

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN  
SIKAP TERHADAP KEPUTUSAN GENERASI Z MENGGUNAKAN  
LAYANAN PEMBUKAAN REKENING ONLINE BSI MOBILE  
(STUDI PADA GENERASI Z NASABAH BSI DI PURWOKERTO)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

**OLEH:**

**NETA SHINTA VERNANDA  
NIM. 1917202080**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2024**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Neta Shinta Vernanda

NIM : 1917202080

Jenjang : S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Sikap Terhadap Keputusan Generasi Z Menggunakan Layanan Pembukaan Rekening Online BSI Mobile (Studi Pada Gen Z Nasabah BSI Di Purwokerto)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 11 Januari 2024

Saya yang menyatakan,



Neta Shinta Vernanda

NIM. 1917202080



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN  
SIKAP TERHADAP KEPUTUSAN GENERASI Z MENGGUNAKAN  
LAYANAN PEMBUKAAN REKENING ONLINE BSI MOBILE  
(STUDI PADA GENERASI Z NASABAH BSI DI PURWOKERTO)**

Yang disusun oleh Saudara **Neta Shinta Vernanda** NIM 1917202080 Program Studi **S-1 Perbankan Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Jumat, 19 Januari 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

**Dr.M. Sulasih, S.E., M.Si.**  
NIP. 19800119 202321 2 017

Sekretaris Sidang/Penguji

**Umdah Aulia Rohmah, M.H.**  
NIP. 19930421 202012 2 015

Pembimbing/Penguji

**Ida PW, S.E., Ak., M.Si., C.A**  
NIDN. 2004118201

Purwokerto, 22 Januari 2024

Mengesahkan

**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.**  
NIP. 19730921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Di Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Neta Shinta Vernanda NIM. 1917202080 yang berjudul:

**Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Sikap Terhadap Keputusan  
Generasi Z Menggunakan Layanan Pembukaan Rekening Online BSI Mobile (Studi  
Pada Gen Z Nasabah BSI Di Purwokerto)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan fakultas ekonomi dan bisnis islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam ilmu Perbankan Syariah (S.E.).

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Purwokerto, 11 Januari 2024

Pembimbing



Ida Puspitarini W. S.E., Ak., M.Si., C.A

NIDN. 2004118201

## MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

-Q.S Al-Baqarah 286-

Hiduplah disini, untuk saat ini. Sebab kau akan gagal jika terus melihat ke belakang. Karena lihat ke depan pun belum tentu berhasil.

- startup -

“Jangan berharap apapun kepada siapapun”

-Neta-





**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN,  
DAN SIKAP TERHADAP KEPUTUSAN GENERASI Z MENGGUNAKAN  
LAYANAN PEMBUKAAN REKENING ONLINE BSI MOBILE (STUDI  
PADA GEN Z NASABAH BSI DI PURWOKERTO)**

**Neta Shinta Vernanda**  
**NIM. 1917202080**

*E-mail:* [netashintav29@gmail.com](mailto:netashintav29@gmail.com)

Program Studi Perbankan Syariah, Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Gen Z merupakan generasi melek digital yang saat ini banyak menggunakan layanan digital perbankan. Peluang ini dimanfaatkan Bank Syariah Indonesia dengan layanan pembukaan rekening secara online melalui BSI Mobile. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan sikap terhadap keputusan generasi Z menggunakan layanan pembukaan rekening online BSI Mobile pada gen Z nasabah BSI di Purwokerto.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dengan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan teknik *non-probability sampling* dan pendekatan *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BSI berasal dari kalangan generasi Z di wilayah Purwokerto sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan uji rank spearman, uji *kendall's w* dan regresi ordinal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel persepsi manfaat (X1), kemudahan penggunaan (X2) dan sikap (X3) secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan layanan pembukaan rekening online BSI Mobile pada gen Z nasabah BSI di Purwokerto. Sedangkan secara simultan variabel persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan sikap berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan pembukaan rekening online BSI Mobile pada gen Z nasabah BSI di Purwokerto.

**Kata kunci: Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Sikap Keputusan Penggunaan, BSI Mobile**

**THE INFLUENCE OF PERCEIVED BENEFITS, EASE OF USE, AND ATTITUDES ON GENERATION Z'S DECISION TO USE BSI MOBILE ONLINE ACCOUNT OPENING SERVICES (STUDY ON GEN Z BSI CUSTOMERS IN PURWOKERTO)**

**Neta Shinta Vernanda**  
**NIM. 1917202080**

*E-mail: [netashintav29@gmail.com](mailto:netashintav29@gmail.com)*

Sharia Banking Study Program, Department of Islamic Economics and Finance,  
Faculty Of Islamic Economics And Business  
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRACT**

*Gen Z is a digitally aware generation that currently uses a lot of digital banking services. This opportunity is utilized by Bank Syariah Indonesia with online account opening services through BSI Mobile. The purpose of this study was to determine whether the perceived benefits, ease of use, and attitudes towards generation Z's decision to use the BSI Mobile online account opening service on gen Z BSI customers in Purwokerto.*

*This research uses quantitative research methods. With primary data collected through questionnaires using non-probability sampling techniques and purposive sampling approaches. The population in this study were BSI customers from generation Z in the Purwokerto area as many as 100 respondents. Data analysis techniques using the spearman rank test, kendall's w test and ordinal regression.*

*The results showed that the variables of perceived usefulness (X1), ease of use (X2) and attitude (X3) partially had a positive effect on the decision to use the BSI Mobile online account opening service for gen Z BSI customers in Purwokerto. While simultaneously the variables of perceived usefulness, ease of use, and attitude affect the decision to use the BSI Mobile online account opening service on gen Z BSI customers in Purwokerto.*

**Keywords: *Perceived Benefits, Ease of Use, Usage Decision, BSI Mobile***

## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada surat pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 0543b/U/1987.

### 1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ر	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ز	Ra	R	Er
س	Za	Z	Zet
ع	Sin	S	Es
ص	Syin	Sy	es dan ye
ض	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ط	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ظ	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ع	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	.... ‘....	koma terbalik keatas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki



ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

## 3. Ta'marbutah di Akhir Kata Bila Dimatikan Ditulis h

جزية	Ditulis	Jizyah
------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya, kecuali apabila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al auliyā'</i>
----------------	---------	---------------------------

- b. Apabila ta'marbutah hidup atau dengan harakat fathah, kasrah dan dhammah ditulis *t*.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakātul-fītri</i>
------------	---------	----------------------

#### 4. Vokal Pendek

-َ-	Fathah	Ditulis	a
-ِ-	Kasrah	Ditulis	i
-ُ-	Dammah	Ditulis	u

#### 5. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	A
	جاهلية	Ditulis	Jāhiliyah
2.	Fathah + ya'mati	Ditulis	A
	تنسى	Ditulis	Tansā
3.	Kasrah + ya'mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	Karim
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	U
	فروض	Ditulis	Furūd

#### 6. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya'mati	Ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	au
	قول	Ditulis	qaulun

#### 7. Vokal Pendek Yang Berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>

#### 8. Kata sandang alif + lam

a. Apabila diikuti huruf qamariyyah ditulis dengan menggunakan huruf "al"

القياس	Ditulis	Al-Qiyas
--------	---------	----------

- b. Apabila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya dengan menghilangkan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
--------	---------	----------------

**9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat**

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي الفروض	Ditulis	<i>ẓawī alfurūd</i>
------------	---------	---------------------



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum wr.wb*

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Sikap Terhadap Keputusan Generasi Z Menggunakan Layanan Pembukaan Rekening Online BSI Mobile (Studi Pada Gen Z Nasabah BSI Di Purwokerto)” dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat hingga akhir zaman. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Strata 1 (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam, Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini pastinya tidak terlepas dari doa dan dukungan baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih atas segala bantuan, bimbingan, serta saran dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Suwito, M. Ag., Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim S. Ag, M.M., Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag, Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M. Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. H. Akhmad Faozan ,Lc., M.Ag., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

7. Prof Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M. Pd., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H Chandra Warsito, M.Si., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. H. Sochimim, Lc., M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., selaku Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Ida Puspitarini W, S.E., Ak., M.Si., C.A, selaku Dosen Pembimbing skripsi, terima kasih telah meluangkan waktu, tenaga, motivasi, dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
12. Seluruh Dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
13. Segenap Staff Administrasi Perpustakaan Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
14. Untuk seluruh responden masyarakat Kota Purwokerto kalangan generasi Z yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Tersistimewa untuk kedua orangtua saya, saya ucapkan terimakasih untuk Bapak Kusdiantoro yang telah menjadi motivator terbaik dalam kehidupan yang memberikan bimbingan untuk selalu menjadi anak yang kuat dan Ibu Rohyati yang merupakan sosok ibu yang hebat saya ucapkan terimakasih atas jasa, iringan doa-doa yang selalu dipanjatkan, serta support yang tak henti-hentinya diberikan dalam mengiringi setiap perjalanan dalam menyelesaikan pendidikan saya sampai jenjang ini, Terima kasih banyak, semoga selalu diberikan kesehatan, perlindungan, dan keberkahan hidup dari Allah SWT.
16. Terima kasih untuk adiku tercinta Cheryl Kafka Samudra yang selalu menghibur dan memberi semangat kepada penulis.



17. Terima kasih kepada keluarga besar saya yang selalu memberikan support dan semangat khususnya dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga selalu dipermudah segala urusan dan kebaikannya dibalas Allah SWT.
18. Terima kasih kepada teman saya, Berliany dan Novita, yang selalu memberikan semangat, mendengarkan keluh kesah, memberikan bantuan, motivasi, saran dan kerjasama, serta doa baik.
19. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah B angkatan 2019 yang telah memberikan cerita, pengalaman, dan pelajaran hidup. Terima kasih kebersamaannya selama 4 tahun, semoga kita semua dimudahkan segala urusan.
20. Terimakasih untuk diriku sendiri yang sudah kuat dan sabar sampai akhir dalam proses penyusunan skripsi ini.
21. Terima kasih kepada K-pop Blackpink Rose, Jiso, Jennie dan Lisa yang selalu menemani saya dengan lagu-lagunya pada saat saya mengerjakan.
22. Terima kasih kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat kepada semua pihak yang telah membantu penulis. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kesalahan, oleh karena itu untuk perbaikan selanjutnya, kritik dan saran penulis terima dengan senang hati. Semoga skripsi ini bermanfaat baik untuk penulis maupun semua pihak.

*Wassalamu"alaikum wr.wb1*

Purwokerto, 19 Januari 2024  
Peneliti yang menyatakan



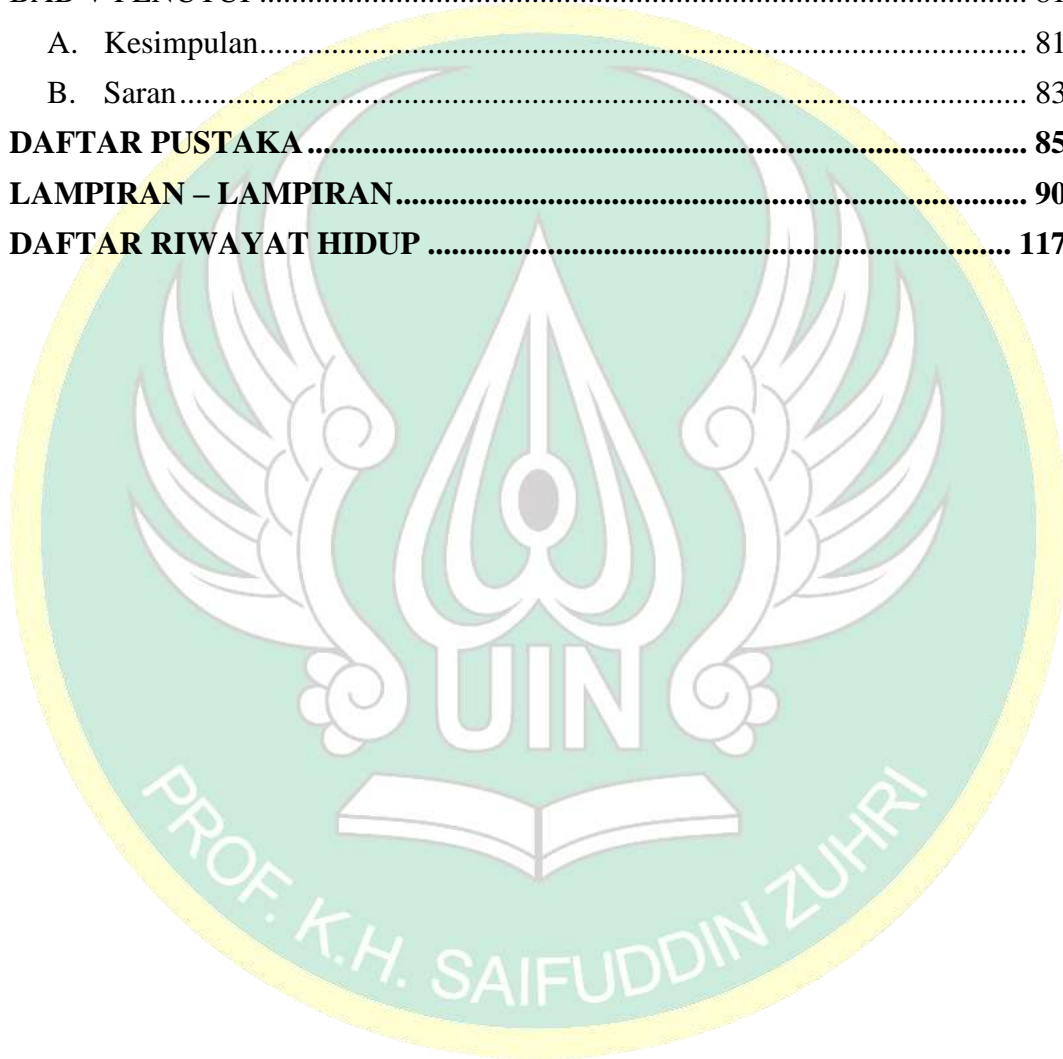
**Neta Shinta Vernanda**

NIM. 1917202080

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>15</b>
A. Kajian Teori .....	15
B. Hubungan Antar Variabel.....	31
C. Kajian Pustaka .....	34
D. Kerangka Konseptual.....	41
E. Rumusan Hipotesis .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>46</b>
A. Jenis Penelitian .....	46
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	46
C. Populasi dan Sampel.....	46
D. Variabel dan Indikator Penelitian .....	48
E. Teknik Pengumpulan Data .....	50
F. Sumber Data .....	51
G. Teknik Analisis Data .....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>56</b>

A. Gambaran Umum.....	56
B. Karakteristik Responden.....	58
C. Distribusi Jawaban Responden.....	61
D. Hasil Analisis Data .....	64
E. Pembahasan dan Hasil Penelitian .....	74
F. Keterbatasan Penelitian .....	80
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>81</b>
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN.....</b>	<b>90</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>117</b>



## DAFTAR TABEL

Table 1. 1	Perkembangan Nasabah BSI Tahun (2021-2023).....	3
Table 2. 1	Perbandingan Hasil Kajian Penelitian Terdahulu .....	34
Table 2. 2	Indikator Penelitian .....	49
Table 2. 3	Tingkat Kekuatan Korelasi .....	49
Table 4. 1	Hasil Dari Pendistribusian Kuesioner .....	58
Table 4. 2	Tabel Frekuensi Responden Berdasarkan Umur.....	59
Table 4. 3	Tabel Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
Table 4. 4	Tabel Frekuensi Responden Berdasarkan Status .....	60
Table 4. 5	Tabel Frekuensi Responden Berdasarkan Domisili .....	61
Table 4. 6	Distribusi Respon Responden Variabel Persepsi Manfaat (X1) .....	62
Table 4. 7	Distribusi Respon Responden Variabel Kemudahan Penggunaan (X2) .....	62
Table 4. 8	Distribusi Respon Responden Variabel Sikap (X3).....	63
Table 4. 9	Distribusi Respon Responden Variabel Keputusan Penggunaan (Y) 64	
Table 4. 10	Hasil Uji Validitas.....	65
Table 4. 11	Hasil Uji Reliabilitas .....	66
Table 4. 12	Hasil uji Rank Spearman.....	67
Table 4. 13	Tingkat Kekuatan Korelasi .....	68
Table 4. 14	Hasil Korelasi Kendall's W .....	70
Table 4. 15	Hasil Uji Regresi Ordinal.....	71
Table 4. 16	Hasil Uji Regresi Ordinal.....	72
Table 4. 17	Hasil Uji Regresi Ordinal Goodnes of fit .....	73
Table 4. 18	Hasil Uji Regresi Ordinal Pseudo R-Square .....	73
Table 4. 19	Hasil Uji Regresi Ordinal Parameter Estimates.....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Tampilan Aplikasi BSI Mobile .....	3
Gambar 1. 2	Ulasan Aplikasi BSI Mobile .....	4
Gambar 1. 3	Komposisi Penduduk Provinsi Jawa Tengah Menurut Generasi 2020.....	6
Gambar 2. 1	Kerangka konseptual.....	41





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner.....	89
Lampiran 2	Data Responden.....	94
Lampiran 3	Tabulasi Data.....	97
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas.....	106
Lampiran 5	Uji Rank Spearman.....	109
Lampiran 6	Uji Korelasi Kendall's W.....	110
Lampiran 7	Uji Regresi Ordinal.....	110
Lampiran 8	Dokumentasi Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	112
Lampiran 10	Acc Judul.....	114
Lampiran 11	SKL Sempro.....	115
Lampiran 12	Surat Izin Penelitian.....	116



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Berkembang pesatnya teknologi informasi di era digital saat ini, ditandai dengan kemudahan akses internet yang luas telah mendorong tingkat adopsi pengguna internet di Indonesia terus meningkat tiap tahunnya. Dapat dilihat dari hasil data survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggaraan Jaringan Internet Indonesia (APJII) yang menunjukkan bahwa pada periode tahun 2022-2023 pengguna internet di Indonesia mencapai angka 215,63 juta orang atau setara dengan 78,19 % dari total penduduk Indonesia sebanyak 278,69 juta jiwa yang secara aktif sudah menggunakan internet dan *smartphone*. Jumlah pengguna ini meningkat sekitar 2,67 % dibanding periode sebelumnya periode tahun 2021 sebanyak 210,03 juta (APJII, 2023). Dengan jumlah pengguna tersebut, menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sangat antusias terhadap kemudahan penggunaan internet yang ditawarkan pada era digitalisasi saat ini.

