bank Digital SeaBank pada Generasi Z di Surabaya

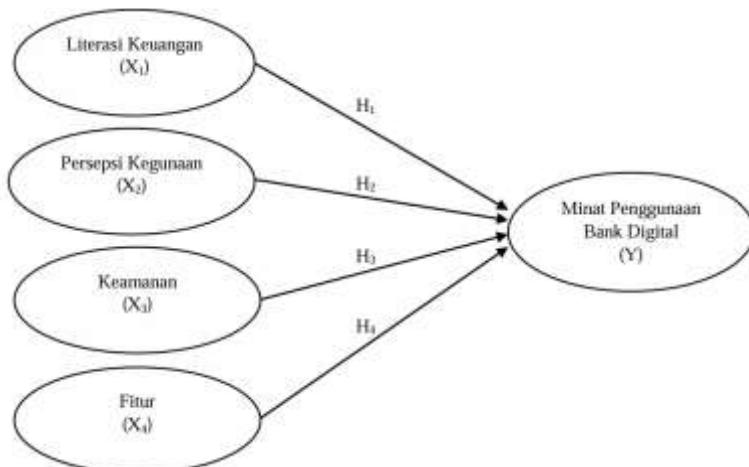
H2: Persepsi Kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan Bank Digital SeaBank pada Generasi Z di Surabaya

H3: Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan Bank Digital SeaBank pada Generasi Z di Surabaya

H4: Fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan Bank Digital SeaBank pada Generasi Z di Surabaya

3. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini disusun berdasarkan hubungan antar variabel yang diteliti. Adapun kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Kerangka Konseptual

Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2025

METODOLOGI

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif guna menjangkau populasi Generasi Z yang menetap di wilayah Surabaya. Berdasarkan data dari BPS Kota Surabaya, (2024) jumlah penduduk berusia 15 hingga 29 tahun yang tergolong dalam Generasi Z tercatat sebanyak 699.039 jiwa. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *probability sampling* menggunakan pendekatan *random sampling*, dan diperoleh 100 responden yang ditentukan melalui rumus Slovin dengan tingkat toleransi kesalahan sebesar 10%. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner digital menggunakan Google Form, dengan instrumen pengukuran berbasis Skala Likert 1 sampai 5 untuk menilai setiap pernyataan dalam kuesioner. Analisis data serta pengujian hipotesis dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Square* (SEM-PLS). Pengolahan data secara menyeluruh dilakukan melalui perangkat lunak SmartPLS versi 4.0 yang digunakan untuk mengkaji hubungan antar variabel dalam model penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan Generasi Z yang berdomisili di Surabaya dengan rentang usia 15–19 tahun. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online menggunakan platform google form pada tanggal 5 hingga 25 Maret 2025. Total responden sebanyak 100 dan dinyatakan valid sehingga layak untuk diolah lebih lanjut. Adapun karakteristik responden berdasarkan kelompok usia, sebanyak 11% responden berada pada rentang usia 15–19 tahun, 83% berada dalam kelompok usia 20–24 tahun, dan 6% berada pada usia 25–29 tahun. Sedangkan karakteristik berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah perempuan, yaitu sebesar 75%, sedangkan sisanya 25% adalah laki-laki.

Uji Outer Model

Uji ini bertujuan untuk memastikan bahwa indikator (item pernyataan) valid dan reliabel dalam mengukur konstruk (variabel laten).

a. Internal Consistency Reliability

Internal consistency reliability menunjukkan sejauh mana semua indikator dalam satu konstruk memberikan hasil yang konsisten. Uji ini dinilai menggunakan *cronbach's alpha* dan *composite reliability*, dengan nilai yang dianggap baik yaitu $> 0,70$ (Hair et al., 2017).

Tabel 2. Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Literasi Keuangan (X1)	0,876	0,880
Persepsi Kegunaan (X2)	0,843	0,858
Keamanan (X3)	0,922	0,926
Fitur (X4)	0,934	0,935
Minat Penggunaan Bank Digital (Y)	0,915	0,916

Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 2 nilai *internal consistency reliability* dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria karena nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* $> 0,70$.

b. *Convergent Validity*

Uji ini menunjukkan sejauh mana indikator-indikator yang mengukur konstruk yang sama memiliki korelasi tinggi, yang dapat dilihat dari nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Nilai *outer loading* $> 0,70$ serta *AVE* $> 0,50$ mengindikasikan *convergent validity* telah valid (Hair et al., 2017).

