

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Generasi Z Dalam Penggunaan MyBCA Menggunakan TAM

Wahyu Pratama Andhika M¹, Muhammad Alvian Jaya², Anggoro Adit Haptono³

^{1,2,3}Sistem Informasi, UPN "Veteran" Jawa Timur

23082010015@student.upnjatim.ac.id, 23082010019@student.upnjatim.ac.id,

23082010006@student.upnjatim.ac.id

Article Info

Article history:

Received May 29, 2025

Accepted June 16, 2025

Published July 1, 2025

Kata Kunci:

Perbankan Digital

Technology Acceptance Model

Generasi Z

MyBCA

Niat Adopsi

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi layanan perbankan dari konvensional ke digital. Generasi Z, sebagai generasi yang tumbuh terbiasa menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari menjadi target utama layanan ini. Dikarenakan, adopsi aplikasi mobile banking seperti MyBCA relatif tinggi. Dalam penelitian ini dilakukan analisa penyebab yang memengaruhi adopsi MyBCA oleh Generasi Z di Indonesia menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). Data diperoleh dari responden melalui teknik purposive sampling dan dianalisis menggunakan SEM. Berdasarkan data karakteristik responden, diketahui bahwa mayoritas peserta penelitian merupakan mahasiswa (61%) yang tergolong dalam kategori usia Generasi Z. Sebagian besar dari mereka tercatat menggunakan aplikasi MyBCA secara rutin, yaitu sebanyak 1–2 kali per minggu (64,3%). Variabel Perceived Ease of Use, Perceived Credibility, dan Normative Pressure tidak memengaruhi secara signifikan terhadap Attitude Toward Use. Attitude Toward Use tidak memengaruhi Adoption Intention secara signifikan. Temuan ini memberikan masukan bagi pengembangan strategi peningkatan adopsi mobile banking di kalangan Generasi Z.



Corresponding Author:

Wahyu Pratama Andhika Maheswara,
Program Studi Sistem Informasi,
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur,
Email: 23082010015@student.upnjatim.ac.id

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi di era digital ini berjalan dengan laju yang sangat cepat, sehingga menuntut setiap individu untuk beradaptasi dengan sigap agar tidak tertinggal (Saparudin et al., 2022). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya kemudahan akses internet, telah mendorong transformasi besar dalam sektor perbankan. Layanan yang sebelumnya bersifat konvensional kini berubah menjadi digital, memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan kapan saja dan di mana saja tanpa harus mendatangi lokasi *bank*. Pasca terjadinya pandemi Covid-19, *e-wallet* menjadi titik balik penting yang memiliki pengaruh transaksi bisnis digital. Berkat inovasi teknologi finansial, masyarakat kini dapat

dengan mudah melakukan transaksi online melalui ponsel, menjadikan segala aktivitas ekonomi lebih praktis dan bermanfaat (Afifah Rohmawati et al., 2023). Hal ini tercermin dari data yang dikutip pada CNBC Indonesia menunjukkan bahwa nilai transaksi perbankan digital di Indonesia mengalami pertumbuhan sebesar 40,1% secara tahunan pada November 2024, seiring meningkatnya preferensi masyarakat, khususnya Generasi Z dan Milenial, terhadap layanan berbasis teknologi (Puspadini, 2025). *Internet banking* dan perbankan digital adalah dua hal yang berbeda. *Internet banking* hanyalah salah satu fitur layanan perbankan melalui kanal internet dan SMS, sedangkan perbankan digital adalah model bank yang seluruh operasionalnya sudah terdigitalisasi secara menyeluruh (Fahrur Riza & Hafizi, 2019). Secara umum, teknologi finansial dibahas dalam konteks Layanan Keuangan Digital atau *Digital Financial Services* (DFS), yang telah mengubah sektor keuangan secara mendalam, terutama di negara-negara berkembang. Layanan ini mencakup berbagai platform dan produk inovatif (Arief Rafsanjani et al., n.d.). Salah satu generasi yang aktif dalam penggunaan teknologi adalah gen Z yang tahun kelahirannya diantara tahun 1997-2012, merupakan kelompok *digital native* yang tumbuh bersamaan dengan perkembangan internet dan smartphone (Awaludin & Yolanda, 2018). Mereka terbiasa menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari dan memiliki ekspektasi tinggi terhadap layanan digital, termasuk dalam hal kecepatan, kemudahan, dan keamanan. Berdasarkan studi MarkPlus Insight, sebanyak 84% dari Generasi Z dan Milenial rutin melakukan transaksi digital, dengan fitur-fitur seperti transfer dana, pembayaran QRIS, dan pembelian pulsa menjadi yang paling sering digunakan (Pratama, 2024). Di zaman modern yang didorong oleh kecepatan internet, proses pendanaan serta peminjaman dapat dijalankan secara terpadu melalui sistem digital (Arifin et al., 2023).

Selain efisiensi, faktor keamanan juga menjadi suatu hal krusial dalam memilih layanan bank digital. Dikutip dalam (Moneter.id, 2024) riset yang dilakukan oleh Populix menunjukkan bahwa 31% responden memilih menggunakan bank digital karena alasan keamanan, disusul dengan fleksibilitas akses aplikasi (12%), kelengkapan fitur (12%), serta integrasi layanan keuangan lainnya dan promo menarik (Awaludin & Ridyustia Raveena, 2021). Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan adopsi teknologi digital dalam sektor perbankan sangat bergantung pada sejauh mana layanan tersebut mampu menjawab kebutuhan serta preferensi pengguna, khususnya dari generasi muda. Lavinda (2022) dalam Katadata.co.id mengungkapkan bahwa tren penggunaan teknologi keuangan oleh Generasi Z tercermin dalam hasil survei Katadata Insight Center (KIC) yang menunjukkan bahwa mayoritas Gen Z, sekitar 68%, lebih memilih menggunakan dompet digital (e-wallet), namun pada temuan lain 35,4% yang memiliki dan menggunakan kartu fisik ATM dalam melakukan transaksi. Temuan ini mengindikasikan adanya pergeseran preferensi finansial generasi muda ke arah solusi yang lebih praktis, cepat, dan efisien.

Di Indonesia, penggunaan aplikasi mobile banking sendiri telah mengalami peningkatan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Bank-bank besar seperti BCA, Mandiri, dan BRI bersaing menghadirkan fitur-fitur inovatif untuk menarik perhatian konsumen, terutama dari kalangan Generasi Z (Awaludin, Yasin, & Risyda, 2024). Namun, meskipun teknologi dan fitur semakin canggih, tingkat adopsi mobile banking di kalangan Gen Z belum sepenuhnya optimal. Aplikasi seperti MyBCA harus bersaing dalam memikat minat pengguna muda yang cenderung mengutamakan kenyamanan dan efisiensi. Keputusan seseorang untuk menggunakan teknologi sangat dipengaruhi oleh keyakinannya bahwa teknologi tersebut akan meningkatkan kinerjanya (Sumartini et al., 2024). Peran penting alat pembayaran elektronik di era e-commerce saat ini telah membuatnya menjadi sorotan dan banyak dikaji oleh para peneliti (Rahadi et al., 2021).