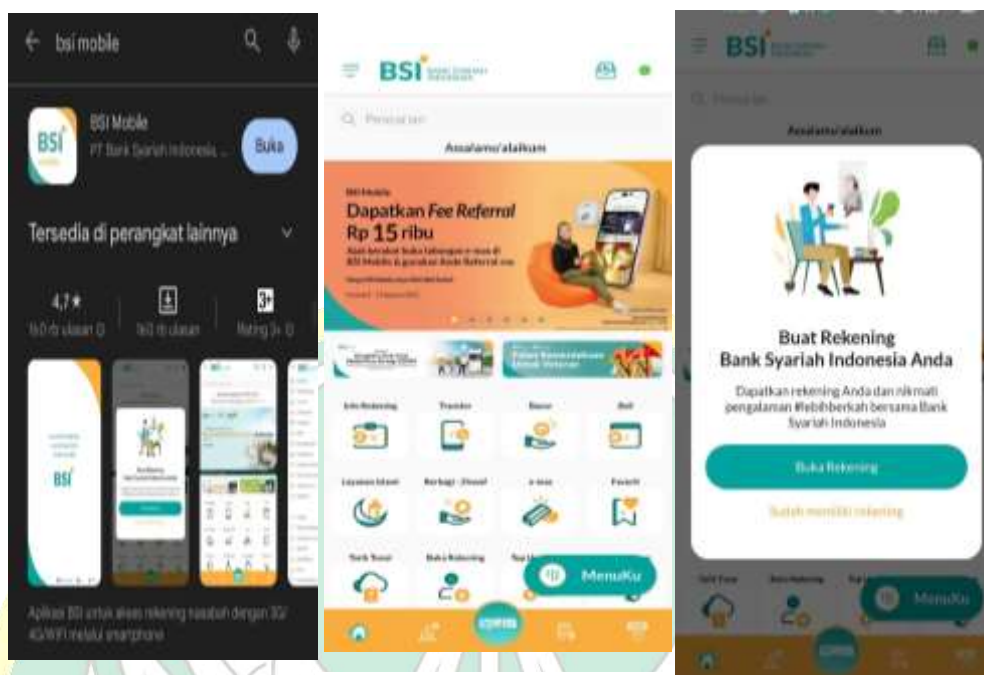
Disamping faktor teknologi informasi yang semakin canggih adanya pandemi covid-19 yang melanda Indonesia selama dua tahun belakangan ini menjadi salah satu pemicu yang merubah pola interaksi masyarakat di segala aspek kehidupan (Firdaus dkk, 2021). Efek dari pandemi covid-19 ini bukan hanya berdampak pada kesehatan saja, namun seluruh aspek di berbagai sektor industri termasuk pada lembaga keuangan perbankan yang berperan penting sebagai fasilitator penyalur dana pada perekonomian terbesar di Indonesia (Akbar dkk, 2022). Kemajuan teknologi dan kemudahan akses internet di era modernisasi saat ini telah merubah kebiasaan masyarakat ke arah serba digital khususnya dalam hal pola perilaku atau tingkat daya beli, aktivitas transaksi, dan penggunaan layanan keuangan (Widyawati dan Moeliono, 2018).

Berkembangnya teknologi tentunya menjadi peluang sekaligus faktor yang mendorong percepatan layanan pada lembaga keuangan perbankan menuju perbankan digital untuk dapat menyediakan layanan jasa yang berkualitas dan efektif sesuai kebutuhan nasabahnya. PT Bank Syariah Indonesia Tbk menjadi salah satu perbankan yang memanfaatkan peluang

bisnis di era digital, dengan menyediakan layanan Mobile banking atau yang diberi nama BSI Mobile ini hadir dengan tujuan untuk memudahkan kegiatan transaksi dan menyesuaikan kebutuhan nasabah menjadi lebih efektif. PT. Bank Syariah Indonesia Tbk ialah perbankan syariah hasil dari merger tiga bank BUMN yaitu PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Tbk, PT. Bank Syariah Mandiri Tbk, dan PT. Bank Negara Indonesia Tbk yang (Bank Syariah Indonesia, 2023). Fasilitas layanan BSI Mobile adalah suatu aplikasi berbasis teknologi yang bermanfaat untuk membantu memudahkan aktivitas transaksi perbankan nasabah dengan fitur layanan transaksi dan informasi yang cukup lengkap, dimana layanan ini dapat diakses selama 24 jam secara mandiri oleh nasabah tanpa harus datang secara langsung mengunjungi cabang bank (Amalia dan Hastriana, 2022).

Layanan Mobile tersebut dapat diakses dengan menginstal terlebih dahulu aplikasinya di *Play Store* dan *App Store* yang tersedia di *smartphone* masing-masing nasabah. Selain fitur layanan informasi dan layanan transaksi dalam aplikasi BSI Mobile juga menyediakan inovasi layanan pembukaan rekening online. Dikutip dari *kompas.com* Direktur Utama Bank Syariah Indonesia, Hery Gunardi mengungkapkan bahwa dihadapkannya inovasi fitur layanan pembukaan rekening online dengan fitur *biometrik* ini akan berfokus menjangkau calon nasabah yang berasal dari golongan generasi Z sebagai pengguna aktif layanan digital (Kompas.com, 2021). Sebab berdasarkan data sensus penduduk BPS pada tahun 2020, dari jumlah total penduduk sebanyak 270,2 juta jiwa di Indonesia terdapat sekitar 27,94% proporsi generasi Z yang berarti lebih dari separuh penduduk Indonesia merupakan golongan dari dua generasi usia produktif tersebut (Badan Pusat Statistik, 2020). Berikut tampilan dalam aplikasi BSI Mobile.

**Gambar 1. 1 Tampilan Aplikasi BSI Mobile**



Sumber : Bankbsi.co.id

Sebagai cerminan perbankan yang baru merger, perkembangan BSI seiring dengan tren digital banking mengalami peningkatan yang cukup pesat secara signifikan. Hal ini terlihat dari data perkembangan jumlah nasabah BSI tiga tahun terakhir yaitu tahun (2021-2023) di Indonesia yang didominasi nasabah dari generasi muda seperti generasi Z dan milenial (Bank Syariah Indonesia, 2023).

**Table 1. 1**  
**Perkembangan Nasabah BSI Tahun (2021-2023)**

Tahun	Jumlah user BSI Mobile	Jumlah Nasabah BSI
2021	3,2 juta orang	13 juta orang
2022	4,44 juta orang	17.78 juta orang
2023 (Per-Mei)	5,18 juta orang	18.7 juta orang

Sumber : Bankbsi.co.id

Dilansir dari Kontan.co.id Parulian Saragih selaku SEVP digital banking BSI Mobile menyatakan bahwa terjadinya peningkatan jumlah nasabah ini

merupakan efek dari pergeseran preferensi masyarakat yang semakin mengedepankan penggunaan aplikasi berbasis teknologi digital sebagai suatu kebutuhan seperti *e-channel* (Kontan.co.id, 2023). Namun disamping pesatnya tren digital pengguna layanan BSI Mobile tersebut dalam penggunaannya masih ditemui kendala pada sebagian nasabah.

Hal tersebut dibuktikan dengan hasil penelitian oleh Suhayati dkk (2022) yang menjelaskan bahwa masih terdapat kendala yang muncul dari masyarakat terkait pengoperasian BSI Mobile dan *webform* BSI, dimana nasabah kesulitan dalam cara penggunaannya serta kurangnya pemahaman terkait teknologi (fitur di BSI Mobile). Selain itu berdasarkan ulasan di *Play Store* pada aplikasi BSI Mobile terlihat dari rating aplikasinya sempat mengalami penurunan dari awalnya 5,0 menjadi 3,6 pada bulan Mei 2023, kemudian terdapat ulasan dari beberapa nasabah yang mengeluhkan sistemnya yang sering eror saat proses aktivasi pembukaan rekening online maupun saat transaksi.

**Gambar 1. 2 Ulasan Aplikasi BSI Mobile**



Sumber : Play Store

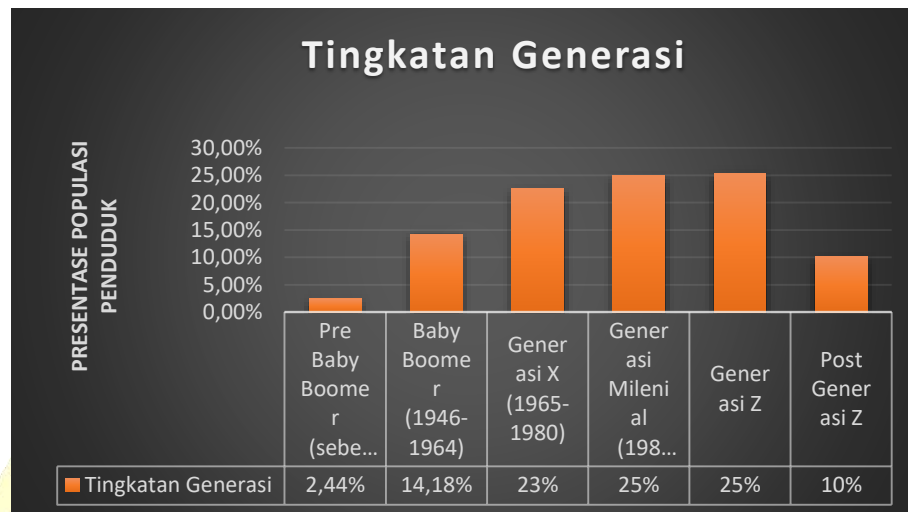


Dari ulasan tersebut menunjukkan bahwa terdapat beberapa pengguna yang mengeluhkan kesulitan atau kendala saat akan melakukan pembukaan rekening secara online melalui BSI Mobile dimulai dari verifikasi data sampai aktivasi. Hal ini dapat terjadi karena sistem yang terkadang eror, smartphone pengguna yang tidak *support*, jaringan yang tidak stabil serta kurangnya pemahaman pengguna terkait penggunaan fitur layanan pada BSI Mobile.

Gen Z adalah generasi dengan usia produktif, dimana mereka lahir pada rentang tahun antara 1997 hingga tahun 2012 sekitar umur 8-23 tahun (Badan Pusat Statistik, 2020). Yang pada tahun 2023 ini diperkirakan berumur 11 sampai 26 tahun. Gen Z ini merupakan pengguna aktif layanan digital, yang dicirikan mereka memiliki kepekaan yang tinggi terhadap kemajuan teknologi atau dapat dikatakan mereka lebih melek teknologi, cenderung bersifat individualis, mereka lebih suka terhadap hal-hal bersifat praktis, kritis dan mereka juga mampu mengerjakan beragam kegiatan dalam satu waktu secara bersamaan (*multi tasking*) (Pratiwi dkk, 2020).

Hal tersebut membuat generasi ini dijadikan sasaran utama pengguna bagi para pebisnis dalam menawarkan inovasi layanan berbasis digital mereka. Berdasarkan Hasil Sensus Penduduk BPS Provinsi Jawa Tengah Tahun 2020 menunjukkan bahwa dari keseluruhan penduduk Provinsi Jawa Tengah yang mencapai 36,52 juta jiwa, terdapat komposisi presentase sekitar 25,31% penduduknya didominasi oleh generasi Z dan kedua generasi milenial sebesar 24,93%, gen X 22,53%, *baby boomer* 14,18% dan *post gen Z* 10,61% (BPS, 2021). Berikut bagan tingkatan generasi Hasil Sensus Penduduk BPS Provinsi Jawa Tengah Tahun 2020 beserta persentase populasinya.

**Gambar 1. 3 Komposisi Penduduk Provinsi Jawa Tengah Menurut Generasi 2020**



Sumber : William H. Frey analysis of Census Bureau Population Estimates, BPS Provinsi Jawa Tengah SP2020.

Sejalan dengan data Sensus Penduduk BPS Provinsi Jawa Tengah Tahun 2020, dikutip dari Radar Banyumas menurut Riwin Mirhadi Kepala Kantor OJK Purwokerto memaparkan bahwa perkembangan perbankan di Eks Karesidenan Banyumas sebagai salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah pada triwulan III bulan September tahun 2022 tercatat dalam kondisi stabil, tercermin dari pertumbuhan asset perbankan yang tumbuh sebesar 8,75% *year on year (yoy)*, dengan total sebesar Rp 48,28 triliun, selanjutnya pada DPK juga mengalami pertumbuhan sebesar 6,80% *year on year (yoy)*, dan penyaluran kredit yang tumbuh sebesar 9,78%) mencapai total Rp 39,71 triliun (Radar Banyumas, 2022). Sementara berdasarkan data sensus penduduk BPS tahun 2023 yang diterbitkan pada Februari 2023 dengan publikasi BPS bertajuk statistika Indonesia 2023. Indonesia mempunyai jumlah penduduk generasi Z sekitar 60 juta orang yang tersebar diberbagai kota (BPS, 2023)

Kota Purwokerto merupakan salah satu wilayah di Provinsi Jawa Tengah yang merupakan Ibu Kota dari Kabupaten Banyumas yang secara geografis berada di tengah–tengah wilayah Kabupaten Banyumas. Berdasarkan data BPS Kabupaten Banyumas tahun 2020 jumlah penduduk kota Purwokerto mencapai

249.618 juta/jiwa (Badan Pusat Statistik, 2020). Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Mardiansjah (2022) menunjukkan bahwa Kota Purwokerto sebagai Ibu kota Banyumas ini selalu menjadi pusat konsentrasi pemerintahan pelayanan utama warga di Kabupaten Banyumas serta menjadi wilayah perkotaan yang cukup besar dengan letaknya yang strategis serta memiliki kepadatan penduduk  $\geq 200.000$  jiwa/orang sejak tahun 1990 dengan perkembangan perkotaannya yang signifikan cepat di 4 kecamatan di Purwokerto yaitu Purwokerto Barat, Purwokerto Timur, Purwokerto Selatan, dan Purwokerto Utara. Disamping itu Kota Purwokerto juga mendapat julukan sebagai kota pelajar. Karena kota ini memiliki beberapa perguruan tinggi (universitas) baik swasta dan negeri yang menjadikan kota tersebut sebagai pilihan tempat bagi pelajar dari luar kota untuk melanjutkan pendidikannya. Maka dengan keadaan penduduk di Kota Purwokerto yang padat sebagai pusat ekonomi tersebut tentunya akan berpengaruh terhadap aktivitas transaksi keuangan perbankan pada masyarakatnya.

Alasan peneliti memilih objek layanan pembukaan rekening online BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia, karena BSI merupakan salah satu perbankan Syariah terbesar di Indonesia yang menyediakan layanan pembukaan rekening online. Yang mana dikutip dari laman *World Population Review* tahun 2021, meski negara Indonesia menjadi negara yang memiliki populasi umat Islam terbesar mencapai 90% dengan 231 juta/jiwa, namun market share, jumlah aset serta penetrasi dari perbankan syariah masih jauh jika dibanding dengan bank konvensional (World Population Review, 2021). Sementara itu di Kota Purwokerto terdapat 3 kantor cabang BSI yaitu Kantor Cabang Purwokerto Sudirman 1, Kantor Cabang Purwokerto Sudirman 2, dan Kantor Cabang Purwokerto Karangobar. Oleh karena itu peneliti memilih kota ini sebagai lokasi penelitian, karena berdasarkan data yang sudah diuraikan tersebut mengindikasikan di kota Purwokerto ini berpotensi dalam pengembangan, pengadopsian layanan perbankan berbasis teknologi layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile yang ditawarkan Bank Syariah

Indonesia yang didukung dengan demografi penduduknya yang cukup padat berasal dari kalangan generasi Z.