Tabel 3. Nilai *Outer Loading*

Variabel	Indikator	<i>Outer Loading</i>	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	LK1	0,743	Valid
	LK2	0,741	Valid
	LK3	0,814	Valid
	LK4	0,824	Valid
	LK5	0,769	Valid
	LK6	0,819	Valid
Persepsi Kegunaan (X2)	PK1	0,846	Valid
	PK2	0,840	Valid
	PK3	0,855	Valid
	PK4	0,752	Valid
Keamanan (X3)	K1	0,849	Valid
	K2	0,893	Valid
	K3	0,903	Valid
	K4	0,876	Valid
	K5	0,855	Valid
	K6	0,714	Valid
Fitur (X4)	F1	0,857	Valid
	F2	0,851	Valid
	F3	0,888	Valid
	F4	0,892	Valid
	F5	0,847	Valid
	F6	0,869	Valid
Minat Penggunaan Bank Digital (Y)	MPBD1	0,841	Valid
	MPBD2	0,874	Valid
	MPBD3	0,860	Valid
	MPBD4	0,853	Valid
	MPBD5	0,888	Valid

Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2025

Tabel 4. Nilai *Average Variance Extracted* (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Literasi Keuangan (X1)	0,617
Persepsi Kegunaan (X2)	0,679
Keamanan (X3)	0,724
Fitur (X4)	0,753
Minat Penggunaan Bank Digital (Y)	0,745

Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2025

Berdasarkan gambar 3, tabel 3, dan tabel 4, dapat dilihat bahwa semua indikator variabel penelitian ini valid, karena nilai *outer loading* masing-masing indikator $> 0,70$ dan nilai AVE $> 0,50$.

c. *Discriminant Validity*

Uji ini memastikan bahwa nilai indikator suatu konstruk tidak boleh lebih tinggi terhadap konstruk lain dibandingkan terhadap konstruknya sendiri, yang dapat dilihat dari nilai cross loading-nya. Dengan kata lain, setiap indikator harus lebih kuat mengukur konstruk yang dimaksud dibandingkan konstruk lainnya. Validitas diskriminan juga dapat diuji dengan metode *Fornell-Larcker*, yaitu dengan memastikan bahwa nilai akar AVE suatu konstruk lebih tinggi daripada korelasinya dengan konstruk lain (Hair et al., 2017).

Tabel 5. Nilai *Cross Loading*

Indikator	LK (X1)	PK (X2)	K (X3)	F (X4)	MPBD (Y)
LK1	0,743	0,493	0,405	0,496	0,515
LK2	0,741	0,483	0,385	0,533	0,543
LK3	0,814	0,514	0,439	0,584	0,505
LK4	0,824	0,579	0,566	0,577	0,626
LK5	0,769	0,535	0,406	0,610	0,484
LK6	0,819	0,538	0,385	0,629	0,552
PK1	0,603	0,846	0,475	0,685	0,588
PK2	0,547	0,840	0,564	0,655	0,723
PK3	0,502	0,855	0,450	0,633	0,535
PK4	0,552	0,752	0,458	0,622	0,516
K1	0,427	0,583	0,849	0,496	0,562
K2	0,425	0,534	0,893	0,527	0,567
K3	0,508	0,485	0,903	0,613	0,604
K4	0,468	0,493	0,876	0,564	0,585
K5	0,457	0,518	0,855	0,495	0,634
K6	0,547	0,431	0,714	0,524	0,515
F1	0,568	0,707	0,542	0,857	0,650
F2	0,643	0,668	0,552	0,851	0,642
F3	0,687	0,683	0,487	0,888	0,647
F4	0,657	0,673	0,550	0,892	0,708
F5	0,598	0,662	0,586	0,847	0,646
F6	0,630	0,712	0,567	0,869	0,655
MPBD1	0,542	0,691	0,508	0,662	0,841
MPBD2	0,627	0,572	0,573	0,633	0,874
MPBD3	0,695	0,548	0,610	0,664	0,860
MPBD4	0,513	0,657	0,627	0,578	0,853
MPBD5	0,591	0,677	0,622	0,732	0,888

Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2025

Tabel 6. Nilai *Fornell-Larcker*

Variabel	LK (X1)	PK (X2)	K (X3)	F (X4)	MPBD (Y)
LK (X1)	0,786	0,668	0,553	0,727	0,688
PK (X2)	0,668	0,824	0,597	0,788	0,729
K (X3)	0,553	0,597	0,851	0,631	0,682
F (X4)	0,727	0,788	0,631	0,868	0,759
MPBD (Y)	0,688	0,729	0,682	0,759	0,863

Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 5 dan tabel 6 mengindikasikan bahwa tiap indikator memiliki korelasi tertinggi dibandingkan dengan konstruk lain, yang berarti tidak terjadi tumpang tindih antar konstruk. Selain itu, nilai AVE dari masing-masing variabel lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk, sehingga seluruh indikator telah memenuhi kriteria *discriminant validity*.