Maka riset ini disusun untuk menganalisis lebih lanjut faktor-faktor yang memengaruhi adopsi digital banking oleh Generasi Z. Dengan pendekatan yang relevan dan berbasis data, dengan harapan hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi strategis bagi pelaku industri

perbankan dalam merancang inovasi layanan yang adaptif dan inklusif terhadap perkembangan digital. Dalam memahami adopsi teknologi, pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) menjadi alat analisis yang banyak digunakan. Model ini menitikberatkan pada variabel seperti *Perceived Usefulness* (PU), *Perceived Ease of Use* (PEoU), serta variabel tambahan seperti *Attitude Towards Use*, *Adoption Intention*, *Self-Efficacy*, *Perceived Credibility*, dan *Normative Pressure*. Riset yang dilakukan (Firmansyah et al., 2021) menyoroti bahwa faktor *self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *perceived ease of use*, sementara *perceived credibility* dan *self-efficacy* memengaruhi sikap pengguna terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*. Meski pengguna merasa percaya diri menggunakan aplikasi, minimnya persepsi akan manfaat dan kemudahan penggunaan membuat tingkat adopsi tetap rendah.

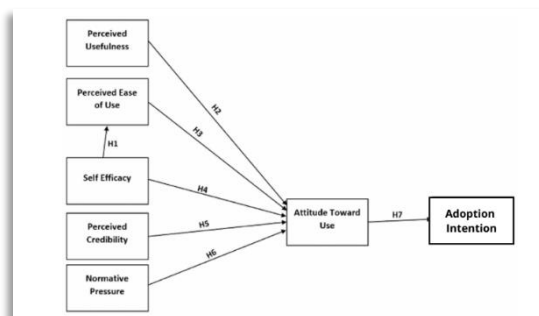
Oleh karena itu, penting bagi Bank BCA untuk memahami secara mendalam faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan aplikasi MyBCA oleh Generasi Z. Ketidakmampuan dalam menarik minat generasi muda dapat membuat BCA tertinggal dalam persaingan digital yang semakin ketat (Awaludin & Amelia, 2022). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor tersebut menggunakan pendekatan TAM, serta memberikan rekomendasi strategis dalam pengembangan produk dan layanan yang lebih relevan dengan kebutuhan digital generasi muda. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi signifikan dalam memahami dinamika penerimaan teknologi *mobile banking* oleh Generasi Z, sekaligus menjadi dasar bagi Bank BCA dalam merumuskan strategi pemasaran dan inovasi layanan yang lebih tepat sasaran.

2. METODE

2.1 Studi Literatur

Penerimaan teknologi digital dalam konteks *mobile banking* semakin menjadi perhatian seiring dengan berkembangnya teknologi dan tuntutan generasi muda terhadap kemudahan serta kepraktisan dalam melakukan aktivitas transaksional. Salah satu model teoritis yang paling berpengaruh dalam menjelaskan perilaku adopsi teknologi adalah **Technology Acceptance Model (TAM)** yang diperkenalkan oleh (Davis, 1989), dengan dua konstruk utama: *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEoU), yang masing-masing mengarah pada sejauh mana seorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem akan meningkatkan kinerja kerjanya, serta sejauh mana sistem tersebut bebas dari upaya yang berat untuk digunakan (Davis, 1989). Selain menjadi konstruk utama, Davis juga menunjukkan bahwa *ease of use* dapat memengaruhi *usefulness* secara tidak langsung, karena semakin mudah suatu teknologi digunakan, maka manfaat yang dirasakan pun akan lebih besar.

Dengan menggunakan kerangka penelitian adopsi teknologi MyBCA sebagai dasar, penelitian ini menambahkan tiga variabel eksternal yaitu *Perceived Credibility*, *Normative Pressure*, dan *Self-Efficacy* untuk mengetahui pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap kerangka yang ada. Dengan menggunakan kerangka penelitian adopsi teknologi MyBCA sebagai dasar, penelitian ini menambahkan tiga variabel eksternal yaitu *Perceived Credibility*, *Normative Pressure*, dan *Self-Efficacy* untuk mengetahui pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap kerangka yang ada.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Kerangka kerja yang ditunjukkan pada Gambar 1 digunakan untuk mengidentifikasi tingkat adopsi MyBCA di Indonesia, khususnya di kalangan generasi muda seperti Generasi Z. Kerangka ini merupakan pengembangan dari model TAM yang diperluas dengan variabel eksternal, yaitu *Self-Efficacy*, *Perceived Credibility*, dan *Normative Pressure*. Perbedaan utama antara kerangka ini dan model sebelumnya yang digunakan dalam konteks adopsi *M-Banking* di Indonesia secara umum, sedangkan dalam penelitian ini meneliti lebih spesifik tentang adopsi pada aplikasi terkhusus penggunaan oleh gen-z.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Firmansyah et al., 2021), ditemukan bahwa variabel *Self-Efficacy* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Perceived Ease of Use*, dan secara tidak langsung memengaruhi *Attitude Toward Use* (Awaludin, 2023). *Self-efficacy* diartikan sebagai tingkat keyakinan individu terhadap kemampuannya menggunakan aplikasi *mobile banking* dengan baik. Semakin tinggi *self-efficacy*, maka semakin besar kemungkinan pengguna merasakan kenyamanan dan tingkat kepercayaan diri meningkat dalam menggunakan teknologi tersebut. Hasil serupa juga dikonfirmasi oleh (Nurahmasari et al., 2023), yang menyatakan bahwa *self-efficacy* berkontribusi positif terhadap intensi penggunaan layanan bank terdigitalisasi oleh Generasi Z di Indonesia. Dalam konteks penggunaan myBCA, tingkat keyakinan pengguna terhadap kemampuannya dalam menjelajahi dan memanfaatkan fitur aplikasi berperan penting dalam membentuk pengalaman digital yang positif serta meningkatkan intensi penggunaan jangka panjang.

Selanjutnya, *Perceived Credibility* didefinisikan sebagai persepsi pengguna terhadap keamanan dan keandalan sistem, termasuk perlindungan data pribadi dan transaksi digital. Penelitian oleh menunjukkan bahwa *perceived credibility* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan (Londa et al., 2022) pengguna *mobile banking*. Kredibilitas yang tinggi meningkatkan rasa percaya dan kenyamanan pengguna dalam menggunakan aplikasi perbankan digital, sehingga berkontribusi terhadap sikap kepercayaan oleh seorang sehingga memiliki keinginan untuk retensi terhadap aplikasi yang dimaksud. Dalam ekosistem perbankan digital, di mana transaksi berlangsung tanpa interaksi langsung, kepercayaan menjadi elemen krusial. Aplikasi seperti myBCA yang mampu menjamin keamanan transaksi dan data nasabah cenderung memperoleh loyalitas lebih tinggi dari penggunanya, terutama di kalangan Gen Z yang sangat kritis terhadap isu keamanan digital.

Normative Pressure, sebagai salah satu faktor sosial, menggambarkan sejauh mana individu merasa terdorong untuk menggunakan teknologi karena adanya tekanan atau pengaruh dari lingkungan sosial seperti teman, keluarga, atau influencer. (Mofokeng et al., 2024) menekankan bahwa *social pressure* (dalam konteks *social contagion*) memegang peran penting dalam membentuk perilaku adopsi teknologi, termasuk dalam penggunaan sistem pembayaran digital. Dalam penelitian ini, tekanan normatif dapat dimaknai sebagai pengaruh yang relevan terhadap *attitude* pengguna terhadap MyBCA, terlebih bagi Generasi Z yang sangat dipengaruhi oleh tren dan lingkungan sosial. Fenomena ini terlihat dari meningkatnya

penggunaan aplikasi mobile banking karena dorongan dari lingkungan pertemanan atau tren media sosial yang menekankan pentingnya efisiensi dan gaya hidup serba digital.