Adapun beberapa aspek yang dapat mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan Mobile banking seperti minimnya promosi fitur Mobile banking dari pihak bank dan kurangnya literasi keuangan / pemahaman terkait penggunaan fitur dalam layanan Mobile banking (Vadly dan Onan, 2021). Sebab jika tidak ada minat maka tidak akan terjadi keputusan penggunaan layanan. Selain pemahaman teknologi terhadap fitur BSI Mobile preferensi personal individu terkait faktor-faktor penerimaan teknologi digital juga dapat mempengaruhi generasi Z dalam hal penggunaan layanan BSI mobile. Maka untuk mengetahui apa saja faktor yang mempengaruhi keputusan penerimaan nasabah dalam menggunakan layanan pembukaan rekening online melalui aplikasi BSI Mobile pada generasi Z di Kota Purwokerto ini, digunakan acuan sebuah model teori yakni disebut teori model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model*).

Model TAM ini adalah sebuah teori yang didasarkan pada teori psikologi yang menerangkan tentang perilaku pengguna dalam menerima sistem teknologi yang mengacu pada keyakinan, sikap, niat dan hubungan perilaku penggunaannya (Amalia dan Hastriana, 2022). Teori penerimaan teknologi diperkenalkan pada tahun 1986 oleh Fred Davis, dimana teori ini berfokus pada dua faktor dasar, yakni persepsi dari pengguna terhadap kemudahan penggunaan dan kebermanfaatan yang dimiliki teknologi yang kemudian berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan teknologi baru.

Di sisi lain menurut Jogyanto 2007 dalam Kota dan Kusumawati (2022) mengungkapkan terdapat empat komponen dalam TAM yaitu Persepsi kegunaan atau persepsi manfaat, persepsi kemudahan, sikap terhadap perilaku atau sikap penggunaan dan minat perilaku pengguna teknologi. Tujuan model TAM ini digunakan guna mengidentifikasi apa saja faktor-faktor penerimaan seseorang terhadap sebuah teknologi dan menerangkan hubungan kausalitas antara kepercayaan, sikap, perilaku dan niat dalam menggunakan sistem



teknologi. Sehingga berdasar teori tersebut, peneliti memutuskan untuk mengangkat 3 komponen dari teori TAM sebagai variabel untuk penelitian ini yaitu ada persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan sikap pengguna sebagai aspek yang dapat menjadi penyebab seseorang mengambil keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online BSI Mobile.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi penggunaan layanan pembukaan rekening online BSI Mobile adalah persepsi manfaat. Secara umum persepsi manfaat merupakan tingkatan dimana individu mempercayai akan ada manfaat positif yang didapat saat menggunakan suatu teknologi yang mampu meningkatkan tingkat efektivitas, produktivitas dan kinerja. Menurut hasil penelitian Aryanti dkk (2023) menunjukkan bahwa variabel kebermanfaatan mempengaruhi secara positif keputusan nasabah menggunakan teknologi layanan pembukaan rekening virtual. Namun ternyata berbeda dengan penelitian yang dilakukan Saputra dkk (2023) yang mana hasil penelitiannya menyatakan persepsi manfaat tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan aplikasi BRIMO pada pengguna mahasiswa dan mengindiasikan terdapat kemungkinan faktor lain yang lebih mempengaruhi keputusan penggunaan seperti adanya faktor eksternal atau preferensi personal.

Manfaat yang dirasakan juga dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan karena semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin bermanfaat sistem tersebut. Maka faktor kedua yang mempengaruhi penggunaan layanan pembukaan rekening online BSI Mobile yakni kemudahan penggunaan. Pengertian persepsi kemudahan diartikan sebagai ukuran dimana seseorang memiliki kepercayaan bahwa saat menggunakan sistem teknologi tertentu mudah dioperasikan atau diakses tanpa mengeluarkan usaha yang banyak (Setyowati dan Respati, 2017). Dengan kata lain jika layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile yang ditawarkan dirasa mudah digunakan maka hal tersebut akan mendorong pengguna gen Z untuk menerima serta menggunakan teknologi tersebut tanpa ragu. Adapun hasil penelitian Kurniawan (2020) menyatakan bahwasanya variabel pertama yakni kemudahan berpengaruh signifikan terhadap sikap nasabah untuk



menggunakan *internet banking* pada nasabah BRI di Surabaya. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan Nurdin (2020) menunjukkan bahwa variabel kemudahan pengguna berpengaruh namun tidak secara signifikan terhadap minat seorang nasabah menggunakan Mobile banking pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN kota Palu yang mana mahasiswa tergolong sebagai gen Z.

Selain faktor tersebut, adapun aspek lain yang dapat mempengaruhi penerimaan teknologi yaitu sikap pengguna. Sikap adalah respon penilaian seseorang terhadap hal-hal objek tertentu yang melibatkan pendapat dan emosi. Penggunaan teknologi berdasarkan hasil penelitian Harb dan Alhayajneh (2019) ditentukan oleh niat menggunakan teknologi, dimana niat pengguna dapat dilihat dari sikap pengguna terhadap penggunaan teknologi. *Attitude Toward Using* menurut Arif (2012) atau biasa disebut sikap pengguna teknologi ini diartikan sebagai sudut pandangan atau kecenderungan individu pada penggunaan suatu sistem teknologi yang dapat berupa penerimaan atau penolakan sebagai dampak apabila konsumen mengadopsi teknologi tersebut. Sedangkan menurut Widyawati dan Moeliono (2018), menerangkan bahwa sikap penggunaan adalah keadaan emosi, perasaan positif atau negatif, dan perilaku seseorang berupa preferensi jangka panjang terhadap objek atau gagasan tertentu dalam melakukan aktivitas penggunaan teknologi. Karena saat konsumen menilai suatu layanan dengan perasaan suka atau positif, maka mereka tidak segan untuk melakukan pengadopsian atau pembelian. Kotler dan Armstrong dalam Widya dkk (2022) mengungkapkan terdapat tiga komponen yang membentuk sikap pengguna (*attitude toward using*) antara lain komponen Kognitif, Afektif dan Perilaku.

Menurut hasil penelitian Tyas dan Riza (2023), menunjukkan variabel sikap berpengaruh terhadap minat generasi millennial mengadopsi Mobile banking syariah. Semakin tinggi sikap positif konsumen terhadap penggunaan Mobile banking perbankan syariah, berarti akan semakin besar pula mendorong keputusan penggunaan layanan. Berdasarkan analisis yang dilakukan Issalillah dkk (2021) ditemukan bahwa aspek sikap konsumen berkontribusi sebesar 51,9

% berperan dalam hal membangun perilaku konsumen. Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian yang dilakukan Sudarti dan Susanti (2018) menunjukkan sikap berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Dengan kata lain jika sikap terhadap layanan Mobile banking semakin positif, maka secara tidak langsung akan membangkitkan niat penggunaan teknologi.

Sehingga berdasarkan uraian latar belakang masalah penelitian di atas, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Sikap Terhadap Keputusan Generasi Z Menggunakan Layanan Pembukaan Rekening Online BSI Mobile (Studi Pada Generasi Z Nasabah BSI Di Purwokerto)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Sehubungan dengan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka peneliti dapat mengemukakan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile pada generasi Z di Purwokerto ?
2. Apakah Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile pada generasi Z di Purwokerto ?
3. Apakah Sikap berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam penggunaan layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile pada generasi Z di Purwokerto ?
4. Apakah Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Sikap berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile pada generasi Z di Purwokerto ?

### C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini dilakukan untuk menguji dan menganalisis :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile pada generasi Z di Purwokerto.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan menggunakan layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile pada generasi Z di Purwokerto.
3. Untuk mengetahui pengaruh sikap terhadap keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile pada generasi Z di Purwokerto.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan sikap berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile pada generasi Z di Purwokerto.

Adapun manfaat dari penelitian ini yang terbagi menjadi dua yakni Teoritis dan Praktis sebagai berikut:

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan, pemahaman masyarakat dan memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan ekonomi khususnya terkait dengan kajian mengenai keputusan generasi Z dalam menggunakan jasa bank syariah yang nantinya
- b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti, Bank, generasi Z, dan pemerintah terkait dengan kajian mengenai keputusan generasi Z dalam menggunakan jasa bank syariah. Berikut ini adalah beberapa manfaat dari penelitian ini :

#### 1) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan baru dan menjadi tambahan acuan, referensi penelitian berikutnya khususnya bagi peneliti yang hendak meneliti lebih lanjut terkait layanan pembukaan rekening online pada BSI Mobile.

## 2) Bagi Bank

Penelitian ini dapat membantu memberikan gambaran bagi Bank Syariah Indonesia mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nasabah dalam penerimaan dan menggunakan layanan pembukaan rekening online yang tersedia melalui BSI Mobile khususnya generasi Z. Sehingga dapat meningkatkan layanan agar sesuai dengan kebutuhan dan preferensi nasabah.

## 3) Bagi Generasi Z

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi, menambah pengetahuan gen Z agar lebih yakin dengan menggunakan layanan pembukaan rekening secara online melalui BSI Mobile dapat mempermudah kegiatan perbankan dan untuk lebih mengenal produk layanan perbankan BSI Mobile.

## 4) Bagi Pemerintah

Penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada pemerintah terkait potensi serta tantangan dari inovasi layanan digital perbankan BSI Mobile serta pengaruhnya terhadap perilaku masyarakat. Sehingga pemerintah dapat mendukung pengembangan layanan perbankan dengan rancangan kebijakan publik yang efektif.

### **D. Sistematika Penelitian**

Untuk mempermudah dan lebih terarah dalam memahami pembahasan dalam skripsi ini, maka disusunlah sistematika pembahasan penelitian yang masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab sebagai berikut:

#### **a. Bab I Pendahuluan**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat dan sistematika penulisan yang menjadi dasar penelitian.

#### **b. Bab II Landasan Teori**

Pada bab ini menguraikan landasan teori dan referensi studi penelitian terdahulu yang relevan terkait dengan persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan sikap terhadap keputusan generasi Z



menggunakan layanan virtual buka rekening online BSI Mobile di kota Purwokerto yang akan memberikan pemahaman mendasar kepada pembaca mengenai teori yang melandasi penelitian ini.

**c. Bab III Metodologi Penelitian**

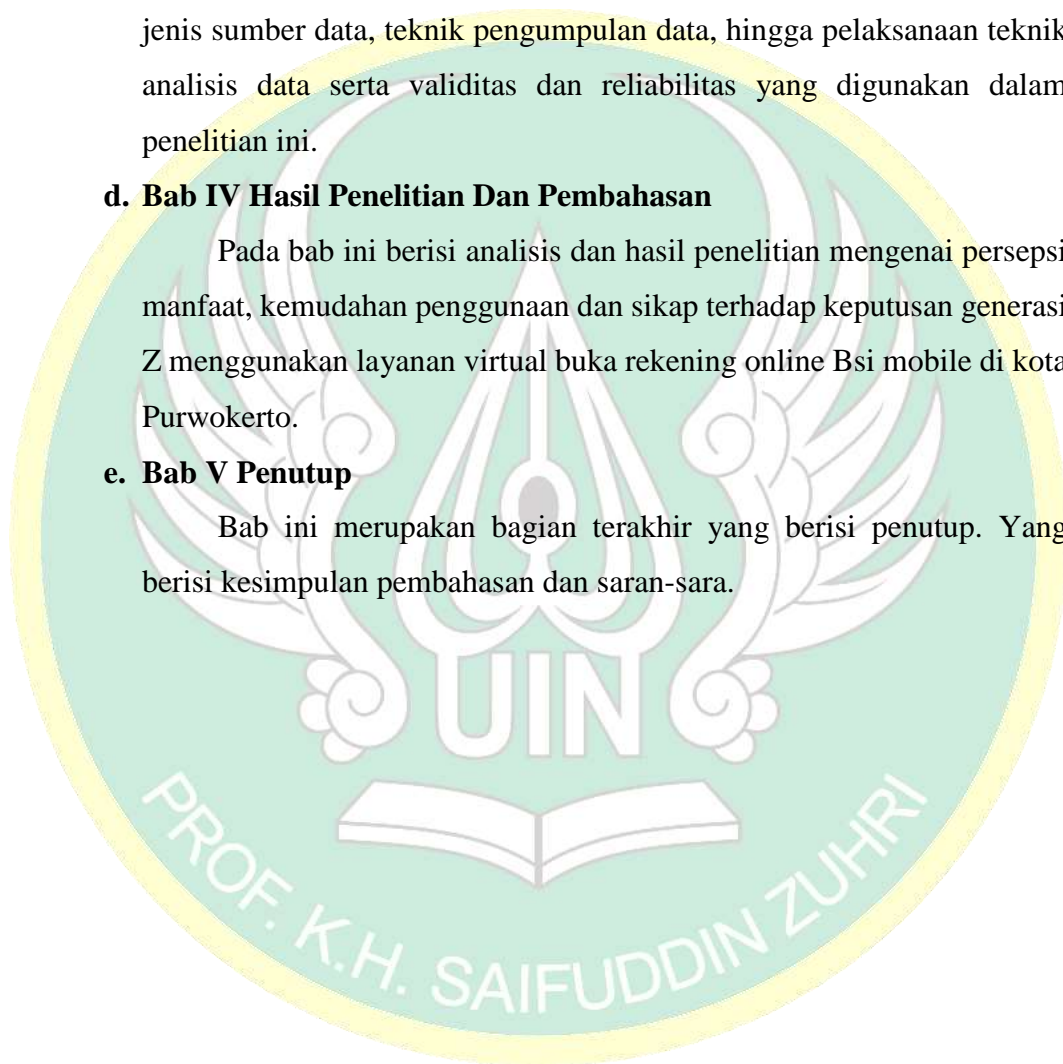
Pada bab ini berisi uraian mengenai persiapan analisis mencakup metode yang digunakan, identifikasi dan definisi operasional variable, jenis sumber data, teknik pengumpulan data, hingga pelaksanaan teknik analisis data serta validitas dan reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini.

**d. Bab IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan**

Pada bab ini berisi analisis dan hasil penelitian mengenai persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan sikap terhadap keputusan generasi Z menggunakan layanan virtual buka rekening online Bsi mobile di kota Purwokerto.

**e. Bab V Penutup**

Bab ini merupakan bagian terakhir yang berisi penutup. Yang berisi kesimpulan pembahasan dan saran-sara.





## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Teori Persepsi Manfaat**

###### **a. Pengertian Persepsi Manfaat**

Secara umum kata manfaat dalam konteks perkembangan teknologi saat ini dapat diartikan sebagai pandangan atau persepsi subjektif dari pengguna tentang penggunaan aplikasi yang dapat membantu mempermudah pekerjaannya. Persepsi Kebermanfaatan (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya atau meyakini bahwa dengan menggunakan suatu teknologi tertentu dapat memudahkan aktivitas dan meningkatkan prestasi kerja (Dewi dkk, 2017).

Jika sebuah sistem atau teknologi tertentu memiliki persepsi kebermanfaatan yang tinggi terhadap efektivitas kinerja maka akan mendorong niat penggunaan sistem tersebut semakin banyak. Pemahaman tentang persepsi atas manfaat yang dirasakan terbagi menjadi 2 kategori menurut William dan Tjokrosaputro (2021) yaitu:

- 1) Manfaat yang dirasakan dengan memperhitungkan faktor-faktor kegunaan yang dapat membuat pekerjaan menjadi lebih ringan serta mudah dan dapat meningkatkan produktivitas serta efisiensi dalam pekerjaan.
- 2) Manfaat yang dirasakan dengan berdasarkan 2 perkiraan faktor yaitu: pertama indikator manfaat terdiri dari dimensi kemudahan dalam pekerjaan dan kebergunaan dalam meningkatkan produktivitas pekerjaan menjadi lebih cepat. Kedua indikator terkait efektifitas terdiri dari dimensi pengembangan prestasi kinerja dan peningkatan efektivitas.