Uji Inner Model

Uji ini bertujuan untuk mengevaluasi hubungan antar konstruk laten dalam model struktural, guna memastikan bahwa hipotesis yang diajukan memiliki hubungan yang signifikan dan kuat.

a. *R-Squared (R²)*

Mengukur kemampuan prediktif konstruk variabel independen terhadap konstruk variabel dependen. Nilai R² terdiri atas 0,75 = kuat; 0,50 = sedang; dan 0,25 = lemah (Hair et al., 2017).

Tabel 7. Nilai *R Square*

Variabel	R Square
Minat Penggunaan Bank Digital (Y)	0,686

Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 7, nilai R² sebesar 0,686 yang berarti variabel Minat Penggunaan Bank Digital dapat dijelaskan oleh semua variabel-variabel independennya sebesar 68,6% dan sisanya sebesar 31,4% dijelaskan diluar model penelitian ini.

b. *Effect Size (f²)*

Nilai f² dihitung dengan membandingkan nilai R² ketika suatu variabel dimasukkan ke dalam model, dengan R² ketika variabel tersebut dikeluarkan, guna memahami seberapa penting peran variabel tersebut dalam menjelaskan variasi yang terjadi. Interpretasi nilai f² yakni 0,02 = pengaruh kecil; 0,15 = pengaruh sedang; dan 0,35 = pengaruh besar (Hair et al., 2017).

Tabel 8. *Effect Size (f²)*

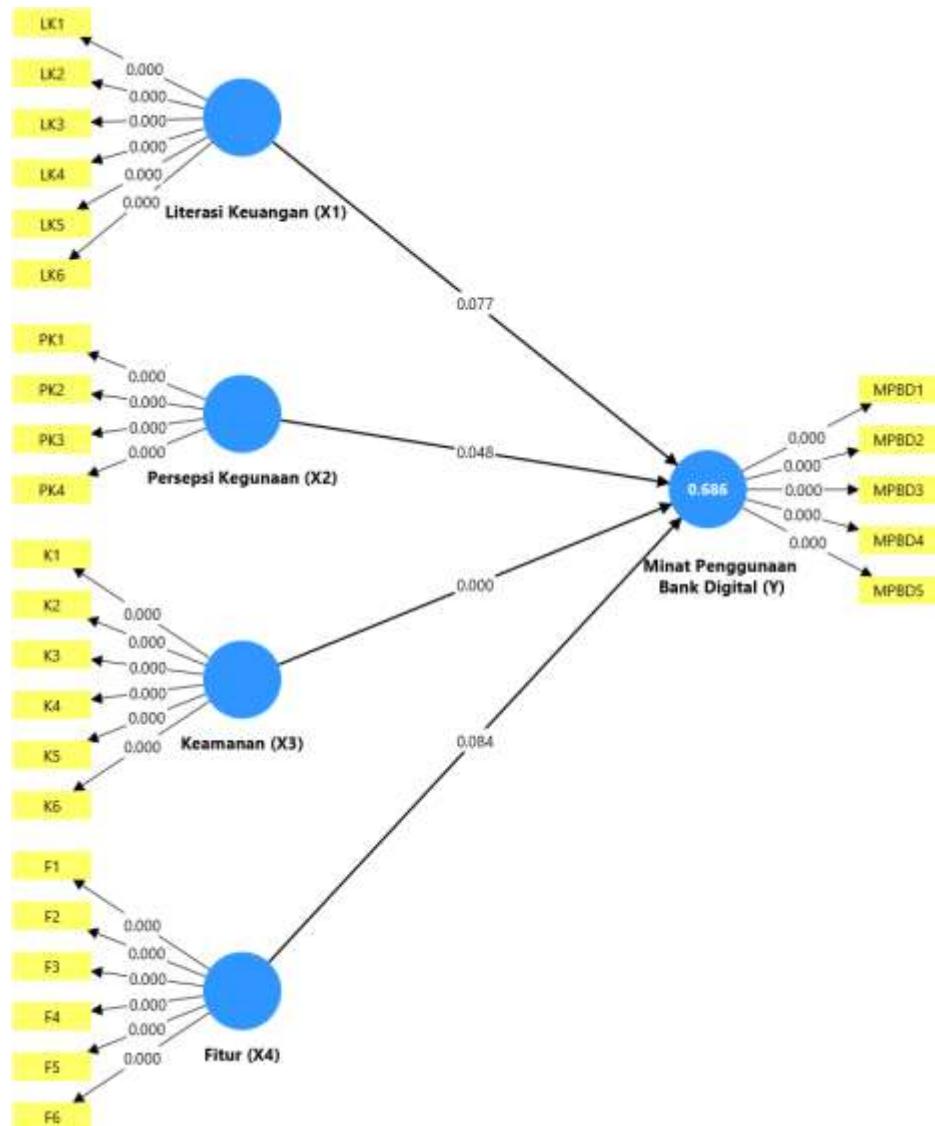
Variabel	Minat Penggunaan Bank Digital (Y)
Literasi Keuangan (X1)	0,051
Persepsi Kegunaan (X2)	0,056
Keamanan (X3)	0,131
Fitur (X4)	0,069

Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 8, keempat variabel menunjukkan bahwa masing-masing memiliki kontribusi yang rendah terhadap minat penggunaan bank digital, dengan nilai literasi keuangan sebesar 0,051; persepsi kegunaan sebesar 0,056; keamanan sebesar 0,131; dan fitur sebesar 0,069.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap dependen melalui analisis *path coefficients* dan teknik *bootstrapping*. Hubungan antar variabel dilihat dari tanda koefisien (positif atau negatif), sedangkan signifikansinya ditentukan dari nilai *p-value* ($< 0,05$) dan *t-statistic* ($> 1,96$). Jika kedua syarat tersebut terpenuhi, maka hubungan antar variabel dianggap signifikan pada tingkat kepercayaan 95% (Hair et al., 2017).



Gambar 3. Hasil Uji *Bootstrapping*

Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2025

Tabel 9. Uji Hipotesis

Variabel	Path Coefficients	t-statistic (O/STDEV)	p-values
LK (X1) -> MPBD (Y)	0,191	1,769	0,077
PK (X2) -> MPBD (Y)	0,225	1,977	0,048
K (X3) -> MPBD (Y)	0,270	3,847	0,000
F (X4) -> MPBD (Y)	0,273	1,729	0,084

Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan analisis *Partial Least Square* (PLS), diketahui bahwa pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan Bank Digital memiliki nilai *path coefficient* sebesar 0,191 dengan nilai *t-statistic* sebesar 1,769 dan *p-value* sebesar 0,077. Hal ini menunjukkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan Bank Digital, namun pengaruh tersebut tidak signifikan, sehingga hipotesis ditolak.

Selanjutnya, variabel Persepsi Kegunaan menunjukkan hasil *path coefficient* sebesar 0,225 dengan *t-statistic* sebesar 1,977 dan *p-value* sebesar 0,048. Hasil ini menunjukkan bahwa Persepsi Kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan Bank Digital, sehingga hipotesis diterima.

Sementara itu, variabel Keamanan memiliki nilai *path coefficient* sebesar 0,270 dengan *t-statistic* sebesar 3,847 dan *p-value* sebesar 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh Keamanan terhadap Minat Penggunaan Bank Digital bersifat positif dan signifikan, sehingga hipotesis diterima.

Terakhir, variabel Fitur menunjukkan nilai *path coefficient* sebesar 0,273 dengan *t-statistic* sebesar 1,729 dan *p-value* sebesar 0,084. Hasil ini menunjukkan bahwa Fitur berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Minat Penggunaan Bank Digital, sehingga hipotesis ditolak.

2. Pembahasan

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Bank Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat penggunaan bank digital di kalangan Generasi Z di Surabaya. Hubungan yang positif tersebut belum cukup kuat secara statistik untuk dikatakan signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun generasi ini memiliki pemahaman finansial yang memadai, hal tersebut belum cukup mendorong mereka untuk secara aktif menggunakan layanan bank digital. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), kondisi ini dapat dijelaskan karena pengetahuan atau literasi saja belum mampu membentuk niat perilaku tanpa adanya dukungan dari norma subjektif atau dorongan sosial serta kontrol terhadap tindakan tersebut. Temuan ini berbeda dengan hasil penelitian Puspadi et al., (2025) yang menemukan pengaruh positif dan signifikan literasi keuangan terhadap penggunaan layanan keuangan digital.

Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Penggunaan Bank Digital

Persepsi Kegunaan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan Bank Digital. Artinya, semakin tinggi keyakinan Generasi Z terhadap manfaat aplikasi bank digital seperti kemudahan transaksi, efisiensi waktu, dan kenyamanan maka semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakanannya. Temuan ini memperkuat relevansi *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis et al., (1989), yang menjelaskan bahwa persepsi terhadap kegunaan teknologi merupakan pendorong utama dalam proses adopsi. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Veraniazzahra & Listiawati, (2023) yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan merupakan determinan penting sehingga berpengaruh positif signifikan dalam penggunaan aplikasi keuangan digital.

Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Bank Digital

Keamanan terbukti memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap ketertarikan Generasi Z di Surabaya dalam menggunakan layanan bank digital. Hal ini mengisyaratkan bahwa semakin besar tingkat keyakinan individu terhadap jaminan proteksi data personal serta integritas sistem transaksi digital, maka kecenderungan mereka untuk berpartisipasi dalam penggunaan platform bank digital turut mengalami peningkatan. Fenomena ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM), yang mengemukakan bahwa persepsi akan keamanan mampu memperkuat persepsi terhadap manfaat teknologi, yang pada gilirannya membentuk intensi perilaku pengguna. Selaras dengan itu, hasil ini turut mengafirmasi temuan Rahmawati & Yuliana, (2020) yang menyatakan bahwa persepsi keamanan memainkan peran penting dalam mempengaruhi rasa percaya pengguna terhadap mekanisme transaksi digital sehingga berpengaruh positif signifikan.

Pengaruh Fitur Terhadap Minat Penggunaan Bank Digital

Variabel Fitur menunjukkan pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Minat Penggunaan Bank Digital. Meskipun fitur-fitur dalam layanan bank digital memiliki arah hubungan yang positif terhadap minat penggunaan, pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik. Hal ini mengindikasikan bahwa kelengkapan atau kemudahan fitur belum menjadi faktor penentu utama bagi Generasi Z di Surabaya dalam memutuskan penggunaan bank digital. Kemungkinan mereka menganggap fitur sebagai elemen dasar yang sudah semestinya ada, bukan sebagai keunggulan kompetitif. Namun demikian, temuan ini tetap sejalan dengan prinsip *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menyatakan bahwa persepsi terhadap kegunaan, yang salah satunya tercermin dari fitur, dapat membentuk sikap dan minat penggunaan. Meskipun tidak signifikan, arah hubungan yang positif menunjukkan adanya potensi pengaruh yang bisa lebih menonjol apabila fitur-fitur yang ditawarkan lebih inovatif dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Temuan ini berbeda dengan penelitian Meiliana & Sari, (2024) yang menemukan bahwa fitur memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan, khususnya pada pengguna yang lebih responsif terhadap inovasi layanan.

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa:

- a. Literasi Keuangan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat penggunaan bank digital SeaBank, sehingga bukan faktor utama bagi Generasi Z di Surabaya dalam menentukan pilihan penggunaan.
- b. Persepsi Kegunaan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan bank digital SeaBank, menandakan bahwa kemudahan dan manfaat nyata dari bank digital tersebut mendorong minat penggunaan bagi Generasi Z di Surabaya.
- c. Keamanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan bank digital SeaBank, menunjukkan bahwa rasa aman menjadi pertimbangan penting bagi Generasi Z di Surabaya dalam menggunakan layanan bank digital.
- d. Fitur Aplikasi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat penggunaan bank digital SeaBank, menunjukkan bahwa variasi fitur belum cukup kuat untuk mendorong minat penggunaan secara keseluruhan bagi Generasi Z di Surabaya.