Komponen *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* tetap menjadi fondasi utama dalam TAM. (Nurahmasari et al., 2023) memberi sebuah argumen *perceived usefulness* memengaruhi dengan skala tinggi pada sikap dan keinginan pengguna dalam menggunakan layanan. Generasi Z akan lebih terbuka untuk mengadopsi teknologi jika mereka merasa bahwa aplikasi tersebut memberikan manfaat nyata dan meningkatkan efisiensi dalam aktivitas keuangan sehari-hari. *Perceived ease of use* juga berperan sebagai penentu sejauh mana pengguna merasa bahwa aplikasi tersebut mudah digunakan, sehingga tidak menjadi hambatan dalam pengambilan keputusan. Dalam praktiknya, aplikasi myBCA yang menawarkan antarmuka ramah pengguna, fitur yang intuitif, serta pengalaman digital yang lancar akan lebih mudah diterima oleh pengguna muda yang terbiasa dengan kemudahan dan kecepatan.

Attitude Toward Use dan *Adoption Intention* menjadi *outcome* utama dalam penelitian ini. *Attitude* mencerminkan sikap positif atau negatif pengguna terhadap aplikasi myBCA, sementara *adoption intention* menunjukkan niat pengguna untuk terus menggunakan dan merekomendasikan aplikasi tersebut. Penerimaan teknologi digital dalam konteks *mobile banking* semakin menjadi perhatian seiring dengan berkembangnya teknologi dan tuntutan generasi muda terhadap kemudahan serta kepraktisan dalam melakukan transaksi keuangan. Salah satu model teoritis yang paling berpengaruh dalam menjelaskan perilaku adopsi teknologi adalah *Technology Acceptance Model (TAM)* yang diperkenalkan oleh (Davis, 1989), dengan dua konstruk utama: *Perceived Usefulness (PU)* dan *Perceived Ease of Use (PEoU)*, yang masing-masing merujuk pada sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem akan meningkatkan kinerja kerjanya, serta sejauh mana sistem tersebut bebas dari upaya yang berat untuk digunakan (Davis, 1989). Selain menjadi konstruk utama, Davis juga menunjukkan bahwa *ease of use* dapat memengaruhi *usefulness* secara tidak langsung, karena semakin mudah suatu teknologi digunakan, maka manfaat yang dirasakan pun akan lebih besar.

Hasil studi penelitian (Firmansyah et al., 2021) menunjukkan bahwa *attitude toward use* secara signifikan memengaruhi *adoption intention*, sehingga penting bagi pengembang aplikasi untuk menciptakan pengalaman pengguna yang positif sejak awal. Dalam konteks myBCA, membangun persepsi positif tidak hanya melalui fungsi teknis, tetapi juga dari sisi estetika, inovasi, dan kepercayaan yang dibangun melalui konsistensi layanan dan komunikasi yang kuat dari pihak bank.

Berdasarkan adopsi pemodelan pada MyBCA pada Gen-Z di Indonesia, maka hipotesis yang diajukan adalah

H1: *Self-Efficacy* berpengaruh terhadap *perceived ease of use* pada MyBCA di Indonesia.

H2: *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *attitude towards use* pada MyBCA di Indonesia.

H3: *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *attitude towards use* pada MyBCA di Indonesia.

H4: *Self-Efficacy* berpengaruh terhadap *attitude towards use* pada MyBCA di Indonesia.

H5: *Perceived Credibility* berpengaruh terhadap *attitude towards use* pada MyBCA di Indonesia.

H6: *Normative Pressure* berpengaruh terhadap *attitude towards use* pada MyBCA di Indonesia.

H7: *Attitude Towards Use* berpengaruh terhadap *Adoption Intention* pada MyBCA di Indonesia.

2.2 Pengumpulan Data

Didalam riset yang dilakukan, digunakan untuk perhitungan yakni *Purposive Sampling* (sampling bertujuan), yakni teknik penghitungan sampel secara selektif melakukan pemilihan

responden yang memenuhi kriteria tertentu yang searah dengan tujuan peneliti. Pemilihan dilakukan berdasarkan karakteristik khusus, yakni pengguna aplikasi MyBCA yang termasuk dalam Generasi Z dan telah memiliki pengalaman atau aktif dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* tersebut. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk fokus pada kelompok yang memiliki pengetahuan langsung mengenai aplikasi MyBCA, sehingga dapat memberikan data yang akurat, relevan, dan memengaruhi adopsi teknologi *mobile banking* oleh Generasi Z. (Hidayat, 2025) pada wartaekonomi.co.id mengutip dari pernyataan EVP Transaction Banking Business bank BCA. *Development* BCA total pengguna 7,7 juta total, dengan rincian demografi 3 persen pengguna dari kalangan Gen Z. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi MyBCA dari kelompok Generasi Z di Indonesia, yang berdasarkan data mencapai 231.000 pengguna aktif (3% dari 7,7 juta pengguna). Dalam penentuan jumlah sampel, menggunakan teknik perhitungan Slovin dengan margin kesalahan 5%, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 399 responden. Penggunaan rumus Slovin dipilih karena mampu memberikan pendekatan perhitungan yang sederhana namun efektif untuk mendapatkan sampel yang representatif dari populasi besar, sekaligus menjaga efisiensi dalam proses pengumpulan data dan akurasi hasil penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Karakteristik Demografis Responden

Tabel 1. Karakteristik Demografis.

No.	Pertanyaan	Pilihan	Jumlah	%
1.	Jenis Kelamin	Laki-laki	208	50.2%
		Perempuan	206	49.8%
2.	Pekerjaan	Mahasiswa	252	61%
		Swasta	75	18.2%
		ASN/TNI/POLRI	46	11.1%
		Siswa	30	7.3%
		Ibu rumah tangga	7	1.7%
		Belum bekerja	3	0.7%
3.	Frekuensi penggunaan MyBCA	Jarang (1 kali per bulan)	46	11.1%
		Kadang-kadang (1-2 kali per minggu)	266	64.3%
		Sering	102	24.6%

Berdasarkan Tabel 1, data demografis responden terdiri dari jenis kelamin, pekerjaan, dan frekuensi penggunaan MyBCA. Sampel penelitian ini mencakup 414 responden, yang terbagi hampir seimbang antara jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Dari total 414 responden, sebanyak 208 responden (50,2%) teridentifikasi laki-laki, dan 206 lainnya (49,8%) teridentifikasi perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa gender di antara responden cenderung seimbang.

Dari segi pekerjaan, mayoritas responden adalah mahasiswa, dengan jumlah mencapai 252 orang (61%). Responden yang bekerja di sektor swasta sebanyak 75 orang (18,2%), diikuti oleh 46 orang (11,1%) yang bekerja sebagai ASN/TNI/Polri. Sebanyak 30 orang (7,3%) adalah

siswa, sedangkan sisanya terdiri dari ibu rumah tangga (7 orang atau 1,7%), dan belum bekerja (3 orang atau 0,7%). Dengan demikian, sebagian besar responden berasal dari kalangan mahasiswa, yang mencerminkan populasi yang aktif.

Mengenai frekuensi penggunaan MyBCA, mayoritas responden, yaitu 266 orang (64,3%), menggunakan aplikasi kadang-kadang (1-2 kali per minggu). Sebanyak 102 orang (24,6%) menggunakan MyBCA sering, sedangkan 46 orang (11,1%) menggunakannya jarang (1 kali per bulan). Ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menggunakan aplikasi ini dengan frekuensi yang cukup sering, yakni 1-2 kali per minggu, sementara sebagian kecil responden lebih jarang menggunakannya.

Secara keseluruhan, data ini memberikan gambaran bahwa mayoritas responden adalah mahasiswa, dengan frekuensi penggunaan MyBCA yang relatif tinggi (1-2 kali per minggu), yang menunjukkan bahwa aplikasi ini cukup populer di kalangan mahasiswa.