## b. Indikator Persepsi Manfaat

Adapun indikator yang membentuk pandangan atau persepsi kebermanfaatan seorang individu terhadap suatu sistem teknologi. Indikator tersebut terdiri dari 5 dimensi antara lain (Davis, 1989):

- 1) Pekerjaan menjadi lebih cepat selesai (*Work more quickly*)
- 2) Meningkatkan produktivitas kinerja (*Job performance*)
- 3) Mempermudah suatu pekerjaan (*Makes Job easier*)
- 4) Berguna / Bermanfaat (*Usefull*)

Dari pengertian diatas, maka dapat diartikan bahwa apabila layanan diyakini memiliki manfaat lebih dalam hal meningkatkan produktivitas. Sehingga mendorong lebih banyak tingkat adopsi pengguna layanan tersebut. Demikian dalam konteks layanan buka rekening online, layanan ini memberi kemudahan akses pembukaan rekening dengan cepat secara online, sehingga dapat meminimalkan waktu serta upaya datang langsung ke bank dan meningkatkan produktivitas pengguna dalam aktivitas transaksi keuangan mereka.

## 2. Teori Kemudahan Penggunaan.

### a. Definisi Kemudahan Penggunaan

Kemudahan dapat dipahami sebagai suatu kondisi dimana seseorang tidak akan mengalami kesulitan dan tidak perlu berusaha keras dalam mencapainya. Persepsi kemudahan menurut Davis (1989) dalam Prakosa dan Wintaka (2020) mendefinisikan *perceived ease of use* adalah sejauh mana seseorang berpikir serta yakin jika menerapkan suatu sistem atau teknologi tertentu dapat meningkatkan efektivitas pekerjaan mereka. Semakin besar seseorang meyakini bahwa terdapat banyak manfaat kemudahan yang ditawarkan dari penggunaan teknologi, maka akan semakin mempengaruhi tingkat niat untuk menggunakannya. Sebaliknya saat seseorang tidak meyakini bahwa terdapat banyak manfaat kemudahan yang ditawarkan dari penggunaan suatu teknologi, maka dengan keyakinan tersebut akan dijadikan sebagai alasan untuk tidak menggunakan teknologi tersebut.

Dalam konteks pemilihan perbankan, seorang nasabah yang cermat dalam hal memilih perbankan jelas akan mempertimbangkan dari beragam alternatif perbankan mana saja yang akan menjadi pilihan berdasarkan fasilitas serta fitur-fitur yang diyakini akan mengamankan uangnya serta fitur-fitur yang memudahkan transaksi mereka Budhijono dan Nainggolan (2020) Dengan demikian keyakinan individu terkait persepsi kemudahan atau kesulitan penggunaan layanan menjadi faktor penting yang secara tidak langsung mempengaruhi pengambilan keputusan dalam hal ini penggunaan layanan perbankan seperti buka rekening online.

b. Indikator Kemudahan Penggunaan

Menurut Davis (1989) suatu teknologi atau sistem tertentu dikatakan mudah dalam penggunaannya jika memiliki beberapa dimensi atau indikator sebagai berikut :

- 1) Teknologi ini mudah diaplikasikan (*easy to learn*)
- 2) Bisa diatur penggunaannya (*controllable*)
- 3) Mudah dipahami (*clear & understandable*)
- 4) Fleksibel (*flexible*)
- 5) Mudah dijadikan keterampilan (*easy to become skilful*)
- 6) Mudah digunakan atau diterapkan (*easy to configure skills*)

### 3. Teori Sikap

a. Pengertian Keputusan penggunaan

Menurut Davis (1989) sikap penggunaan (*attitude toward using*) adalah perilaku seseorang pada penggunaan sistem teknologi tertentu yang berupa keputusan menerima atau menolak terhadap efek yang mungkin terjadi ketika seseorang menggunakan teknologi dalam aktivitas pekerjaannya. Sikap ini dapat menjadi aspek yang mempengaruhi minat individu untuk menggunakan sistem teknologi informasi. Sejalan dengan Davis (1989) pada penelitian dilakukan Sudarti dan Susanti (2018) menunjukkan sikap berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Demikian dapat dipahami sikap penggunaan sebagai sebuah bentuk penilaian atau tanggapan

emosional dari pengguna terkait ketertarikannya terhadap niat penggunaan sebuah teknologi.

Niat penggunaan pelanggan dapat dipengaruhi oleh dua aspek yaitu: sikap individu dalam berperilaku (*attitude*) dan norma subjektif yang ada di lingkungan. Sikap individu terhadap perilaku (*behavioral intention*) terdiri dari perasaan positif atau negatif yang dimiliki seseorang tentang pembelian atau penggunaan produk tertentu. Maka berdasarkan uraian pemahaman tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa sikap seseorang itu bersifat subjektif, dimana masing-masing individu memiliki sikap dan pengalaman yang berbeda. Adapun terkait sikap penggunaan bahwa semakin positif penilaian konsumen secara keseluruhan terhadap produk maka kemungkinan seseorang memutuskan melakukan pembelian dan penggunaan suatu layanan jasa atau produk akan semakin besar.

b. Indikator Sikap Pengguna

Terdapat 5 indikator yang dapat mempengaruhi sikap pengguna sebagai berikut (Fadlan, 2018):

- 1) Teknologi dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pengguna
- 2) Penggunaan teknologi adalah keputusan yang bijak
- 3) Pentingnya menggunakan teknologi
- 4) Pengguna teknologi merupakan anjuran untuk mendapatkan manfaat dari era digital
- 5) Penggunaan teknologi merupakan ide bagus

#### 4. Teori Keputusan Penggunaan

a. Pengertian Keputusan penggunaan

Menurut Sudjiman (2018) mendefinisikan keputusan sebagai suatu tindakan memilih dari berbagai alternatif solusi yang ada untuk mendapat alternatif terbaik guna menyelesaikan permasalahan. Untuk mendapatkan pilihan terbaik dari berbagai pilihan alternatif yang tersedia tentu diperlukan adanya proses evaluasi dalam membuat keputusan. Maka seorang konsumen memerlukan informasi terkait produk sebagai



bahan pertimbangan membandingkan dengan beberapa alternatif produk lain serta memaksimalkan proses pengambilan keputusan penggunaan produk (Rani dan Madiawati, 2022).

Begitupun dalam dunia jasa keuangan perbankan, untuk memilih perbankan konsumen memerlukan informasi lebih lanjut terkait produk layanan agar bisa disesuaikan dengan tingkat kebutuhan, kepentingan dan kondisi yang dihadapi oleh mereka. Sedangkan dari sisi pelaku usaha memaksimalkan *product knowledge* merupakan hal yang wajib untuk memberi pemahaman yang lebih dalam tentang produk atau layanan yang sedang ditawarkan. Agar pelaku usaha dapat memotivasi konsumen untuk menggunakan layanan dan mencapai target bisnis.

Menurut Pedoman Standar Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2018 tentang Ringkasan Informasi Produk dan Layanan di sektor jasa keuangan, menjelaskan pengertian Informasi produk adalah informasi mengenai produk atau jasa keuangan antara lain mencakup : nama dan jenis produk/ layanan, nama penerbit, fitur utama, manfaat, risiko, persyaratan dan prosedur, biaya, simulasi (ilustrasi penggunaan), dan informasi tambahan diluar produk yang diberikan kepada konsumen (Otoritas Jasa Keuangan, 2018)

#### b. Indikator Tahapan Keputusan Penggunaan

Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa dalam proses pengambilan keputusan ada lima tahapan yang harus ditempuh, yaitu :

##### 1) Pengenalan Masalah

Pada awal konsumen akan dihadapkan masalah, selanjutnya konsumen mulai mengidentifikasi sumber dari masalah, mengenali masalah dan menyadari adanya permasalahan atau kebutuhan yang disebabkan oleh faktor eksternal dan internal yang perlu dipecahkan Nurfauzi dkk (2023). Faktor eksternal adalah informasi yang didapat dari sumber atau orang lain berupa rekomendasi teman atau melihat iklan atau ulasan di media sosial. Sedangkan faktor internal adalah rangsangan yang berasal dari personal diri sendiri akibat dari



dorongan kebutuhan misalnya rasa haus atau lapar. Oleh karena itu pada tahap ini dijadikan tahap awal penentu serangkaian proses keputusan dalam menggunakan suatu sistem.

## 2) Pencarian informasi

Pada fase ini, konsumen akan mencari informasi terkait kelebihan dan kekurangan dari produk agar dapat dijadikan referensi atau bahan pertimbangan produk mana yang akan digunakan. Jogiyanto (2000) dalam Sudjiman, (2018) menjelaskan bahwa Informasi adalah sebagai hasil pengolahan data berupa pengetahuan mengenai produk yang dinyatakan dalam bentuk yang lebih bermanfaat bagi setiap penerima informasi tersebut, dimana Informasi tersebut menggambarkan keadaan nyata yang relevan sesuai produk yang nantinya digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Tahap ini meliputi proses memahami sumber masalah, menganalisis alternatif solusi dan menguji kelayakan dari beberapa kemungkinan solusi yang ada.

Dalam hal ini, perolehan informasi akan mempengaruhi persepsi konsumen bahkan keyakinan mereka terhadap niat penggunaan layanan, sehingga pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan produk atau layanan. Sehingga perlu dilakukan pengumpulan data dan fakta dari berbagai sumber-sumber relevan guna memperoleh pemahaman mendalam secara lengkap tentang produk. Terdapat empat jenis sumber relevan yaitu :

- a) Sumber Personal : konsumen dalam kelompok ini mencari informasi berdasarkan pengalaman pribadi mereka sebelumnya atau rekomendasi dari orang-orang terdekat di lingkungan seperti keluarga, teman, atau rekan kerja.
- b) Sumber Komersial : konsumen dalam kelompok ini mencari informasi berdasarkan ulasan produk atau pengalaman setelah penggunaan produk dari konsumen pada media promosi seperti brosur, iklan, aplikasi belanja, situs web atau media promosi lainnya yang menawarkan produk atau layanan.

- c) Sumber Publik: konsumen dalam kelompok ini mencari informasi dari sumber yang bersifat publik seperti artikel, media massa, berita, organisasi dan laporan riset pasar.
- d) Sumber Eksperimental : konsumen dalam kelompok ini mencari informasi berdasarkan hasil eksperimen atau percobaan individu dan pengalaman langsung pada suatu produk atau layanan.

### 3) Evaluasi Alternatif Keputusan

Tahap evaluasi alternatif informasi adalah suatu proses dimana pilihan atau opsi yang berbeda dipelajari, dianalisis dan dibandingkan untuk memilih yang terbaik atau paling tepat untuk tujuan atau kriteria yang telah ditetapkan.

### 4) Pembelian

Setelah tahap evaluasi membandingkan setiap alternatif yang ada konsumen akan mengambil keputusan dengan memilih alternatif yang paling sesuai kebutuhan atau terbaik.

### 5) Pasca pembelian

Setelah melalui tahap keputusan, langkah selanjutnya adalah mengimplementasikan keputusan dengan membeli produk atau menggunakan layanan. Tahap pasca pembelian merupakan siklus konsumen yang penting. Karena pada tahap ini perusahaan harus memastikan kepuasan pelanggan dengan memberi dukungan layanan pelanggan yang memadai. Agar memungkinkan pelanggan untuk memberi ulasan positif tentang produk atau layanan dan memotivasi dalam hal pembelian atau penggunaan ulang.

## 5. Teori Generasi Z

### a. Pengertian Generasi Z

Gen Z dikenal sebagai generasi internet (*iGeneration*) (Purnomo dkk (2019). Gen Z dibesarkan di lingkungan yang akrab dengan teknologi canggih seperti gadget menjadikan generasi ini terbiasa dan mahir dalam hal penggunaan berbagai inovasi teknologi (Maharani, 2021). Selain itu, mereka juga mempunyai kelebihan dan kekurangan.

Kelebihan gen Z antara lain: berpikiran terbuka, mandiri, kritis, inovatif dalam hal pemanfaatan teknologi, mudah belajar, suka tantangan mencoba hal-hal baru, dan dapat mengerjakan tugas bersamaan. Sementara untuk kekurangan gen Z antara lain: bersifat egois, individualistis, menyukai hal-hal yang instan, emosi yang tidak stabil, dan sulit fokus terhadap satu hal (Sakitri, 2021).

b. Karakteristik Umum Generasi Z

Menurut Wijoyo dkk (2020) terdapat 5 karakteristik khusus yang menggambarkan secara umum gen Z antara lain:

- 1) Mahir teknologi, gen Z yang lahir di tengah era teknologi membuat mereka mahir dalam teknologi informasi dan penggunaan aplikasi digital canggih lainnya.
- 2) Kurang terampil dalam interaksi interpersonal langsung, generasi Z ini cenderung lebih senang berinteraksi melalui smartphone dan internet antara lain Instagram, twitter, dan media sosial lainnya. Sehingga membuat generasi ini dikenal egois dan individual.
- 3) Bersifat ekspresif, generasi Z ini memiliki tingkat toleransi yang tinggi terhadap perbedaan budaya yang ada disekitar mereka, rasa percaya diri tinggi dan memiliki kepedulian terhadap lingkungan.
- 4) *Multitasking*, mahir dalam mengaplikasikan teknologi dan internet membuat generasi Z terbiasa membagi waktu untuk mengerjakan berbagai tugas yang ada secara bersamaan dalam satu waktu.
- 5) *Fast switcher*, generasi Z memiliki kecenderungan kurang berinteraksi secara verbal, individualis, terbiasa multitasking, egois dan tidak sabaran, Sehingga mereka cenderung dapat cepat berubah pemikiran mengerjakan dari satu kegiatan ke kegiatan lainnya dengan mudah.

## 6. Inovasi Layanan Pembukaan Rekening Online

Rekening merupakan catatan buku atau akun yang berisi data angka unik yang digunakan sebagai pembeda antara satu nasabah dengan rekening nasabah yang lain. Bagi perusahaan terutama pada bidang jasa menjadi prioritas utama untuk memberikan pelayanan dan menawarkan produk terbaik untuk pelanggannya. Sebab pelayanan adalah kunci keberhasilan perusahaan agar dapat menarik perhatian konsumen, sehingga berminat menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan. Pelayanan adalah upaya yang bertujuan untuk memenuhi serta menyediakan segala kebutuhan orang lain yang dicapai melalui kegiatan secara langsung dengan mereka. Kata pelayanan berasal dari kata “layan” yang berarti aktivitas menolong orang lain dengan menyediakan segala kebutuhannya (Nurhadi, 2020).

Teknologi Informasi yang berkembang semakin pesat menuntut dunia perbankan untuk mengoptimalkan kegiatan operasional dan meningkatkan kualitas layanan terhadap nasabah. Dengan kemajuan teknologi tersebut, perbankan saat ini sudah mulai bertransformasi ke layanan digital. Salah satunya menghadirkan layanan pembukaan rekening online. Layanan pembukaan rekening online merupakan inovasi baru perbankan melalui reservasi secara virtual atau online.

Layanan pembukaan rekening online merupakan layanan jasa yang saat ini banyak disediakan oleh perbankan guna memudahkan nasabah dalam membuka rekening tanpa perlu antre datang ke cabang bank yang memungkinkan nasabah menerapkan *self service* pada nasabah atau melakukan aktivitas transaksi keuangan sendiri menggunakan hanya melalui smartphone. Sehingga dapat menghemat waktu dan tentunya sangat membantu kegiatan operasional perbankan menjadi lebih efisien (Nurliana, 2021).