2. Saran

- a. Generasi Z disarankan untuk lebih aktif meningkatkan literasi keuangan digital agar dapat memanfaatkan layanan bank digital secara bijak dan optimal. Selain itu, pengguna juga perlu bersikap lebih kritis dalam menilai manfaat dan kemudahan bank digital, sehingga penggunaannya didasarkan pada kebutuhan nyata, bukan sekadar mengikuti tren. Penting pula untuk selalu memperhatikan aspek keamanan, seperti menggunakan kata sandi yang kuat dan tidak sembarangan membagikan data pribadi, agar terhindar dari risiko penyalahgunaan.
- b. Penyedia layanan bank digital disarankan untuk terus meningkatkan sistem keamanan dan mengembangkan fitur yang relevan dengan kebutuhan serta preferensi Generasi Z agar dapat meningkatkan kepercayaan dan minat penggunaan layanan.
- c. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain guna memperkaya pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan bank digital, mengingat nilai R^2 sebesar 0,686 menunjukkan masih ada 31,4% yang mampu dijelaskan oleh variabel lain di luar model ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*.
- Ardianto, R., Ramdhani, R. F., Apriliana Dewi, L. O., Prabowo, A., Saputri, Y. W., Lestari, A. S., & Hadi, N. (2024). Transformasi Digital dan Antisipasi Perubahan Ekonomi Global dalam Dunia Perbankan. *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(1), 80–88. <https://doi.org/10.60126/maras.v2i1.114>
- Aulia Rahmawati, & Khaerunnisa Nur Fatimah Syahnur. (2023). Analisis Keputusan Generasi Z Dalam Memilih Bank Digital: Prespektif Teori Diffusion of Innovation. *AkMen JURNAL ILMIAH*, 20(3), 297–306. <https://doi.org/10.37476/akmen.v20i3.4382>
- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompet Digital. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 311. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i2.9829>
- Bangsawan, G. (2023). Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital di Indonesia: Peluang dan Tantangan untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Studi Kebijakan Publik*, 2(1), 27–40. <https://doi.org/10.21787/jskp.2.2023.27-40>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). Technology acceptance model. *J Manag Sci*, 35(8), 982–1003.
- Fatimah, O. M., & Syamsiah. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Trust, Perceived Self- Efficacy, Perceived Ease of Use, Dan Perceived Security Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology. *Jurnal Akuntansi Manajemen Madani*, 9(2), 1–15.
- Hair, J., Hollingsworth, C. L., Randolph, A. B., & Chong, A. Y. L. (2017). An updated and expanded assessment of PLS-SEM in information systems research. *Industrial Management and Data Systems*, 117(3), 442–458. <https://doi.org/10.1108/IMDS-04-2016-0130>
- Lestari, W., Fauji, R., Manajemen Keuangan, P., Ekonomi Dan Bisnis, F., Buana Perjuangan Karawang, U., & Karawang, K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Menggunakan Bank Digital (Seabank) (Studi Pada Masyarakat Karawang Timur). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 12(04), 1140–1154.
- Meiliana, R., & Sari, I. A. (2024). Pengaruh Fitur Layanan, Keamanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Pada Mahasiswa Universitas PGRI Semarang. *Jurnal Spirit Edukasia*, 04(01), 25–29.
- Miradji, M. A., Agung, W., Vercelly, S., & Pratama, R. (2025). " Di Balik Cuan Konten : Eksplorasi Strategi Pengelolaan Keuangan oleh Gen Z di Dunia Digital ", 35–47.
- Nur, A., Utama, B., Fitriani, R., Firdaus, D., Arief, Z., & Vandika, A. Y. (2024). Analisis Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking, 4(1), 2687–2698.
- Poon, W. C. (2008). Users' adoption of e-banking services: The Malaysian perspective. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 23(1), 59–69. <https://doi.org/10.1108/08858620810841498>
- Puspadewi, A., Fadila, C. N., Hanifah, M., & Hasanah, N. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Fitur Teknologi Finansial terhadap Keputusan Penggunaan Bank Digital Seabank.
- Rahmadhani, T., Usman, O., & Aditya, S. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 9(2), 693–710. Retrieved from <http://jurnal.kolibri.org/index.php/neraca3025-1192>
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(2), 157–168. Retrieved from <https://jurnal.stiebankbpdjateng.ac.id/jurnal/index.php/econbank/article/view/215>
- Stefani Marina Palimbong, Elisabet Pali, Astriwati Biringkanae, & Randi Tangdialla. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Digital Payment Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uki Toraja. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 278–297. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v1i3.227>
- Tsakila, N. F., Wirahadi, M. A., Fadilah, A. A., & Simanjuntak, H. (2024). Analisis Dampak Fintech terhadap Kinerja dan Inovasi Perbankan di Era Ekonomi Digital. *Indonesian Journal of Law and Justice*, 1(4), 11. <https://doi.org/10.47134/ijlj.v1i4.2787>
- Veraniazzahra, N., & Listiawati, R. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Credibility, dan Features Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital SeaBank di Jabodetabek. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen*, 3, 1–9.