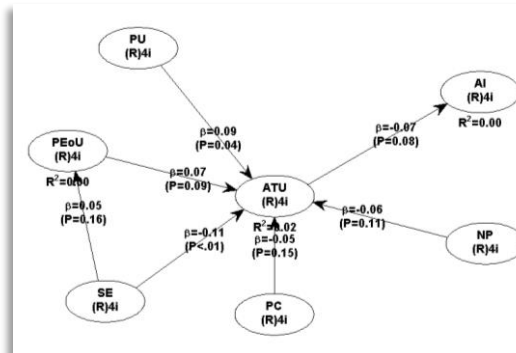
3.2. Structural Equation Modeling (SEM)

Tabel 2. Indeks Kesesuaian Model.

Goodness of Fit Indices	Cut-Off Value	Value	Result
X ² Chi-Square	Expected Small		324
Probability	≥ 0,05		561 Fit Model
CMIN/DF	≤ 2,00		985 Fit Model
RMSEA	≤ 0,08	0.000 (Classical) / 0.055 (Scaled)	Fit Model
GFI	≥ 0,90		974 Fit Model
AGFI	≥ 0,90		965 Fit Model
CFI	≥ 0,95		1.000 Fit Model

Untuk memvalidasi model dan menguji hipotesis yang diajukan, pendekatan Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) digunakan dengan bantuan perangkat lunak statistik Jamovi. Jamovi menyediakan berbagai indeks kesesuaian model yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana model teoritis yang diajukan sesuai dengan data yang diamati.

Berdasarkan hasil analisis SEM menggunakan Jamovi, yang ditunjukkan oleh nilai-nilai indeks kesesuaian model seperti Chi-Square, probabilitasnya, CMIN/DF, RMSEA, GFI, AGFI, dan CFI, dapat disimpulkan bahwa model yang dihasilkan dalam penelitian ini memiliki kecocokan yang baik dengan data. Nilai-nilai indeks tersebut secara keseluruhan memenuhi atau melampaui kriteria yang direkomendasikan, mengindikasikan bahwa model teoritis secara efektif merepresentasikan hubungan antar variabel dalam data yang dianalisis.



Gambar 2. Model persamaan struktural (SEM).

Berdasarkan Gambar 2 dan hasil pengujian jalur model persamaan struktural, dapat diamati bahwa *attitude toward use* (ATU) tidak dipengaruhi secara signifikan oleh *perceived credibility* (PC) maupun *normative pressure* (NP). Sebaliknya, *perceived usefulness* terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *attitude toward use* (ATU), sementara *self efficacy* (SE) juga berpengaruh signifikan terhadap *attitude toward use* (ATU) namun dengan arah yang negatif. *Perceived ease of use* (PEoU) menunjukkan kecenderungan untuk mempengaruhi *attitude toward use* (ATU) meskipun secara statistik tidak signifikan pada tingkat 0.05. Lebih lanjut, *self efficacy* (SE) mempengaruhi *perceived ease of use* (PEoU) meskipun pengaruh ini juga tidak signifikan secara statistik. Terakhir, *attitude toward use* (ATU) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap niat adopsi/*adoption intention* pengguna aplikasi MyBCA. Secara keseluruhan, model ini menggambarkan pola hubungan yang kompleks dengan beberapa pengaruh yang signifikan dan beberapa yang tidak.

3.3. Outer Model

Dalam analisis Structural Equation Modeling (SEM), outer model tergambar keterkaitan indikator (variabel observasi) dengan konstruk laten (variabel yang tidak teramati). Tujuan utama dari pengujian outer model adalah untuk memeriksa kualitas pengukuran dan validitas indikator yang digunakan untuk mewakili konstruk laten. Dalam penelitian ini, berbagai teknik validasi diterapkan untuk memastikan bahwa model pengukuran yang digunakan dapat secara akurat merefleksikan variabel laten yang dituju. Dua konsep utama yang diuji dalam outer model adalah validitas konvergen dan validitas diskriminan.

3.3.1. Validitas Konvergen

Didalam perhitungan validitas konvergen yang mengukur sejauh mana indikator-indikator yang digunakan untuk konstruk laten berhubungan erat satu sama lain, sehingga mengonfirmasi bahwa indikator tersebut benar-benar mengukur konstruk yang dimaksud. Salah satu cara untuk mengevaluasi validitas konvergen adalah dengan melihat nilai outer loadings, yang menggambarkan kekuatan hubungan antara setiap indikator dan konstruk laten yang diwakilinya. Secara umum, nilai loading di atas 0.70 dianggap cukup baik, yang berarti indikator tersebut dapat secara substansial mewakili konstruk latennya. Jika ada indikator dengan nilai loading lebih rendah dari 0.70, maka perlu dilakukan evaluasi lebih lanjut untuk memutuskan apakah indikator tersebut dapat dipertahankan atau perlu dihapus dari model.

3.3.1.1. Outer Loadings

Tabel 3. Outer Loadings.

Indikator	SE	PC	NP	PU	PEoU	ATU	AI
SE_1	0.708	-0.076	-0.008	-0.023	-0.007	0.072	0.024
SE_2	0.750	0.018	-0.008	-0.031	-0.026	-0.017	0.017
SE_3	0.771	0.005	0.036	-0.014	0.039	-0.053	-0.029
SE_4	0.757	0.048	-0.021	0.066	-0.007	0.004	-0.010
PC_1	-0.012	0.752	-0.025	-0.025	0.096	-0.025	-0.016
PC_2	0.053	0.766	-0.044	0.060	-0.015	-0.002	-0.029
PC_3	-0.034	0.692	0.021	-0.017	-0.062	-0.010	-0.035
PC_4	-0.010	0.737	0.051	-0.021	-0.022	0.036	0.079
NP_1	-0.040	-0.017	0.758	-0.009	0.043	0.030	0.045
NP_2	-0.030	0.039	0.779	0.050	-0.039	0.045	0.010
NP_3	0.098	-0.061	0.732	-0.038	0.022	-0.017	-0.065
NP_4	-0.023	0.035	0.771	-0.006	-0.023	-0.059	0.008
PU_1	-0.038	-0.024	-0.032	0.781	0.036	-0.076	-0.008
PU_2	0.003	-0.036	0.010	0.675	-0.091	-0.016	-0.021
PU_3	0.031	0.023	-0.083	0.776	0.002	-0.003	-0.002
PU_4	0.004	0.034	0.111	0.731	0.043	0.097	0.030
PEoU_1	0.028	0.023	-0.071	0.007	0.733	0.027	0.034
PEoU_2	-0.033	-0.044	0.046	0.069	0.708	0.017	-0.009
PEoU_3	-0.058	-0.040	-0.042	-0.053	0.703	-0.056	0.007
PEoU_4	0.064	0.063	0.071	-0.025	0.691	0.011	-0.034
ATU_1	-0.051	-0.057	0.032	-0.174	-0.069	0.657	0.020
ATU_2	0.073	-0.071	0.020	-0.013	0.004	0.808	-0.034

ATU_3	-0.039	0.029	0.006	0.058	-0.002	0.742	0.028
ATU_4	0.004	0.102	-0.058	0.114	0.061	0.692	-0.009
AI_1	0.045	0.013	0.005	-0.088	0.028	0.038	0.733
AI_2	-0.001	0.001	0.008	0.086	-0.017	-0.012	0.737
AI_3	-0.048	-0.038	-0.024	0.032	-0.028	-0.022	0.731
AI_4	0.003	0.024	0.011	-0.030	0.017	-0.004	0.705

Beberapa indikator di atas memiliki loading di bawah 0.70, yang mungkin perlu dipertimbangkan lebih lanjut dalam evaluasi model. Nilai loading tertinggi untuk setiap indikator (yang seharusnya pada variabel latennya) ditandai dengan tebal.