Dalam proses pengoperasian layanan pembukaan rekening bank BSI ini dapat diakses dengan dua 2 media. Pertama, melalui aplikasi BSI Mobile yang tersedia di *Apps store* smartphone. Kedua, melalui *Web Form* atau website resmi BSI.



a. Syarat dan Cara Pembukaan Rekening Secara Online Melalui Aplikasi BSI Mobile

Adapun syarat dan prosedur pembukaan rekening secara online melalui aplikasi BSI Mobile sebagai berikut:

- 1) Pastikan sudah mendownload aplikasi BSI Mobile di Play Store terlebih dahulu di smartphone.
- 2) Buka aplikasi BSI Mobile.
- 3) Pilih buka rekening.
- 4) Kemudian muncul pilihan 2 jenis tabungan yaitu ada tabungan *Easy Mudharabah* dan *Easy Wadiah* sesuai kebutuhan. Setelah itu pilih jenis kartu *Automatic Teller Mechine* (ATM) sesuai pilihan jenis tabungan nya.
- 5) Selanjutnya siapkan Foto Kartu Tanda Pengenal (KTP), Foto diri bersama KTP, Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) jika ada dan tandatangan.
- 6) Kemudian *upload* data yang tadi sudah disiapkan sesuai perintah.
- 7) Setelah melengkapi dan isi data formulir kita akan diminta melakukan verifikasi. Verifikasi dapat dilakukan dengan melalui *video call* dan datang ke cabang bank terdekat.
- 8) Setelah berhasil melakukan verifikasi kita menyetorkan setoran pertama. Untuk setoran pertamanya cukup sediakan uang sebesar Rp 100.000. Penyetoran bisa dilakukan lewat transfer atau ke ke cabang bank langsung.
- 9) Untuk pengambilan *Automatic Teller Mechine* (ATM) nasabah wajib mengunjungi cabang fisik bank BSI. Dengan membawa persyaratan dokumen pendukung seperti KTP, Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) jika ada. Selanjutnya diproses oleh *Costumer Service* (CS) sesuai jenis tabungan yang sudah dipilih.

b. Manfaat Layanan Pembukaan Rekening

Tujuan utama layanan pembukaan rekening online ini ditawarkan oleh perbankan adalah untuk memberi kemudahan akses membuka rekening



yang cepat dan efisien kepada nasabah tanpa perlu mengunjungi kantor cabang bank. Berdasarkan dari penelitian yang dilakukan oleh Tiana dkk (2019) mengenai “ Pengaruh *Benefits Offered* Aplikasi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah, Kepercayaan, Loyalitas dan *Positive Word Of Mouth*” yang menyatakan terdapat 10 manfaat yang ditawarkan dari layanan pembukaan rekening melalui BSI Mobile sebagai berikut :

- 1) Keamanan data nasabah saat menggunakan layanan
- 2) Kerahasiaan informasi nasabah terjaga
- 3) Sistem aplikasi terjamin keamanannya
- 4) Keandalan pada sistem layanan pada aplikasi
- 5) Kelengkapan fitur pada aplikasi
- 6) Kemudahan dalam mengakses aplikasi
- 7) Kemudahan dalam menggunakan layanan
- 8) Kemudahan saat unduh aplikasi
- 9) Kemudahan dalam memahami setiap menu dalam aplikasi
- 10) Efisiensi waktu

#### **7. Teori *Technology Acceptance Model* (TAM).**

Model penerimaan teknologi TAM adalah sebuah teori yang didasarkan pada teori psikologi yang menerangkan tentang perilaku pengguna dalam menerima sistem teknologi yang mengacu pada keyakinan, sikap , niat dan hubungan perilaku penggunaanya (Amalia dan Hastriana, 2022). Teori penerimaan teknologi ini diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1986, dimana teori ini berfokus pada dua faktor dasar, yakni persepsi dari pengguna terhadap kemudahan penggunaan dan kebermanfaatan yang dimiliki teknologi yang kemudian berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan teknologi baru.

Adapun menurut Jogiyanto (2007) dalam Kota dan Kusumawati (2022) mengungkapkan terdapat empat komponen dalam TAM yaitu Persepsi kegunaan atau persepsi manfaat, persepsi kemudahan, sikap terhadap perilaku atau sikap penggunaan dan minat perilaku pengguna teknologi. Teori *Technology Acceptance Model* ini telah menjadi salah satu model teori

yang seringkali digunakan oleh peneliti sebelumnya untuk menganalisis serta mengidentifikasi niat individu dalam menerima dan studi mengadopsi teknologi baru atau IT. Menurut Rahayu (2016) menyebutkan pada model teori penerimaan teknologi (TAM) ini mempunyai beberapa kelebihan dan kekurangan sebagai berikut :

a) Kelebihan

- 1) Teori TAM dibangun dengan landasan teori yang kuat.
- 2) Teori TAM dapat untuk menjawab kegagalan dalam implementasi sistem teknologi.
- 3) Teori TAM telah menjalani berbagai penelitian dan sebagian besar hasil temuannya mendukung bahwa teori TAM merupakan model teori yang efektif untuk mengkaji perilaku penerimaan atau penolakan penggunaan suatu sistem TI.

b) Kelemahan

- 1) Hasil dari teori TAM hanya memberikan informasi yang bersifat umum mengenai minat dan perilaku pengguna dalam hal adopsi sebuah teknologi.
- 2) Hasil dari teori TAM umumnya kurang mampu dalam menjelaskan seutuhnya hubungan antar variabel.
- 3) Teori TAM tidak memiliki kontrol pada perilaku.
- 4) Teori TAM tidak mempertimbangkan perbedaan keragaman budaya atau kultur yang ada.

## 8. Landasan Teologis

Dalam Islam, perkembangan ilmu pengetahuan, termasuk teknologi, sangat dihargai karena merupakan bagian dari perkembangan ilmu pengetahuan secara umum. Kemajuan teknologi sering kali berasal dari pengembangan teknologi yang sudah ada atau dari penemuan-penemuan terbaru yang bertujuan membantu dalam mengatasi berbagai tugas atau masalah khusus. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah SWT Q.S Surah Al-Anbiya: 80 berbunyi:

وَعَلَّمْنَاهُ صَنْعَةَ لَبُوسٍ لَكُمْ لِتُحْصِنَكُمْ مِنْ بَأْسِكُمْ ۗ فَهَلْ أَنْتُمْ شَاكِرُونَ

*Artinya: "Dan telah Kami ajarkan kepada Daud membuat baju besi untuk kamu, guna memelihara kamu dalam peperanganmu; Maka hendaklah kamu bersyukur (kepada Allah)" (Q.S. Surah Al-Anbiya ayat 80).*

Berdasarkan ayat ini "Allah SWT telah memberikan wahyu kepada Nabi Daud AS yang menyuruhnya untuk membuat baju zirah sebagai perlindungan saat berperang." Yang kemudian secara tidak langsung dari ayat tersebut menunjukkan bahwa penting sebagai umat manusia melakukan pemanfaatan dengan segala ilmu pengetahuan dan sarana teknologi yang tersedia untuk berinovasi sebagai bentuk usaha yang dapat memudahkan kehidupan manusia khususnya dalam hal ini aktivitas transaksi di perbankan.

Dalam Islam juga terdapat firman Allah SWT yang menjelaskan pentingnya pengembangan teknologi dalam Al-Quran. Dalam Surah Al-Anbiya ayat 80 yang berbunyi:

وَعَلَّمْنَاهُ صَنْعَةَ لَبُوسٍ لَكُمْ لِتُحْصِنَكُمْ مِنْ بَأْسِكُمْ ۗ فَهَلْ أَنْتُمْ شَاكِرُونَ

*Artinya: "Dan telah Kami ajarkan kepada Daud membuat baju besi untuk kamu, guna memelihara kamu dalam peperanganmu; Maka hendaklah kamu bersyukur (kepada Allah)" (Q.S Surah Al-Anbiya ayat 80).*

Dari ayat tersebut Allah SWT secara tidak langsung menjelaskan bahwa sebagai umat manusia perlu melakukan inovasi pemanfaatan sarana teknologi dengan ilmu pengetahuan yang ada sebagai penunjang untuk memudahkan kehidupan manusia khususnya dalam hal ini aktivitas transaksi di perbankan. Contohnya transformasi pada layanan perbankan berbasis digital yang saat ini hampir tersedia pada sebagian bank di Indonesia adalah layanan Mobile banking.

Hal tersebut juga didukung dengan ayat lain yaitu pada Q.S. As-Shad ayat 27 Allah SWT berfirman:

وَمَا خَلَقْنَا السَّمَاءَ وَالْأَرْضَ وَمَا بَيْنَهُمَا بَطْلًا ۖ ذَٰلِكَ ظَنُّ الَّذِينَ كَفَرُوا ۖ فَوَيْلٌ  
لِّلَّذِينَ كَفَرُوا مِنَ النَّارِ

*Artinya: “Dan kami tidak menciptakan langit dan bumi dan apa yang ada antara keduanya tanpa hikmah. Yang demikian itu adalah anggapan orang-orang kafir, maka celakalah orang-orang kafir itu karena mereka akan masuk neraka.” (Q.S. As-Shad: 27)*

Dalam ayat tersebut menyatakan bahwa adanya penciptaan inovasi alat atau layanan berbasis teknologi seharusnya dapat memberikan manfaat dan kemudahan positif bagi manusia serta perkembangan teknologi contohnya inovasi layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile. Tujuan diadakannya fitur layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile ini untuk memberi manfaat kemudahan bagi nasabah agar dapat membuka rekening secara leluasa yang diakses secara mandiri kapanpun dan dimanapun selama 24 jam dengan syarat terhubung dengan jaringan internet.

### 1. Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat dalam Islam diartikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa apabila menggunakan sebuah sistem teknologi tertentu dapat meningkatkan kinerjanya. Seseorang akan tertarik untuk menggunakan suatu teknologi tertentu jika sistem tersebut memberikan manfaat bagi mereka. Hal yang sama berlaku untuk Allah, karena Allah menciptakan segala sesuatu dengan pasti mengandung manfaat di dalamnya, sebagaimana dinyatakan dalam QS. Ali-Imran: 191 :

الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَامًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ  
السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَٰذَا بَطْلًا سُبْحَانَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ

*Artinya: “(yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri atau duduk atau dalam keadan berbaring dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata): “Ya Tuhan kami, tiadalah Engkau menciptakan ini dengan sia-sia, Maha Suci Engkau, maka peliharalah kami dari siksa neraka.” (QS. Ali-Imran: 191)*



Berdasarkan ayat tersebut, dapat dipahami bahwa semua yang Allah SWT ciptaan tidak terjadi tanpa alasan, melainkan memiliki tujuan yang dapat memberi manfaat. Hal yang sama berlaku dalam penciptaan inovasi teknologi seperti pada fitur layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile. yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia.

## 2. Kemudahan Penggunaan

Sementara itu adanya persepsi manfaat yang dirasakan ketika menggunakan sebuah teknologi juga tidak terlepas kaitannya dengan kemudahan penggunaan yang diartikan sebagai sejauh mana individu percaya bahwa ketika menggunakan teknologi tidak akan mengalami kesulitan dan membutuhkan usaha yang keras. Adapun ayat dalam Al-Quran tentang kemudahan penggunaan yaitu pada Q.S Al-Insyirah ayat 5 dan 6 :

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا , إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Artinya: “Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan” (QS. Al-Insyirah: 5-6)

Pada ayat tersebut mengindikasikan bahwa di balik suatu kesulitan yang Allah berikan dalam kehidupan, selalu terdapat kemudahan yang terselip. Apabila dihubungkan dengan kemudahan dalam pengoperasian fitur layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile, maka dapat dipahami bahwa tingkat kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi upaya seseorang menggunakan sebuah sistem teknologi karena berkaitan dengan segi efektifitas waktu maupun tenaga yang diperlukan dalam menggunakan suatu sistem.

## 3. Sikap

Dalam proses pengambilan keputusan konsumen untuk membeli atau menggunakan suatu produk dimulai dengan kesadaran akan pemenuhan kebutuhan dan keinginan kemudian dipengaruhi oleh sikap penggunanya. Sikap dari pengguna diartikan sebagai respon terhadap sesuatu hal yang dapat berupa respon positif dan negatif dengan

melibatkan emosi terhadap suatu produk dan sistem teknologi. Dalam al-Qur'an juga disebutkan ayat mengenai sikap hati-hati dalam mengambil keputusan, seperti yang terdapat dalam Q.S. Al-Hujurat: 6 berikut ini :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ  
فَتُصِيبُوهَا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu. “(Q.S. Al-Hujurat: 6)

Berdasarkan dari ayat tersebut mengajarkan bahwa pentingnya berhati-hati dalam memilih produk / layanan yang hendak digunakan agar tidak menimbulkan kerugian baik bagi diri sendiri maupun pihak lain yang terkait. Seperti halnya dalam memilih menggunakan layanan pembukaan rekening online BSI Mobile.

#### 4. Keputusan Penggunaan

Selain persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan sikap pengguna dalam proses pengambilan keputusan dalam Islam juga dijelaskan dalam Q.S. Surah Al- Maidah: 100 :

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْحَيُّثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْحَيِّثِ ۚ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَا  
أُولِي الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Katakanlah (Nabi Muhammad), “Tidaklah sama yang buruk dengan yang baik meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu. Maka, bertakwalah kepada Allah wahai orang-orang yang berakal sehat agar kamu beruntung.” (Q.S Al-Maidah Ayat 100)

Dalam ayat tersebut, mengindikasikan bahwa sebagai manusia seharusnya dapat memilih yang baik, bahkan jika itu terlihat sedikit dan tidak menarik perhatian, dari pada memilih sesuatu yang banyak dan menarik hati tetapi memiliki unsur kemudharatan. Dengan

mempertimbangkan segala aspek yang memungkinkan dapat memberikan manfaat sesuai dengan kebutuhan.

## **B. Hubungan Antar Variabel**

### **1. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Generasi Z Menggunakan Layanan Pembukaan Rekening Online Melalui BSI Mobile**

Persepsi Manfaat ini menjadi salah satu aspek yang penting bagi seorang konsumen dalam hal memilih untuk membeli atau menggunakan suatu produk baik itu produk dalam bentuk barang ataupun jasa. Persepsi manfaat menjadi pertimbangan bagi setiap pengguna sebelum membuat keputusan untuk menggunakan aplikasi digital. Persepsi manfaat dapat diartikan sebagai sejauh mana tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu teknologi tertentu dapat meningkatkan prestasi kerja (Dewi dkk, 2017).

Persepsi manfaat bagi nasabah dalam konteks hal penggunaan layanan perbankan berbasis digital menjadi faktor utama yang menjadi pertimbangan bagi konsumen saat hendak membuat keputusan untuk memilih produk dan fitur layanan bank yang akan digunakan. Sebab persepsi manfaat positif akan muncul ketika bank menawarkan kualitas layanan yang sesuai dengan kebutuhan penggunanya. Yang mana jika seseorang merasa percaya terhadap suatu fitur layanan perbankan berbasis digital, hal tersebut dapat mendorong seseorang untuk mengadopsi layanan tersebut. Hal ini didukung dengan adanya penelitian oleh Kholid dan Soemarso (2018) dan Dirwan, (2022).

### **2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Generasi Z Menggunakan Layanan Pembukaan Rekening Online Melalui BSI Mobile**

Setyowati dan Respati (2017) mendefinisikan kemudahan ialah ukuran dimana seseorang memiliki keyakinan bahwa saat menggunakan sistem teknologi tertentu mudah dioperasikan tanpa mengeluarkan usaha yang keras. Dalam konteks penggunaan teknologi, Priambodo dan Prabawani (2016) mengungkapkan bahwa semakin mudah suatu layanan berbasis teknologi maka akan semakin besar pula minat seorang konsumen

memilih untuk menggunakannya. Terlebih lagi apabila penggunaan suatu teknologi tersebut dapat dipelajari dan dioperasikan secara mandiri oleh konsumen tanpa usaha yang sulit. Sebaliknya apabila sebuah sistem teknologi tersebut tidak memberikan manfaat kemudahan bagi penggunaannya maka memungkinkan mereka tidak akan berminat lagi menggunakan teknologi tersebut. Ini berarti bahwa terdapat hubungan positif antara kemudahan penggunaan dan keputusan penggunaan layanan. Sebab konsumen akan lebih cenderung memilih layanan yang lebih mudah digunakan karena mereka merasa lebih nyaman dan efisien dalam hal penggunaannya.

Salah satu konsep teori yang mendasari hubungan antara variabel kemudahan penggunaan dan keputusan penggunaan adalah Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model / TAM*). Model TAM (*Technology Acceptance Model*) ialah teori yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan suatu teknologi atau layanan berkontribusi terhadap niat pengguna serta pengambilan keputusan untuk mengadopsi layanan tersebut (Amalia dan Hastriana, 2022). Maka jika seorang pengguna merasa bahwa suatu layanan pembukaan rekening online mudah digunakan, mereka cenderung lebih positif terhadapnya dan lebih mungkin mengadopsinya. Hal ini didukung dengan adanya penelitian oleh Christiani dan Immanuela (2022) dan Kurniawan (2020)

### 3. Pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Generasi Z Menggunakan Layanan Pembukaan Rekening Online Melalui BSI Mobile

Menurut Widyawati dan Moeliono (2018), menerangkan bahwa sikap penggunaan adalah keadaan emosi, perasaan positif atau negatif, dan perilaku seseorang berupa preferensi jangka panjang terhadap objek atau gagasan tertentu dalam melakukan aktivitas penggunaan teknologi. Sementara Harb dan Alhayajneh (2019) mengungkapkan bahwa dalam pengambilan keputusan penggunaan itu ditentukan oleh tujuan penggunaan serta niat penggunaannya, dimana niat pengguna dapat dilihat dari sikap atau respon pengguna terhadap hadirnya suatu teknologi. Saat ini hampir



sebagian bank di Indonesia sudah bertransformasi menjadi layanan perbankan berbasis digital salah satunya layanan pembukaan rekening secara online. Layanan pembukaan rekening secara online merupakan layanan perbankan berbasis teknologi yang bermanfaat untuk memudahkan nasabah dalam hal proses pembukaan rekening yang dapat diakses secara mandiri selama 24 jam kapanpun.