3.3.1.2. Cronbach's Alpha dan AVE

Tabel 4. Tabel Cronbach's Alpha dan AVE.

Variabel Laten	Cronbach's Alpha	AVE
SE	0.735	0.558
PC	0.720	0.544
NP	0.756	0.578
PU	0.726	0.550
PEoU	0.669	0.502
ATU	0.699	0.528
AI	0.702	0.528

Hasil yang ditemui diatas digunakan untuk mengukur reliabilitas internal, di mana nilai di atas 0.70 umumnya dianggap baik. Berdasarkan tabel, mayoritas variabel laten menunjukkan nilai Cronbach's Alpha di atas atau mendekati 0.70, mengindikasikan reliabilitas internal yang cukup baik, meskipun PEOU sedikit di bawah ambang batas tersebut. Sementara itu, Average Variance Extracted (AVE) mengukur proporsi varians indikator yang dijelaskan oleh konstruk latennya dibandingkan dengan varians akibat kesalahan pengukuran. Nilai AVE sebesar 0.50 atau lebih dianggap memuaskan. Dalam hasil diatas, semua memiliki nilai AVE di atas 0.50, yang berarti lebih banyak varians indikator yang dijelaskan oleh konstruk laten masing-masing daripada oleh kesalahan pengukuran.

3.3.2. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan menguji hingga mana konstruk yang berbeda dapat dibedakan satu sama lain. Dengan kata lain, validitas diskriminan memastikan bahwa indikator yang digunakan untuk satu konstruk tidak memiliki keterkaitan yang cukup tinggi dengan konstruk lainnya. Salah satu cara untuk menguji validitas diskriminan adalah dengan menggunakan pendekatan Fornell-Larcker dan Heterotrait-Monotrait (HTMT).

3.3.2.1. Fornell-Larcker Validitas Diskriminan

Tabel 5. Tabel Fornell-Larcker Validitas Diskriminan.

	SE	PC	NP	PU	PEoU	ATU	AI
SE	0.747	0.004	0.008	0.020	0.023	-0.072	0.026
PC	0.004	0.737	-0.026	-0.039	-0.074	-0.034	0.031
NP	0.008	-0.026	0.760	0.034	0.030	0.001	-0.022
PU	0.020	-0.039	0.034	0.742	0.009	0.068	-0.008
PEoU	0.023	-0.074	0.030	0.009	0.709	0.048	0.055
ATU	-0.072	-0.034	0.001	0.068	0.048	0.727	-0.005
AI	0.026	0.031	-0.022	-0.008	0.055	-0.005	0.726

Tabel 5. diatas menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat AVE (nilai diagonal) untuk setiap variabel laten lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi antar variabel laten yang terdapat pada kolom yang sama. Misalnya, untuk konstruk Self-Efficacy (SE), nilai akar kuadrat AVE adalah 0.747, yang jauh lebih besar daripada korelasinya dengan konstruk lain, yang nilai tertingginya hanya sebesar 0.026. Hal serupa juga terlihat pada konstruk lainnya seperti *perceived credibility* (PC) dengan nilai AVE 0.737 yang lebih besar dari korelasi tertinggi dengan konstruk lain, yaitu 0.031.

Dengan demikian, kriteria validitas diskriminan menggunakan pendekatan Fornell-Larcker telah terpenuhi secara menyeluruh untuk semua konstruk dalam model ini. Ini menunjukkan bahwa setiap konstruk dapat dibedakan secara empiris dan tidak terjadi tumpang tindih antar konstruk dalam pengukuran.

3.3.2.2 Heterotrait-Monotrait (HTMT) Ratio of Correlations

Tabel 6. Tabel Heterotrait-Monotrait (HTMT) Ratio of Correlations.

	SE	PC	NP	PU	PEoU	ATU	AI
SE	1.000	0.088	0.082	0.105	0.123	0.063	0.141
PC	0.088	1.000	0.057	0.065	0.086	0.077	0.145
NP	0.082	0.057	1.000	0.090	0.120	0.090	0.062
PU	0.105	0.065	0.090	1.000	0.085	0.155	0.088
PEoU	0.123	0.086	0.120	0.085	1.000	0.167	0.175

ATU	0.063	0.077	0.090	0.155	0.167	1.000	0.085
AI	0.141	0.145	0.062	0.088	0.175	0.085	1.000

Nilai Heterotrait-Monotrait (HTMT) digunakan untuk mengevaluasi validitas diskriminan, di mana validitas yang baik ditunjukkan oleh nilai HTMT antar dua konstruk yang secara signifikan lebih rendah dari 1, dengan pedoman umum batas atas 0.85 atau bahkan 0.90. Berdasarkan tabel yang ada, nilai HTMT antara semua pasangan konstruk jauh di bawah 0.85. Nilai HTMT tertinggi tercatat antara PEOU dan AI sebesar 0.175, diikuti oleh PEOU dan ATU sebesar 0.167, serta AI dan PC sebesar 0.145. Nilai diagonal sebesar 1.000 merepresentasikan korelasi konstruk dengan dirinya sendiri. Secara keseluruhan, berdasarkan kriteria HTMT, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah dengan validitas diskriminan antar konstruk dalam model ini, karena semua nilai HTMT antar pasangan variabel laten secara signifikan memiliki posisi bawah batas yang umum diterima (0.85), mengindikasikan bahwa setiap konstruk secara empiris berbeda dari konstruk lainnya.

4.4. Inner Model

Dalam analisis Structural Equation Modeling (SEM), inner model menggambarkan hubungan antara konstruk laten yang saling berinteraksi dalam model struktural. Model ini digunakan untuk menguji bagaimana konstruk-konstruk yang ada saling mempengaruhi satu sama lain. Inner model juga berfungsi untuk memprediksi variabel endogen berdasarkan pengaruh konstruk eksogen dan hubungan antar konstruk laten yang ada dalam model.

4.4.1. R-squared

Tabel 7. Tabel R-squared.

Variabel	R-squared
SE	-
PC	-
NP	-
PU	-
PEOU	0.002
ATU	0.023
AI	0.005

Nilai R-squared menunjukkan sejauh mana model Inner mampu menjelaskan variasi variabel endogen. PEOU dijelaskan hanya 0.2%, ATU sebesar 2.3%, dan AI hanya 0.5%, mengindikasikan kemampuan prediksi model yang sangat terbatas terhadap variabel-variabel tersebut. Variabel SE, PC, NP, dan PU tidak memiliki nilai R-squared karena berperan sebagai konstruk eksogen. Secara keseluruhan, rendahnya nilai R-squared menunjukkan bahwa model

saat ini kurang mampu menjelaskan variasi variabel endogen, sehingga memerlukan pengembangan lebih lanjut.

4.4.2. Uji Hipotesis

Tabel 8. Hasil Pengujian Hipotesis.

Variabel	Jalur	Estimate	S.E.	C.R.	P	Signifikansi
PEoU	<-- SE	49	49	1.000	160	
ATU	<-- SE	-115	49	-2.347	9	**
ATU	<-- PC	-50	49	-1.020	152	
ATU	<-- NP	-60	49	-1.224	110	
ATU	<-- PU	87	49	1.776	37	*
ATU	<-- PEoU	65	49	1.327	91	
AI	<-- ATU	-69	49	-1.408	79	

Berdasarkan hasil dari tabel, dapat dijelaskan sebagai berikut:

H1: *Self-Efficacy* (SE) berpengaruh terhadap *Perceived Ease of Use* (PEoU) pada MyBCA di Indonesia. Hasil hipotesis ini menunjukkan hubungan antara PEoU dan SE. Nilai C.R. adalah 1.000 dengan nilai probabilitas 0.160, di mana nilai probabilitas > 0.05 . Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa hubungan antara SE dan PEoU tidak signifikan. Dengan demikian, Hipotesis 1 tidak diterima.