Arif (2012) menjelaskan bahwa *Attitude Toward Using* atau biasa disebut sikap pengguna teknologi ini diartikan sebagai sudut pandangan atau kecenderungan individu terhadap penggunaan suatu sistem teknologi yang dapat berupa penerimaan atau penolakan sebelum mengambil keputusan penggunaan yang dapat merujuk pada pengalaman pengguna (*user experience*) sebagai dampak apabila konsumen mengadopsi teknologi tersebut. Jika konsumen menilai suatu layanan dengan perasaan suka atau positif, maka memungkinkan mereka untuk mengambil tindakan pengadopsian atau penggunaan layanan. Sehingga terdapat hubungan yang erat antara sikap pengguna dengan proses pengambilan keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online pada nasabah. Hal ini didukung dengan adanya penelitian oleh Sudarti dan Susanti (2018) dan Salmah (2021).

#### 4. Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Sikap Terhadap Keputusan Generasi Z Menggunakan Layanan Pembukaan Rekening Online Melalui BSI Mobile

Sudjiman (2018) menjelaskan keputusan ialah tindakan memilih dari berbagai alternatif solusi yang ada untuk mendapat alternatif terbaik guna menyelesaikan permasalahan. Untuk mendapatkan pilihan terbaik dari berbagai pilihan alternatif yang tersedia tentu diperlukan adanya proses evaluasi dalam membuat keputusan. Maka seorang nasabah memerlukan informasi terkait produk BSI, manfaat layanan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia seperti layanan pembukaan rekening online ini dan mengenai prosedur pengoperasiannya sebagai bahan pertimbangan membandingkan dengan beberapa alternatif produk lain agar dapat

memaksimalkan proses pengambilan keputusan apakah akan menggunakan layanan tersebut atau tidak (Rani dan Madiawati, 2022).

Sementara antara persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan sikap pengguna terhadap keputusan penggunaan memiliki korelasi yang sangat erat. Karena ketigannya saling berinteraksi atau berhubungan dalam proses pengambilan keputusan, dimana sebelum memutuskan penggunaan konsumen akan mempertimbangkan berbagai faktor. Pertama, ada persepsi manfaat yang berkaitan dengan keyakinan seorang pengguna pada manfaat yang akan mereka peroleh jika menggunakan teknologi. Kedua, dari segi kemudahan penggunaan ini berkaitan dengan sejauh mana persepsi atau kepercayaan seorang pengguna terhadap suatu layanan teknologi akan dirasa bermanfaat dan mudah untuk diaplikasikan. Ketiga, dari segi sikap pengguna. Ketika pengguna merasa terdapat manfaat besar dan penggunaan dari suatu layanan perbankan mudah maka seorang konsumen dalam hal ini nasabah akan cenderung memiliki sikap yang positif terhadap layanan berbasis teknologi tersebut. Sehingga akan lebih memungkinkan nasabah akan mengambil keputusan untuk menggunakannya.

### C. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah kumpulan referensi dari hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan masalah yang hendak diteliti, sehingga di bagian ini akan disajikan berbagai teori dan kajian. Beberapa penelitian sebelumnya yang menjadi referensi dari penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

**Table 2. 1**  
**Perbandingan Hasil Kajian Penelitian Terdahulu**

No	Nama Penulis dan Judul	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Irvan Yusuf Nugroho dan M. Pudjihardjo, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Ketersediaan Fitur Dan Literasi	Terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel persepsi kemudahan, ketersediaan fitur dan literasi keuangan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI	Persamaan : 1. Variabel independen yaitu persepsi kebermanfaatan

	<p>Keuangan Terhadap Preferensi Konsumen Menggunakan BSI Mobile” (<i>Journal Islamic Economics And Finance In Focus</i> Volume 1, No.2, 2022)</p>	<p>Mobile, sedangkan variabel persepsi kegunaan menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan terhadap preferensi penggunaan aplikasi BSI Mobile.</p>	<p>(X1) dan persepsi kemudahan (X2).</p> <p>2. Sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif.</p> <p>Perbedaan:</p> <p>1. Variabel dependen (Y) pada penelitian tersebut adalah preferensi konsumen menggunakan BSI Mobile, sedangkan variabel dependen (Y) pada penelitian saya yaitu keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening melalui BSI Mobile.</p> <p>3. Lokasi penelitian tersebut terletak di kota Makassar, sedangkan lokasi penelitian saya berada di kota Purwokerto.</p>
2.	<p>Noor Faizah, “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Keamanan, Dan Kemudahan, Penggunaan Layanan Virtual Pembukaan Rekening Online BSI Terhadap</p>	<p>Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel persepsi kemudahan terhadap variabel minat penggunaan layanan virtual pembukaan rekening.</p>	<p>Persamaan :</p> <p>1. Sama-sama meneliti variabel independen yaitu persepsi kebermanfaatan (X1) dan persepsi kemudahan (X2)</p>

	<p>Minat Transaksi Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus)” (Skripsi, IAIN Kudus), 2021)</p>		<p>2. Objek penelitian sama yaitu Penggunaan layanan virtual pembukaan rekening online BSI Mobile.</p> <p>3. Sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif</p> <p>Perbedaan:</p> <p>1. Variabel dependen (Y) pada penelitian tersebut adalah minat transaksi nasabah BSI Mobile , sedangkan variabel dependen (Y) penelitian saya yaitu keputusan penggunaan.</p> <p>2. Lokasi penelitian tersebut terletak di kota Kudus, sedangkan lokasi penelitian saya berada di kota Purwokerto.</p> <p>3. Subjek dalam penelitian tersebut adalah mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus. Sedangkan penelitian saya pada generasi Z</p>
--	--	--	--



			nasabah Bank Syariah Indonesia Purwokerto
3.	Yuliana Dwi Rahmawati dan Rahmi Yuliana, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan <i>E-Wallet</i> Pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng”, ( <i>Journal of Economics and Banking</i> Volume 2, No.2, 2020)	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> pada mahasiswa.</p> <p>Dengan persepsi keamanan memiliki tingkat pengaruh yang dominan dan dianggap paling penting dalam proses pengambilan keputusan penggunaan <i>e-wallet</i>.</p>	<p>Persamaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sama-sama meneliti variabel independen yaitu persepsi kebermanfaatan (X1) dan persepsi kemudahan (X2)</li> <li>2. Sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif.</li> </ol> <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Subjek pada penelitian tersebut adalah Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng. Sedangkan penelitian saya pada generasi Z nasabah Bank Syariah Indonesia di Purwokerto.</li> <li>2. Objek penelitian tersebut adalah Penggunaan <i>E-Wallet</i>. Sedangkan penelitian saya pada penggunaan layanan pembukaan rekening online BSI Mobile.</li> </ol>

4.	Hutami A.dkk, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa UPI Y.A.I. Jakarta”, (Jurnal Ekonomi IKEA-WITH Vol 4 No 1, 2021	Ketiga variabel independen yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menggunakan uang elektronik berbasis QRIS pada mahasiswa.	<p>Persamaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sama-sama meneliti variabel independen yaitu persepsi kebermanfaatan (X1) dan persepsi kemudahan (X2).</li> <li>2. Sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif.</li> </ol> <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi penelitian tersebut terletak di kota Jakarta, sedangkan lokasi penelitian saya berada di kota Purwokerto.</li> <li>2. Subjek pada penelitian tersebut adalah Mahasiswa UPI Y.A.I. Jakarta Sedangkan penelitian saya pada generasi Z nasabah Bank Syariah Indonesia Purwokerto.</li> </ol>
5.	Fitriani Latief dan Dirwan, “Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital”, (Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen	Terdapat pengaruh yang positif signifikan antara kemudahan dan kemanfaatan terhadap variabel keputusan penggunaan uang digital, sedangkan aktivitas promosi tidak signifikan mempengaruhi keputusan penggunaan.	<p>Persamaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sama-sama meneliti variabel independen yaitu persepsi kebermanfaatan (X1) dan persepsi kemudahan (X2).</li> <li>2. Sama-sama menggunakan</li> </ol>

	Volume 3 Nomor I, 2020)		<p>pendekatan kuantitatif.</p> <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi penelitian tersebut terletak di Kota Makassar, sedangkan lokasi penelitian saya berada di kota Purwokerto.</li> <li>2. Subjek pada penelitian tersebut adalah penggunaan uang digital. Sedangkan penelitian saya pada generasi Z nasabah Bank Syariah Indonesia.</li> </ol>
6.	Chitra Lakshmi Rihmaya, "Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Sikap, dan Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam <i>Internet Banking</i> ", (Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen Volume 16, No.1, 2016)	Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel kemudahan, sikap, risiko dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan <i>internet banking</i> .	<p>Persamaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terdapat tiga variabel yang sama dengan penelitian tersebut yaitu variabel kemudahan, kemanfaatan, dan sikap.</li> <li>2. Sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif.</li> </ol> <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Variabel dependen (Y) pada penelitian tersebut adalah</li> </ol>

			<p>minat ulang pengguna internet banking , sedangkan variabel dependen (Y) penelitian saya yaitu keputusan penggunaan.</p> <p>2. Subjek pada penelitian tersebut adalah pengguna Internet Banking Sedangkan penelitian saya pada generasi Z nasabah Bank Syariah Indonesia.</p> <p>3. Lokasi penelitian tersebut terletak di Kota Surabaya, sedangkan lokasi penelitian saya berada di kota Purwokerto.</p>
7.	<p>Ajeng Rovina Sari dan Yoseph Agus Bagus Budi N, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Milenial Dalam Menggunakan Mobile Banking"(Jurnal Ekonomi Trisakti Vol. 3 No. 1, 2023)</p>	<p>Variabel kemudahan, kepercayaan, manfaat, keamanan dan risiko berpengaruh secara parsial.</p>	<p>Persamaan :</p> <p>1. Sama-sama meneliti variabel persepsi kebermanfaatan (X1) dan kemudahan (X2).</p> <p>Perbedaan:</p> <p>1. Variabel dependen (Y) pada penelitian tersebut adalah minat penggunaan, sedangkan variabel</p>

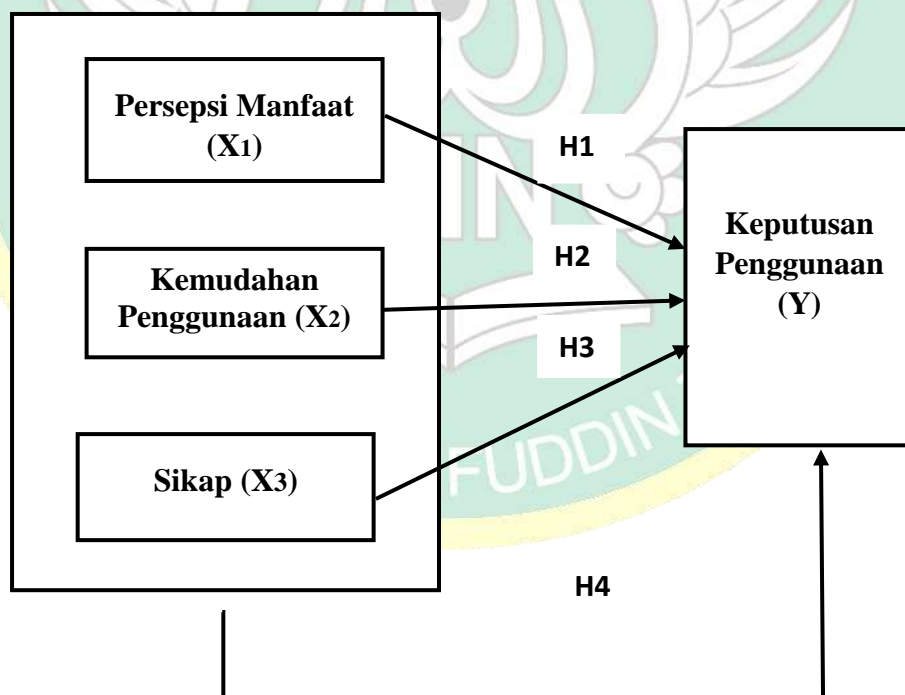


			<p>dependen (Y) penelitian saya yaitu keputusan penggunaan.</p> <p>2. Subjek pada penelitian tersebut adalah generasi milenial Sedangkan penelitian saya pada generasi Z.</p>
--	--	--	---

#### D. Kerangka Konseptual

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami hubungan pada variabel independen (X) dan variabel dependen (Y), maka peneliti dalam penelitian ini menggambarkan kerangka berpikir sebagai berikut:

**Gambar 2. 1 Kerangka konseptual**



## E. Rumusan Hipotesis

### 1. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Pembukaan Rekening Online Melalui BSI Mobile

Definisi layanan pembukaan rekening secara online adalah layanan perbankan sebagai hasil pemanfaatan kecanggihan teknologi digital, sehingga akan memungkinkan nasabah untuk melakukan pembukaan rekening secara mandiri melalui *smartphone* mereka tanpa harus keluar rumah dimanapun dan kapanpun. Menurut Fadhli dan Rudy (2016) menjelaskan bahwa sudut pandang konsumen terhadap manfaat sistem merupakan suatu tingkat kepercayaan seseorang terhadap penggunaan sistem atau tertentu yang dapat meningkatkan tingkat produktivitas kerja orang tersebut menjadi lebih cepat dan fleksibel.

Berdasarkan hasil penelitian Kholid dan Soemarso (2018) mengungkapkan bahwa semakin besar nilai kebermanfaatan pada layanan elektronik bank atau *e-banking*, maka akan tinggi pengaruhnya terhadap minat nasabah. Hal tersebut didukung penelitian yang dilakukan oleh Dirwan, (2022) terkait kebermanfaatan berpengaruh secara positif terhadap keputusan menggunakan aplikasi Mobile banking.

Namun ditemukan perberbedaan dengan penelitian yang dilakukan Saputra dkk (2023) mengatakan bahwa pada variabel manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan aplikasi BRIMO dengan pengguna mahasiswa. Maka berdasarkan penelitian tersebut diajukan hipotesis:

**H<sub>0</sub>** : Tidak terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan nasabah menggunakan layanan pembukaan rekening secara online melalui BSI Mobile.

**H<sub>a1</sub>** : Terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan nasabah menggunakan layanan pembukaan rekening secara online melalui BSI Mobile.

## 2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Pembukaan Rekening Online Melalui BSI Mobile

Kemudahan penggunaan adalah tingkat keyakinan seseorang konsumen bahwa teknologi yang hendak digunakan tersebut, dapat diakses dengan mudah tanpa kendala apapun (Davis, 1989). Berdasarkan hasil riset yang dilakukan Christiani dan Immanuela (2022), menjelaskan pada variabel persepsi kemudahan memiliki efek secara positif terhadap munculnya minat nasabah untuk menggunakan layanan *e-banking* nasabah bank di Kota Madiun. Sejalan dengan penelitian tersebut hasil penelitian oleh Kurniawan (2020) menyatakan bahwasanya pada variabel kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel sikap nasabah untuk menggunakan *internet banking* pada nasabah BRI di Surabaya.

Namun ada perbedaan dengan penelitian oleh Nurdin (2020) menunjukkan variabel kemudahan pengguna berpengaruh namun tidak secara signifikan terhadap minat seorang nasabah menggunakan *m-banking* pada mahasiswa FEBI di IAIN kota Palu yang mana termasuk ke dalam gen Z. Maka dari pernyataan tersebut, dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>0</sub>** : Tidak terdapat pengaruh kemudahan dengan keputusan nasabah menggunakan layanan pembukaan rekening secara online melalui BSI Mobile.

**H<sub>a2</sub>** : Terdapat pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan nasabah menggunakan layanan pembukaan rekening secara online melalui BSI Mobile.

## 3. Pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Pembukaan Rekening Online Melalui BSI Mobile

Sikap adalah respon manusia dalam interaksinya dengan orang lain atau objek tertentu yang dapat bersifat positif dan negatif. Pada penelitian sebelumnya oleh Sugihartono dan Rian Chrisna Putra (2020) menyatakan bahwa variabel sikap penggunaan aplikasi berpengaruh sangat signifikan serta memiliki pengaruh terbesar terhadap niat perilaku menggunakan aplikasi, yaitu sebesar 114%.

Hasil penelitian tersebut juga didukung penelitian Salmah (2021) yang menunjukkan variabel sikap berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap variabel keputusan penggunaan Mobile banking pada nasabah Bank Syariah di Kota Surabaya. Kemudian ada hasil penelitian Humairoh, Negara, dan Immawati (2020) yang menjelaskan sikap pengguna berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial mengadopsi *e-wallet* sebagai perubahan pola aktivitas akibat covid-19. Oleh karena itu sikap dapat mempengaruhi keputusan pengguna layanan dalam bertransaksi. Dari pernyataan itu, maka hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

**H<sub>0</sub>** : Tidak terdapat pengaruh sikap terhadap keputusan nasabah menggunakan layanan pembukaan rekening secara online melalui BSI Mobile.

**H<sub>a3</sub>** : Terdapat pengaruh sikap terhadap keputusan nasabah menggunakan layanan pembukaan rekening secara online melalui BSI Mobile

#### 4. Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Sikap Secara Simultan Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Pembukaan Rekening Online Melalui BSI Mobile

Menurut hasil penelitian oleh Kusumaningtyas dan Wardani (2022) menyatakan bahwa antara variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan Mobile banking pada bank BUMN. Sejalan dengan penelitian tersebut Zaki (2022) menunjukkan bahwa variabel sikap dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Mobile Banking. Sehingga dari pernyataan tersebut dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>0</sub>** : Tidak terdapat pengaruh antara persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan sikap secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan layanan pembukaan rekening secara online melalui BSI Mobile.

**Ha4** : Terdapat pengaruh antara persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan sikap secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan layanan pembukaan rekening secara online melalui BSI Mobile.





## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif. *Field research* merupakan penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengambil data informasi di lapangan. Metode kuantitatif ialah jenis penelitian yang melibatkan penggunaan populasi serta sampel tertentu, dimana penelitian ini menggunakan instrument analisis yang berfokus pada pengumpulan data berupa angka-angka serta biasanya menggunakan pendekatan analisis statistic untuk menguji hipotesis penelitian (Sugiyono, 2017). Jenis penelitian kuantitatif menghasilkan data informasi atau temuan hubungan antar variabel yang diteliti dalam bentuk angka yang dapat diperoleh melalui prosedur-prosedur analisis statistik. Selanjutnya data yang terkumpul tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk memahami serta menemukan pola korelasi antara variabel yang diamati.

### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini telah dilakukan di Kota Purwokerto terhadap generasi Z yang telah menggunakan BSI Mobile nasabah BSI. Dengan jangka waktu penelitian dari tanggal 1 Oktober - 31 Desember 2023.

### **C. Populasi dan Sampel**

#### **a. Populasi**

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang mencakup sejumlah individu atau objek yang mempunyai karakteristik khusus yang telah dipilih peneliti untuk nantinya dipelajari serta diambil kesimpulan. populasi dalam penelitian ini adalah kalangan gen Z di Kota Purwokerto yang pernah menggunakan layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile.

#### **b. Sample**

Sample merupakan sebagian kecil dari sebuah populasi, dengan karakteristik tertentu dan sifat yang dapat digunakan sebagai perwakilan

dari keseluruhan populasi. Sedangkan pengambilan sampel dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis *non probability sampling* dan metode *purposive sampling*.

*Purposive Sampling* merupakan salah satu metode pengambilan sampel atau khusus serta disesuaikan dengan fenomena yang akan berdasarkan persyarat diteliti (Sugiyono, 2017). Alasan peneliti memilih menggunakan teknik *purposive sampling*, karena teknik ini memungkinkan peneliti untuk selektif memilih sampel berdasarkan karakteristik tertentu dan pengalaman yang relevan terkait dengan topik penelitian. Selain itu karena populasi gen Z terlalu banyak maka agar dapat digunakan dalam penelitian ini, peneliti membuat beberapa kriteria khusus yang wajib dipenuhi calon responden sebagai berikut:

1. Pengguna Layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile
2. Usia 17-25 tahun
3. Berdomisili di Purwokerto

Pada penelitian ini menentukan populasi sampel dari nasabah BSI dari kalangan gen Z di Kota Purwokerto yang pernah menggunakan layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile sebagai populasi penelitian. Karena belum diketahui secara pasti populasi generasi Z di Kota Purwokerto. Maka dalam rangka menentukan jumlah populasi penelitian ini digunakan rumus Wibisono dalam Riduwan dan Akdon (2013) sebagai berikut :

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2}) \cdot \sigma}{e}$$

Keterangan :

$n$  = Jumlah sampel yang dibutuhkan

$Z_{\alpha}$  = Taraf keyakinan yang diperlukan dalam sampel penelitian, yakni 95%

$\sigma$  = Standar deviasinya 0,25 atau 25%

$e$  = Potensi *Margin error* atau level kesalahan maksimum yang bisa ditolerir 5% sebesar 0,05

Berdasarkan perhitungan rumus diatas, peneliti menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5% dengan tingkat akurasi sebesar 95% sebagai taraf keyakinan karena semakin kecil tingkat toleransi kesalahan maka akan semakin akurat sampel menggambarkan populasi (Hikmawati, 2020). Dengan besarnya nilai Z 1,96. Sehingga sampel pada penelitian ini :

$$n = \frac{(1,96 \cdot 0,25)^2}{(0,05)}$$

$$n = 96,04$$

Sehingga dari rumus tersebut, diperoleh jumlah perhitungan sampel minimal sejumlah 96 orang. Yang selanjutnya dibulatkan sehingga genap 100 orang responden yang harus digunakan untuk penelitian ini.

#### **D. Variabel dan Indikator Penelitian**

##### 1. Variabel

Terdapat 2 jenis variabel yakni:

##### a) Variabel Bebas (Variabel Independen)

Variabel bebas ialah variabel yang baik langsung dan tidak langsung dapat mempengaruhi hubungan dengan variabel terikat secara positif dan negative (Darmanah, 2019). Variabel bebas penelitian ini adalah Variabel persepsi manfaat (X<sub>1</sub>), Variabel kemudahan penggunaan (X<sub>2</sub>) dan Variabel sikap (X<sub>3</sub>).

##### b) Variabel Terikat (Variable Dependen)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas atau dapat disebut variabel akibat (Darmanah, 2019). Variabel dependen dalam penelitian yaitu keputusan Penggunaan (Y).

## 2. Indikator Penelitian

**Table 2. 2**  
**Indikator Penelitian**

No	Variable	Indikator	Sumber
1.	Persepsi Manfaat (X <sub>1</sub> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pekerjaan menjadi lebih cepat</li> <li>- Meningkatkan produktivitas</li> <li>- Pekerjaan menjadi lebih mudah</li> <li>- Bermanfaat</li> </ul>	Davis (1989)
2.	Kemudahan Penggunaan (X <sub>2</sub> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Teknologi ini mudah diaplikasikan (<i>easy to learn</i>)</li> <li>- Bisa diatur penggunaannya (<i>controllable</i>)</li> <li>- Mudah dipahami (<i>clear &amp; understandable</i>)</li> <li>- Fleksibel (<i>flexible</i>)</li> <li>- Mudah dijadikan keterampilan (<i>easy to become skilful</i>)</li> <li>- Mudah digunakan atau diterapkan (<i>easy to configure skills</i>)</li> </ul>	Davis (1989)
3.	Sikap (X <sub>3</sub> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Teknologi dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pengguna</li> <li>- Penggunaan teknologi adalah keputusan yang bijak</li> <li>- Pentingnya menggunakan teknologi</li> <li>- Penggunaa teknologi merupakan anjuran untuk mendapatkan manfaat dari era digital</li> <li>- Penggunaan teknologi merupakan ide bagus</li> </ul>	(Fadlan, 2018)
4.	Keputusan penggunaan ( Y )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengenalan masalah</li> <li>- Pencarian informasi</li> <li>- Evaluasi alternatif keputusan</li> <li>- Pembelian</li> <li>- Sikap pasca penggunaan</li> </ul>	(Kotler dan Keller, 2012)



## E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam rangka memperoleh informasi yang relevan untuk penelitian ini, maka digunakan tiga metode pengumpulan data yang berbeda yaitu kuesioner, studi pustaka (*literature*) dan dokumentasi :

### 1. Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan informasi yang digunakan dengan melibatkan serangkaian pertanyaan-pertanyaan tertulis untuk nanti dijawab oleh para responden. Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner adalah skala *likert*. Skala likert adalah instrument pengukuran untuk mengukur pendapat, persepsi dan sikap individu atau sekelompok orang terkait suatu fenomena atau gejala sosial (Sugiyono, 2017). Yang diukur menggunakan skala 1 sampai 5 yang dapat memberikan kesempatan kepada responden untuk mengungkapkan pendapatnya. Berikut keterangan skor skala likert pengukurannya :

- 1) Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2) Skor 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3) Skor 3 = Ragu-ragu (R)
- 4) Skor 4 = Setuju (S)
- 5) Skor 5 = Sangat Setuju (SS)

Dalam penelitian ini kuesioner akan diberikan secara online melalui *Google Form*. Angket ini terdiri dari pertanyaan dan pernyataan yang memuat jawaban yang harus dipilih oleh responden penelitian tersebut. Kemudian responden dapat menentukan jawaban mana yang paling mendekati serta sesuai dengan pengalaman mereka.

### 2. Studi Pustaka

Untuk membantu peneliti mengatasi masalah atau situasi yang berkaitan dengan penelitiannya, peneliti melakukan studi literatur untuk menghimpun informasi dari berbagai sumber referensi terkait dengan topik masalah penelitian antara lain buku dan jurnal ilmiah.



### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan informasi yang terkumpul atau dikumpulkan dari peristiwa yang terjadi masa lampau (Riyanto dan Hatmawan, 2020). Dalam penelitian ini dokumentasi yang dijadikan referensi bisa berupa gambar, artikel, catatan tertulis terkait dengan penelitian yang hendak diteliti.

### F. Sumber Data

#### 1. Data Primer

Data primer ialah informasi yang didapatkan langsung dilapangan menggunakan berbagai metode pengumpulan data. Data tersebut diperoleh dengan menyebarkan kuesioner (angket) melalui platform *google form* kepada nasabah. Dalam penelitian ini, data primer didapatkan dari para responden yang merupakan nasabah di BSI kalangan generasi Z yang pernah menggunakan layanan pembukaan rekening online di aplikasi BSI mobile. Kemudian hasil informasi dari responden tersebut digunakan untuk memperoleh pemahaman lebih dalam mengenai, keputusan mereka dalam memilih menggunakan layanan pembukaan rekening online bank BSI.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder ialah salah satu sumber informasi yang didapatkan dari perantara orang / media pengumpul data tertentu didapatkan pembukaann berasal dari pengamatan langsung. Data tersebut diperoleh penelitian ini didapatkan melalui sumber yang sudah tersedia sebelumnya antara lain buku, jurnal, dokumentasi, internet, nasabah dan referensi lainnya yang berhubungan dengan keputusan digunakannya layanan pembukaan rekening secara online lewat aplikasi BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia.

### G. Teknik Analisis Data

Dalam mengolah data primer yang sudah terkumpul dari data jawaban kuesioner, selanjutnya peneliti mengelompokan data berdasarkan variabel dan menerapkan teknik analisis data menggunakan uji statistik untuk menguji

hipotesis. Dalam penelitian ini pengolahan data dilakukan dengan regresi ordinal dengan *software SPSS 26*. Regresi ordinal digunakan untuk menganalisis korelasi antara variabel independen dan variabel dependen yang memiliki skala ordinal. Variabel berskala ordinal adalah variabel yang mempunyai tingkatan tertentu atau menyatakan urutan peringkat, akan tetapi jarak antar peringkat tidak dapat diukur secara jelas atau tidak konsisten (Riyanto dan Hatmawan, 2020). Berikut adalah beberapa uji statistik yang digunakan :

#### 1. Uji Instrumen Analisis

##### a) Uji Validitas

Validitas merupakan ukuran keakuratan atau kesesuaian sebuah data objek penelitian yang sudah didapatkan oleh peneliti apakah sudah sesuai dengan fakta yang sesungguhnya terjadi dilapangan. Uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk mengukur valid atau tidak sahnya setiap butir pertanyaan yang ada pada kuesioner (Latief dan Dirwan, 2020). Jika skala pengukuran atau instrumen (kuesioner) tidak bisa menjawab masalah penelitian, maka tiap pernyataan kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid untuk digunakan dalam penelitian, Oleh karena itu penting untuk melakukan pertimbangan dalam penentuan instrument (kuesioner).

Berikut ini merupakan standar yang digunakan untuk melakukan uji validitas :

- 1) Apabila nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka alat ukur atau semua butir pertanyaan kuesioner dinyatakan valid atau sah.
- 2) Apabila nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka alat ukur atau semua butir pertanyaan kuesioner dinyatakan tidak valid atau sah.

##### b) Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk menilai keandalan alat ukur (kuesioner) yang digunakan dan mengukur konsistensi respon responden dalam menjawab setiap pertanyaan yang ada dalam kuesioner (Latief dan Dirwan, 2020). Dalam menguji reliabilitas

instrumen dalam variabel penelitian ini menggunakan dasar nilai Cronbach's Alpha > 0,60. Jika nilai koefisien lebih dari 0,06 maka kuesioner dinyatakan reliabel atau cukup baik begitupun sebaliknya.

## 2. Uji Hipotesis

Karena penelitian ini memiliki data variabel bersifat ordinal, maka dalam uji hipotesis menggunakan Uji Rank Spearman, Uji Korelasi Kendall's W dan Regresi Ordinal.

a. H<sub>0</sub> = Tidak ada pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online.

Ha<sub>1</sub> = Terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online.

b. H<sub>0</sub> = Tidak ada pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online.

Ha<sub>2</sub> = Terdapat pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online.

c. H<sub>0</sub> = Tidak ada pengaruh sikap terhadap keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online.

Ha<sub>3</sub> = Terdapat pengaruh sikap terhadap keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online.

d. H<sub>0</sub> = Tidak ada pengaruh secara simultan antara persepsi manfaat kemudahan penggunaan, dan sikap terhadap keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online.

e. Ha<sub>4</sub> = Terdapat pengaruh secara simultan antara persepsi manfaat kemudahan penggunaan, dan sikap terhadap keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online.

### 1) Uji Rank Spearman

Uji Rank spearman digunakan untuk mengukur hubungan atau korelasi antara variabel yang berskala ordinal. adapun rumus rank spearman sebagai berikut :

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan :

$\rho$  = Nilai Koefisien korelasi peringkat

$d_i$  = Selisih setiap peringkat Xi dengan Y dimana  $i = 1$  dan  $2$

$n$  = Jumlah data responden

Menurut Sahid Raharjo dalam Ma'sumah (2019) menjelaskan terdapat pedoman dalam hal memberikan interpretasi mengenai hasil nilai koefisien dalam uji rank spearman yaitu :

**Table 2.3**  
**Tingkat Kekuatan Korelasi**

Nilai Koefisien Korelasi	Keterangan
0,00 – 0,25	Hubungan sangat lemah
0,26 – 0,50	Hubungan cukup
0,51 – 0,75	Hubungan kuat
0,76 – 0,90	Hubungan sangat kuat
1,00	Sempurna

Sumber : Ma'sumah, 2019

## 2) Uji Korelasi Kendall's W

Korelasi Kendall's W adalah metode analisis yang digunakan untuk mengukur tingkat korelasi atau kecocokan antara beberapa k pengamat dalam menentukan dan memberikan pada suatu individu / objek. Berikut rumus uji korelasi kendall's w :

$$W = \frac{S}{1/12k^2(n^3-n)}$$

Keterangan:

$W$  = Nilai Koefisien korelasi kendall's

$S$  = Jumlah kuadrat deviasi

Sehingga,  $S = \sum (R_j - \frac{\sum R_j}{n})^2$

$K$  = Banyaknya himpunan peringkat

$R_j$  = Jumlah peringkat yang diberikan kepada objek atau individu

$N$  = Banyak individu yang diberi peringkat



$1/12k^2 (n^3-n) =$  Jumlah S yang dapat terjadi dengan adanya kecocokan sempurna diantara k ranking.