H2: *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh terhadap *Attitude Towards Use* (ATU) pada MyBCA di Indonesia. Hasil hipotesis ini menunjukkan hubungan antara PU dan ATU. Nilai C.R. adalah 1.776 dengan nilai probabilitas 0.037, di mana nilai probabilitas < 0.05 . Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa hubungan antara PU dan ATU signifikan. Dengan demikian, Hipotesis 2 diterima.

H3: *Perceived Ease of Use* (PEoU) berpengaruh terhadap *Attitude Towards Use* (ATU) pada MyBCA di Indonesia. Hasil hipotesis ini menunjukkan hubungan antara PEoU dan ATU. Nilai C.R. adalah 1.327 dengan nilai probabilitas 0.091, di mana nilai probabilitas > 0.05 . Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa hubungan antara PEoU dan ATU tidak signifikan. Dengan demikian, Hipotesis 3 tidak diterima.

H4: *Self-Efficacy* (SE) berpengaruh terhadap *Attitude Towards Use* (ATU) pada MyBCA di Indonesia. Hasil hipotesis ini menunjukkan hubungan antara SE dan ATU. Nilai C.R. adalah -2.347 dengan nilai probabilitas 0.009, di mana nilai probabilitas < 0.01 . Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa hubungan antara SE dan ATU signifikan. Dengan demikian, Hipotesis 4 diterima.

H5: *Perceived Credibility* (PC) berpengaruh terhadap *Attitude Towards Use* (ATU) pada MyBCA di Indonesia. Hasil hipotesis ini menunjukkan hubungan antara PC dan ATU. Nilai C.R. adalah -1.020 dengan nilai probabilitas 0.152, di mana nilai probabilitas > 0.05 . Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa hubungan antara PC dan ATU tidak signifikan. Dengan demikian, Hipotesis 5 **tidak diterima**.

H6: *Normative Pressure* (NP) berpengaruh terhadap *Attitude Towards Use* (ATU) pada MyBCA di Indonesia. Hasil hipotesis ini menunjukkan hubungan antara NP dan ATU. Nilai C.R. adalah -1.224 dengan nilai probabilitas 0.110, di mana nilai probabilitas > 0.05 . Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa hubungan antara NP dan ATU tidak signifikan. Dengan demikian, Hipotesis 6 **tidak diterima**.

H7: *Attitude Towards Use* (ATU) berpengaruh terhadap *Adoption Intention* (AI) pada MyBCA di Indonesia. Hasil hipotesis ini menunjukkan hubungan antara ATU dan AI. Nilai C.R. adalah -1.408 dengan nilai probabilitas 0.079, di mana nilai probabilitas > 0.05 . Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa hubungan antara ATU dan AI tidak signifikan. Dengan demikian, Hipotesis 7 **tidak diterima**.

4.5. Normalitas

Dari analisis data, perkiraan nilai C.R. skewness untuk setiap indikator adalah 2.67 (dihitung dari nilai skewness 0.32 dibagi standard error skewness 0.12). Nilai ini berada di luar rentang ± 2.58 , sehingga dapat disimpulkan bahwa data secara univariat **tidak terdistribusi normal** untuk setiap indikator berdasarkan skewness.

Sementara itu, nilai kurtosis untuk semua indikator adalah 4.13, yang berada di bawah batas 7. Ini menunjukkan bahwa distribusi univariat tidak memiliki masalah kurtosis yang signifikan menurut kriteria tersebut.

Sayangnya, output deskriptif dari Jamovi ini tidak menyediakan nilai kurtosis multivariat. Oleh karena itu, kesimpulan mengenai normalitas multivariat tidak dapat ditarik hanya dari data ini. Namun, berdasarkan uji normalitas univariat, terdapat indikasi bahwa data tidak terdistribusi normal secara univariat berdasarkan nilai skewness.

4.6. Outliers

Output deskriptif menunjukkan rentang nilai minimum dan maksimum untuk setiap indikator. Nilai-nilai yang jauh ekstrem dibandingkan dengan rentang tipikal indikator lain dapat menjadi indikasi outlier univariat.

Gambar box plot secara visual menampilkan distribusi data untuk semua variabel. Titik-titik yang berada di luar "whisker" box plot merupakan potensi outlier. Pada gambar beberapa variabel seperti pada PU_1, terlihat ada satu titik di atas whisker atas yang diberi label "413", yang mengindikasikan nilai yang jauh lebih tinggi dari mayoritas data untuk indikator tersebut. Pada gambar PU_4, juga terlihat satu titik di atas whisker atas dengan label "413".

4.7. Multikolinearitas

Berdasarkan data korelasi dan kovarians yang diamati antar indikator penelitian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas yang signifikan dalam model ini. Nilai korelasi antar indikator pada setiap konstruk, seperti *Self-Efficacy* (SE), *Perceived Credibility* (PC), *Normative Pressure* (NP), *Perceived Usefulness* (PU), *Perceived Ease of Use* (PEoU), *Attitude Toward Use* (ATU), dan *Adoption Intention* (AI), semuanya berada di bawah ambang batas kritis yaitu $|r| > 0,8$ atau $0,9$. Misalnya, korelasi tertinggi pada konstruk *Self-*

Efficacy antara SE_3 dan SE_4 sebesar 0,742 masih tergolong aman dan tidak menimbulkan kekhawatiran adanya multikolinearitas yang dapat mempengaruhi hasil estimasi model. Korelasi antar indikator lain juga menunjukkan hubungan yang kuat namun tetap dalam batas yang wajar sehingga memperkuat konsistensi dan validitas konstruk. Dengan demikian, model yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi multikolinearitas, memungkinkan analisis lanjutan dilakukan dengan valid tanpa adanya distorsi akibat korelasi yang terlalu tinggi antar variabel indikator.

4.8. Residual

Residual digunakan untuk mengevaluasi kesesuaian model dengan data yang diamati, dilihat dari perbedaan antara kovarians dan korelasi yang diamati dengan yang diprediksi oleh model. Nilai residual idealnya berada di rentang -2,58 hingga +2,58. Jika ada nilai di luar rentang ini, model perlu diperbaiki. Namun, berdasarkan data residual dalam penelitian ini, semua nilai residual berada dalam batas wajar, menandakan model sudah sesuai dan tidak memerlukan modifikasi. Oleh karena itu, model dianggap valid dan siap untuk analisis selanjutnya.

5. Diskusi

Dalam penelitian yang dilakukan berfokus dalam mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi mobile banking khususnya aplikasi MyBCA oleh Generasi Z di Indonesia, menggunakan kerangka TAM yang diperluas dengan konstruk eksternal *Self-Efficacy*, *Perceived Credibility*, dan *Normative Pressure*. Dengan diperoleh hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan adanya perbedaan yang menarik bila dibandingkan dengan temuan jurnal acuan (Firmansyah et al., 2021). Hipotesis pertama, yaitu pengaruh *Self-Efficacy* terhadap *Perceived Ease of Use*, tidak terbukti signifikan. Hasil yang diperoleh berbeda antara hasil riset terdahulu oleh (Firmansyah et al., 2021) yang menemui korelasi positif dan signifikan antara kedua variabel tersebut. Perbedaan ini dapat dijelaskan melalui karakteristik Generasi Z yang cenderung telah memiliki tingkat efikasi diri yang tinggi, sehingga aspek kemudahan penggunaan tidak lagi dipengaruhi oleh keyakinan diri, melainkan lebih dipengaruhi oleh pengalaman aktual serta fitur fungsional aplikasi. Karakteristik demografis mendukung interpretasi tersebut, mengingat mayoritas responden merupakan mahasiswa dari kalangan Generasi Z yang telah terbiasa menggunakan berbagai aplikasi digital, termasuk layanan *mobile banking*, sehingga tidak lagi mengalami hambatan dalam hal teknis dasar.

Selanjutnya, *Perceived Usefulness* (PU) ditemukan memiliki pengaruh signifikan terhadap *Attitude Toward Use* (ATU), berbeda dari hasil penelitian terdahulu yang tidak menemukan pengaruh signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa manfaat nyata dari aplikasi dalam mendukung aktivitas keuangan merupakan faktor utama dalam membentuk sikap positif Generasi Z terhadap penggunaan aplikasi MyBCA. Sikap pragmatis Generasi Z yang lebih menekankan pada nilai guna menjadi penjelasan atas pengaruh tersebut. Frekuensi penggunaan aplikasi yang tinggi (1–2 kali per minggu) turut memperkuat kesimpulan bahwa penggunaan aplikasi didorong oleh kebutuhan praktis, bukan semata mengikuti tren. Oleh karena itu, persepsi mengenai kegunaan aplikasi menjadi faktor yang lebih dominan dibandingkan dengan aspek lainnya. Adapun pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Use* tidak menunjukkan signifikansi, baik dalam penelitian ini maupun dalam penelitian acuan. Hal ini mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan tidak secara langsung memengaruhi sikap pengguna, yang kemungkinan disebabkan oleh ekspektasi tinggi serta kematangan digital Generasi Z sehingga aspek ini dianggap sebagai standar minimum.

Menariknya, *Self-Efficacy* menunjukkan pengaruh signifikan terhadap *Attitude Toward Use*, selaras dengan penelitian acuan. Namun demikian, arah hubungannya justru negatif dalam

penelitian ini, berbeda dari arah positif yang ditemukan dalam penelitian (Firmansyah et al., 2021). Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun pengguna memiliki tingkat keyakinan diri yang tinggi, mereka juga cenderung lebih kritis dan selektif dalam menilai kualitas fitur aplikasi, yang dapat mengarah pada ketidakpuasan atau sikap yang kurang mendukung. Hal ini membuka ruang penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh psikologis dan ekspektasi tinggi Generasi Z terhadap penerimaan teknologi finansial. Latar belakang pendidikan dan status sebagai mahasiswa menjadi faktor yang turut menjelaskan kecenderungan sikap selektif tersebut. Mahasiswa dari Generasi Z cenderung melakukan evaluasi secara lebih mendalam terhadap kualitas fitur aplikasi dibandingkan hanya mengandalkan persepsi umum atau reputasi suatu aplikasi.

Variabel *Perceived Credibility* (PC) dalam penelitian ini tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap *Attitude Toward Use*, berbeda dari hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa aspek keamanan dan keandalan telah menjadi ekspektasi mendasar bagi Generasi Z yang merupakan pengguna aplikasi MyBCA. Fokus mereka lebih tertuju pada pengalaman penggunaan dan efisiensi layanan, karena kredibilitas institusi perbankan besar seperti BCA telah dianggap sebagai sesuatu yang pasti (*taken for granted*). Tekanan normatif (*Normative Pressure*) juga tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan aplikasi. Berbeda dari penelitian (Firmansyah et al., 2021) yang menemukan pengaruh signifikan, temuan ini mencerminkan karakteristik Generasi Z yang lebih mandiri dan tidak mudah terpengaruh oleh tekanan sosial dalam pengambilan keputusan. Generasi ini lebih berorientasi pada preferensi pribadi dan pengalaman digital yang disesuaikan, bukan pada norma sosial atau pengaruh lingkungan sekitar.

Data demografis mendukung kesimpulan tersebut, mengingat Generasi Z memiliki kecenderungan untuk mencari personalisasi dan independensi dalam penggunaan teknologi, serta memiliki akses terhadap berbagai alternatif aplikasi digital lainnya. Sebuah hasil penting dalam riset yang dilakukan kali ini ialah tidak signifikannya hubungan antara *Attitude Toward Use* dan *Adoption Intention*. Hasil ini memiliki perbedaan dari penelitian terdahulu yang menemui kecenderungan kuat dan signifikan antara kedua konstruk tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa sikap positif terhadap aplikasi tidak selalu berujung pada niat untuk terus menggunakan aplikasi tersebut. Faktor-faktor lain seperti kekhawatiran terhadap privasi, isu teknis, maupun keberadaan aplikasi kompetitor dapat menjadi hambatan yang belum sepenuhnya tercakup dalam model penelitian ini. Meskipun uji validitas, reliabilitas, dan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) telah dilakukan, sebagian besar hubungan antar variabel dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa model yang digunakan belum sepenuhnya mampu menjelaskan perilaku adopsi teknologi pada Generasi Z. Nilai *R-squared* yang rendah serta keberadaan outlier yang tetap dipertahankan dalam analisis memperkuat indikasi bahwa perilaku pengguna muda bersifat kompleks dan selektif. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan model teoritis yang lebih komprehensif dan adaptif guna menangkap dinamika adopsi teknologi di kalangan pengguna digital yang terus berkembang. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami perilaku adopsi teknologi finansial oleh Generasi Z di Indonesia. Temuan ini dapat menjadi acuan bagi pengembang aplikasi, lembaga keuangan, serta peneliti di masa mendatang dalam merancang strategi inovatif yang sesuai dengan ekspektasi dan kebutuhan pengguna muda untuk meningkatkan tingkat adopsi yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Dalam riset yang dilaksanakan untuk menilai tingkat penerimaan Generasi Z Indonesia dalam adopsi, dengan fokus khusus pada penggunaan aplikasi MyBCA. Kerangka teoritis dalam

penelitian ini menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) yang telah dilakukan penambahan variabel eksternal, yaitu Self-Efficacy (keyakinan diri), Perceived Credibility (persepsi terhadap kredibilitas), dan Normative Pressure (tekanan normatif). Seluruh hubungan antar variabel diuji menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) untuk memperoleh gambaran menyeluruh terhadap perilaku adopsi teknologi. Berdasarkan data karakteristik responden, diketahui bahwa mayoritas peserta penelitian merupakan mahasiswa (61%) yang tergolong dalam kategori usia Generasi Z. Sebagian besar dari mereka tercatat menggunakan aplikasi MyBCA secara rutin, yaitu sebanyak 1–2 kali per minggu (64,3%). Temuan ini memberikan indikasi bahwa aplikasi MyBCA telah terintegrasi dalam keseharian aktivitas finansial responden, mencerminkan tingkat pemanfaatan yang cukup intensif dalam pengelolaan kebutuhan perbankan digital mereka. Namun demikian, hasil pengujian model memberikan temuan baru yakni dinyatakan tidak semua variabel memengaruhi secara signifikan terhadap niat adopsi. *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Credibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap terhadap penggunaan (*Attitude Toward Use*), yang menunjukkan bahwa generasi ini telah memiliki ekspektasi dasar terhadap kemudahan dan keandalan dalam aplikasi perbankan digital. Di sisi lain, *Perceived Usefulness* memengaruhi signifikan terhadap sikap, yang menandakan bahwa kegunaan nyata dari aplikasi dalam kehidupan sehari-hari menjadi penentu utama dalam membentuk sikap positif pengguna. Variabel *Self-Efficacy* juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap sikap terhadap penggunaan, namun arah hubungan yang ditemukan negatif. Hal ini menandakan bahwa pengguna dengan tingkat kepercayaan diri yang tinggi dalam penggunaan teknologi cenderung memiliki ekspektasi yang lebih besar dan bersikap lebih kritis terhadap kualitas fitur aplikasi. Sementara itu, *Normative Pressure* tidak menunjukkan pengaruh signifikan, yang mencerminkan bahwa Generasi Z lebih mandiri dalam pengambilan keputusan penggunaan teknologi, serta tidak terlalu dipengaruhi oleh tekanan sosial atau norma lingkungan.

Temuan lainnya yang penting adalah tidak signifikannya hubungan antara *Attitude Toward Use* dan *Adoption Intention*, yang mengindikasikan bahwa sikap positif terhadap aplikasi tidak secara otomatis mengarah pada niat untuk terus menggunakan aplikasi tersebut. Faktor lain seperti kekhawatiran terhadap keamanan data, gangguan teknis, atau keberadaan alternatif aplikasi mungkin turut memengaruhi keputusan pengguna. Secara keseluruhan, walaupun Generasi Z memiliki tingkat literasi digital yang tinggi dan keterbiasaan dalam penggunaan teknologi, model TAM yang digunakan dalam penelitian ini belum sepenuhnya mampu menjelaskan kompleksitas perilaku adopsi mereka. Oleh karena itu, pengembangan model teoritis yang lebih komprehensif dan kontekstual sangat diperlukan untuk memahami secara mendalam dinamika adopsi teknologi finansial di kalangan generasi muda di era transformasi digital yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah Rohmawati, Cris Kuntadi, & Rachmat Pramukty. (2023). Pengaruh E-Wallet, Mobile Banking, dan E-Money Terhadap Transaksi Bisnis Digital Pasca Covid-19. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 206–219. <https://doi.org/10.58192/profit.v2i3.1002>
- Arief Rafsanjani, M., Surjanti, J., Mustika Dewi, R., & Srisuk, P. (n.d.). Research Trend on Digital Financial Services in Developing Countries in the Last Five Years (2020-2024). *International Journal Business, Management and Innovation Review*, 2(1), 80–96. <https://doi.org/10.62951/ijbmir.v2i1.79>
- Arifin, Moh., Muhtadi, R., Mi'raj, D. A., Fatimah, S., & Hannan, Abd. (2023). Determinants of Customer Decisions to Save at Sharia Digital Banks. *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies*, 7(2), 182. <https://doi.org/10.30983/es.v7i2.7608>
- Awaludin, M. (2023). Perancangan Sistem Informasi Cuti Karyawan Berdasarkan Siklus Hidup Pengembangan Sistem Di Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma. *Jurnal Sistem Informasi Universitas Suryadarma*, 10(2), 139–146. <https://doi.org/10.35968/jsi.v10i2.1083>
- Awaludin, M., & Amelia, L. V. (2022). Penerapan Structural Equation Modeling (Sem) Dengan Lisrel Terhadap

- Perbedaan Tarif Penerbangan Pada Penumpang Domestik Di Bandara Halim Perdanakusuma. *Jurnal Sistem Informasi Universitas Suryadarma*, 9(1). <https://doi.org/10.35968/jsi.v9i1.855>
- Awaludin, M., & Ridyustia Raveena, R. (2021). Penerapan Metode Rational Unified Process Pada Knowledge Management System Untuk Mendukung Proses Pembelajaran Sekolah Menengah Atas. *JSI (Jurnal Sistem Informasi) Universitas Suryadarma*, 8(2), 159–170.
- Awaludin, M., Yasin, V., & Risyda, F. (2024). The Influence of Artificial Intelligence Technology, Infrastructure and Human Resource Competence on Internet Access Networks. *Inform : Jurnal Ilmiah Bidang Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 9(2), 111–120. <https://doi.org/10.25139/inform.v9i2.8109>
- Awaludin, M., & Yolanda, N. E. (2018). Analysis of CEISA Services User Satisfaction Using the EUCS Method in The Directorate General of Customs and Excise. *Conference SENATIK STT Adisutjipto Yogyakarta*, 4. <https://doi.org/10.28989/senatik.v4i0.274>
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*.
- Fahrur Riza, A., & Hafizi, R. (2019). Customers Attitude Toward Islamic Mobile Banking in Indonesia: Implementation of TAM. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 1(2), 75–84. <https://doi.org/10.1108/AJIM.vol1.iss2.art1>
- Firmansyah, I. A., Yasirandi, R., & Utomo, R. G. (2021). The influence of efficacy, credibility, and normative pressure to M-banking adoption level in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 197, 51–60. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.12.117>
- Hidayat, A. N. (2025, February 21). *Pengguna MyBCA Didominasi Milenial, Fitur Paylater Tumbuh 184%*. Wartaekonomi.Co.Id. <https://wartaekonomi.co.id/read558583/pengguna-mybca-didominasi-milenial-fitur-paylater-tumbuh-184>
- Lavinda. (2022, January 13). *Survei KIC: Gen Z Lebih Pilih Pakai e-Wallet Dibanding ATM Bank*. Katadata.Co.Ic.
- Londa, D. R., Worang, F. G., Arie, F. V, Londa, D. R., Worang, F. G., & Arie, F. V. (2022). THE INFLUENCE OF PERCEIVED CREDIBILITY, PERCEIVED EASE OF USE, AND PERCEIVED USEFULNESS TOWARD CUSTOMER SATISFACTION IN USING BSGTOUCH. *Jurnal EMBA*, 10(4), 934–945. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.43902>
- Mofokeng, T. E., Mbeya, S., & Maduku, D. K. (2024). Bitcoin adoption in online payments: examining consumer intentions and word-of-mouth recommendations. *Future Business Journal*, 10(1). <https://doi.org/10.1186/s43093-024-00313-9>
- Moneter.id. (2024, July 11). *Bank Digital Jadi Pilihan Gen Z Karena Dinilai Mudah dan Aman untuk Bertransaksi*. Moneter.Id. https://moneter.id/bank-digital-jadi-pilihan-gen-z-karena-dinilai-mudah-dan-aman-untuk-bertransaksi?utm_source=
- Nurahmasari, M., Silfiyah, S. N., & Pangaribuan, C. H. (2023). *The Intention to Use Digital Banking Services among Gen Z in Indonesia Based on the Technology Acceptance Model (TAM)* (Vol. 5, Issue 1). <https://doi.org/https://doi.org/10.51353/jmbm.v5i1.692>
- Pratama, J. (2024, June 14). *Memahami Penggunaan Perbankan Digital Bagi Gen Z dan Milenial*. MarkPlus.Inc. https://www.markplusinc.com/featured-insights/publications/memahami-penggunaan-perbankan-digital-bagi-gen-z-dan-milenial?utm_source=
- Puspadini, M. (2025, March 14). *Transaksi Bank Digital Tumbuh 40,1%, Didominasi Gen Z & Milenial*. CNBC Indonesia. https://www.cnbcindonesia.com/market/20250314201903-17-618812/transaksi-bank-digital-tumbuh-401-didominasi-gen-z-milenial?utm_source=
- Rahadi, R. A., Putri, N. R. R., Soekarno, S., Da-Mayanti, S. M., Murtaqi, I., & Saputra, J. (2021). Analyzing cashless behavior among generation z in indonesia. *International Journal of Data and Network Science*, 5(4), 601–612. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.8.007>
- Saparudin, M., Indra, B., Sutia, S., Rahardjo, B., & Shultonnyck Adha. (2022). *An empirical investigation of mobile banking adoption in Jakarta: Theory acceptance model*.
- Sumartini, A. R., Suprpti, N. W. S., Piartrini, P. S., & Sukaatmadja, I. P. G. (2024). Digital financial literacy and self-efficacy in increasing intention to use digital bank with the technology acceptance model theory approach. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 11(6), 252–263. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v11n6.2474>