### 3) Uji Regresi Ordinal

Analisis regresi ordinal ini digunakan untuk melihat korelasi atau hubungan antar variabel Y (Variabel Respon) yang memiliki tingkatan respon terhadap variabel X (Variabel Prediktor) yang lebih dari satu dan bersifat ordinal. Adapun rumus regresi ordinal sebagai berikut :

$$\text{logit}(P^1) = \text{Log} \frac{P^1}{1 - P^1} = a_1 + \beta X$$

$$\text{logit}(P^1 + P^2) = \text{Log} \frac{P^1 + P^2}{1 - P^1 - P^2} = a_1 + \beta X$$

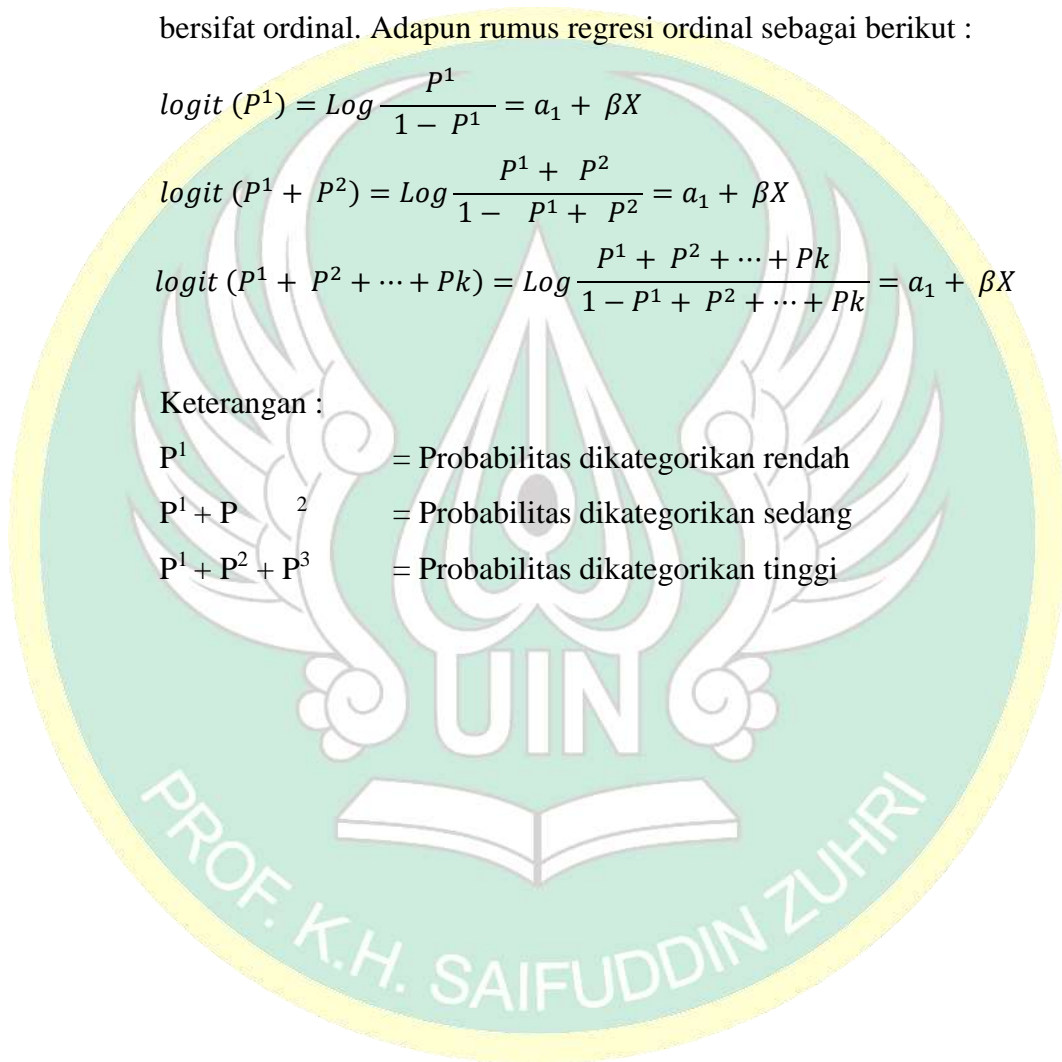
$$\text{logit}(P^1 + P^2 + \dots + P_k) = \text{Log} \frac{P^1 + P^2 + \dots + P_k}{1 - P^1 - P^2 - \dots - P_k} = a_1 + \beta X$$

Keterangan :

$P^1$  = Probabilitas dikategorikan rendah

$P^1 + P^2$  = Probabilitas dikategorikan sedang

$P^1 + P^2 + P^3$  = Probabilitas dikategorikan tinggi





## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum**

##### **1. Sejarah Bank Syariah Indonesia**

PT Bank Syariah Indonesia Tbk atau BSI merupakan perbankan syariah yang lahir berdasarkan hasil merger dari tiga bank yaitu PT Bank Syariah Mandiri, PT Bank BRI syariah Tbk, dan PT Bank BNI Syariah yang diperkuat oleh dukungan Kementerian BUMN. Yang mana merger ketiga bank ini sudah memiliki izin resmi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021 pada tanggal 27 Januari 2021. Kemudian pada 1 Februari 2021 keberadaan Bank Syariah Indonesia ini disahkan langsung oleh Bapak Presiden Joko Widodo.

Maka dengan diresmikannya BSI mempertegas bahwa pemerintah Indonesia mengakselerasi kemajuan perekonomian baik usaha dan iklim industri yang menggunakan sistem syariah di Indonesia. Sebagai upaya mendorong pengembangan perbankan Syariah untuk memberikan pelayanan yang lebih unggul mengingat fakta bahwa sebagian besar penduduk di Indonesia menganut agama muslim terbesar didunia. Selain itu kehadiran BSI juga berperan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam industri halal yang ada di Indonesia. (Bank Syariah Indonesia, 2023)

Sementara untuk komposisi dari pemegang saham di Bank Syariah Indonesia mencakup PT Bank Syariah Mandiri dengan kepemilikan sebesar 50,83%, PT Bank BRI syariah Tbk dengan kepemilikan sebesar 24,85%, dan PT Bank BNI Syariah dengan kepemilikan sebesar 17,25% dan sejumlah kecil sisa sahamnya merupakan milik pihak lain. Keberadaan BSI saat ini menjadi cerminan wajah baru perbankan Syariah di Indonesia yang dikemas dengan tampilan yang lebih modern, *universal*, serta memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil'Aalamiin*).

## 2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

Visi

*“Top 10 Global Islamic Bank”*

Misi

- a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.
- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
- c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

## 3. Gambaran umum Kantor Cabang BSI Purwokerto

Kota Purwokerto merupakan salah satu wilayah di Provinsi Jawa Tengah yang merupakan Ibu Kota dari Kabupaten Banyumas yang secara geografis berada di tengah–tengah wilayah Kabupaten Banyumas. BSI saat ini memiliki kurang lebih ada 1.100 cabang yang sudah tersebar di seluruh Indonesia (Liputan6.com, 2023). Sementara terdapat 3 kantor cabang BSI yang berlokasi di Kota Purwokerto yaitu Kantor Cabang Purwokerto Sudirman 1, Kantor Cabang Purwokerto Sudirman 2, dan Kantor Cabang Purwokerto Karangobar (kantorbank.id, 2023).

Terdapat berbagai fasilitas layanan informasi dan layanan transaksi yang disediakan Bank Syariah Indonesia salah satunya layanan BSI Mobile. BSI Mobile adalah suatu aplikasi berbasis teknologi yang bermanfaat untuk membantu memudahkan aktivitas transaksi perbankan nasabah dengan fitur layanan transaksi dan informasi yang cukup lengkap, dimana layanan ini dapat diakses selama 24 jam secara mandiri oleh nasabah tanpa harus datang secara langsung mengunjungi cabang bank (Amalia dan Hastriana, 2022). Selain itu dalam aplikasi BSI Mobile juga menyediakan inovasi fitur layanan pembukaan rekening online dengan fitur *biometric*.

Layanan pembukaan rekening online merupakan inovasi baru perbankan yang memudahkan nasabah dalam membuka rekening tanpa perlu antre datang ke cabang bank yang memungkinkan nasabah menerapkan *self service* pada nasabah melalui reservasi secara virtual atau

online. Dalam hal pengoperasian layanan pembukaan rekening bank BSI ini dapat diakses dengan dua 2 cara yaitu melalui Web form BSI dan aplikasi BSI Mobile.

## B. Karakteristik Responden

Untuk menjawab latar belakang masalah. Maka peneliti memberikan karakteristik untuk responden yang akan dijadikan sampel yang terdiri dari usia, jenis kelamin, status, dan domisili. Dengan nasabah BSI pengguna BSI Mobile khususnya fitur pembukaan rekening secara online sebagai sampel sejumlah 100 responden dengan domisili di Kota Purwokerto. Berikut hasil dari pendistribusian kuesioner yang disebar melalui beberapa media sosial yaitu *Whatsapp* dan Instagram :

**Table 4. 1**  
**Hasil Dari Pendistribusian Kuesioner**

No	Keterangan	Jumlah
1.	Jumlah jawaban responden yang masuk	105
2.	Usia tidak sesuai	5
Total data yang dipakai		100

Sumber : Data primer yang olah, 2023

Berdasarkan hasil distribusi kuisisioner yang disebarkan pada tanggal 10-13 Oktober 2023 terdapat 105 orang responden yang sudah berpartisipasi mengisi kuisisioner. Namun dari jumlah tersebut terdapat 5 orang responden yang tidak sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan. Jadi hanya 100 orang responden yang sesuai dengan kriteria yang akan diambil sebagai sample. Adapun hasil distribusi kuisisioner berdasarkan beberapa karakteristik yang sudah ditentukan peneliti sebagai berikut :

### 1. Data Responden Berdasarkan Umur

Dalam penelitian ini peneliti memiliki kriteria khusus untuk reponden yaitu responden merupakan nasabah BSI dari kalangan generasi Z yang memiliki rentang umur 17-35. Berikut tabel responden berdasarkan umur yang didapatkan oleh peneliti :

**Table 4. 2**  
**Tabel Frekuensi Responden Berdasarkan Umur**

Umur					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-20	12	12.0	12.0	12.0
	21-24	83	83.0	83.0	95.0
	25-28	4	4.0	4.0	99.0
	33-35	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

*Sumber : Data primer yang diolah (output SPSS 26), 2023*

Berdasarkan hasil olah data respon kuesioner yang sudah dibagikan diketahui bahwa kategori umur 21-24 tahun mendominasi yang sejumlah 83 orang responden (83%) dari 100 responden, posisi kedua dari kategori umur 17-20 tahun sejumlah 12 orang responden (12%) sementara posisi ketiga ada kategori usia 25-28 tahun sejumlah 4 orang (4%). Hal ini mmenandakan nasabah BSI yang menggunakan layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile kebanyakan berumur 21-24 tahun.

## 2. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Table 4. 3**  
**Tabel Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	26	26.0	26.0	26.0
	Perempuan	74	74.0	74.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

*Sumber : Data primer yang diolah (output SPSS 26), 2023*

Berdasarkan hasil olah data respon kuesioner dari responden terlihat pada table 4.3 diatas menunjukkan bahwa dari 100 responden, sebagian besar nasabah BSI yang menggunakan layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile adalah responden dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak daripada responden laki-laki, dengan perolehan pada jenis



kelamin laki-laki sebanyak 26 responden presentasinya 26% sementara jenis kelamin perempuan sebanyak 74 responden setara dengan 74%.

### 3. Data Responden Berdasarkan Status

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah BSI dari kalangan generasi Z, oleh karena itu untuk memperoleh data yang sesuai kriteria responden peneliti membagi menjadi tiga kategori status yaitu pelajar, mahasiswa dan pekerja. Berikut ini hasil data penyebaran kuesioner yang telah diolah, peneliti memperoleh data responden berdasarkan status antara lain :

**Table 4. 4**  
**Tabel Frekuensi Responden Berdasarkan Status**

		Status			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar	1	1.0	1.0	1.0
	Mahasiswa	63	63.0	63.0	64.0
	Pekerja	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

*Sumber : Data primer yang diolah (output SPSS 26), 2023*

Berdasarkan hasil olah data dari penyebaran kuesioner pada tabel 4.4 diatas terlihat bahwa dari 100 responden yang memberi respon sebagai nasabah BSI yang menggunakan layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile di Kota Purwokerto kebanyakan berasal dari kalangan bertatus mahasiswa dengan presentase 63% sejumlah 63 orang, peringkat kedua ada pekerja dengan presentase 36% sejumlah 36 orang dan terakhir sebesar 1% sejumlah 1 orang.

### 4. Data Responden Berdasarkan Domisili

Dalam penelitian ini peneliti memilih Kota Purwokerto sebagai lokasi penelitian yang mempunyai distribusi penduduk yang cukup padat terutama kalangan generasi Z, dimana kota Purwokerto ini memiliki empat kecamatan yakni Kecamatan Purwokerto Utara, Purwokerto Selatan,



Purwokerto Timur, dan Purwokerto Barat. Berikut tabel frekuensi responden berdasarkan domisili :

**Table 4. 5**  
**Tabel Frekuensi Responden Berdasarkan Domisili**

		Domisili			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Purwokerto Utara	33	33.0	33.0	33.0
	Purwokerto Selatan	15	15.0	15.0	48.0
	Purwokerto Timur	32	32.0	32.0	80.0
	Purwokerto Barat	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah (output SPSS 26), 2023

Berdasarkan hasil olah data pada tabel diatas terlihat bahwa dari 100 responden yang merupakan nasabah BSI yang menggunakan layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile di Kota Purwokerto 33% kebanyakan berdomisili di Kecamatan Purwokerto Utara sebanyak 33 orang responden, peringkat kedua ada di Kecamatan Purwokerto Timur dengan presentase 32% sebanyak 32 orang responden, peringkat ketiga ada di Kecamatan Purwokerto Barat 20% sebanyak 20 orang responden dan peringkat terakhir ada di Kecamatan Purwokerto Selatan 15% sebanyak 15 orang responden.

### C. Distribusi Jawaban Responden

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada responden yaitu nasabah BSI gen Z yang ada di Kota Purwokerto melalui beberapa media sosial seperti whatsapp, instagram dan facebook. Sehingga dapat diperoleh data tanggapan dari responden yang selanjutnya diidentifikasi dan dijelaskan sebagai berikut ini :

- 1) Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2) Skor 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3) Skor 3 = Ragu-ragu (R)

4) Skor 4 = Setuju (S)

5) Skor 5 = Sangat Setuju (SS)

Selanjutnya dari masing-masing item tanggapan dari responden akan dirinci. Berikut hasil rinciannya :

1. Variabel Persepsi Manfaat (X1)

**Table 4. 6**  
**Distribusi Respon Responden Variabel Persepsi Manfaat (X1)**

Pertanyaan	Frekuensi					Total (Frekuensi)	Rata- rata
	SS	S	RG	TS	STS		
	5	4	3	2	1		
<b>Butir 1</b>	49	42	7	2	0	100	4,38
<b>Butir 2</b>	48	47	4	1	0	100	4,42
<b>Butir 3</b>	44	46	9	1	0	100	4,33
<b>Butir 4</b>	36	14	2	2	0	100	4,12
<b>Total</b>	<b>177</b>	<b>149</b>	<b>22</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>400</b>	<b>4,32</b>

Sumber : Data primer yang diolah (output SPSS 26), 2023

Dilihat dari data pada table 4.6 diatas menunjukkan bahwa nilai rata-rata jawaban dari 100 responden adalah 4,32 dan mayoritas responden memilih skor 5 (sangat setuju) dengan frekuensi tertinggi yaitu 177. Maka dapat dinyatakan bahwa responden secara umum sangat setuju terhadap item pertanyaan yang berkaitan dengan variabel Persepsi Manfaat (X1).

2. Variabel Kemudahan Penggunaan (X2)

**Table 4. 7**  
**Distribusi Respon Responden Variabel Kemudahan Penggunaan (X2)**

Pertanyaan	Frekuensi					Total (Frekuensi)	Rata- rata
	SS	S	RG	TS	STS		
	5	4	3	2	1		
<b>Butir 1</b>	23	57	15	4	1	100	3,97
<b>Butir 2</b>	39	46	12	3	0	100	4,21
<b>Butir 3</b>	29	53	14	3	1	100	4,06
<b>Butir 4</b>	43	49	4	3	1	100	4,30
<b>Butir 5</b>	38	44	14	3	1	100	4,15

<b>Butir 5</b>	33	50	11	4	2	100	4,08
<b>Total</b>	<b>205</b>	<b>299</b>	<b>70</b>	<b>20</b>	<b>6</b>	<b>500</b>	<b>4,19</b>

Sumber : Data primer yang diolah (output SPSS 26), 2023

Berdasarkan data pada tabel 4.7 diatas menunjukkan rata-rata jawaban responden adalah 4,19 dan mayoritas responden memilih skor 4 (setuju) dengan frekuensi tertinggi yaitu 299. Maka dapat dinyatakan bahwa responden setuju terhadap item pertanyaan yang berkaitan dengan Kemudahan Penggunaan (X2).

### 3. Variabel Sikap (X3)

**Table 4. 8**  
**Distribusi Respon Responden Variabel Sikap (X3)**

Pertanyaan	Frekuensi					Total (Frekuensi)	Rata- rata
	SS	S	RG	TS	STS		
	5	4	3	2	1		
<b>Butir 1</b>	48	33	15	2	2	100	4.23
<b>Butir 2</b>	40	48	9	1	2	100	4.23
<b>Butir 3</b>	47	43	5	3	2	100	4.30
<b>Butir 4</b>	29	52	13	4	2	100	4.02
<b>Butir 5</b>	38	43	14	3	2	100	4.11
<b>Total</b>	<b>202</b>	<b>219</b>	<b>56</b>	<b>13</b>	<b>10</b>	<b>500</b>	<b>4,18</b>

Sumber : Data primer yang diolah (output SPSS 26), 2023

Dilihat dari data pada table 4.8 diatas menunjukkan bahwa nilai rata-rata jawaban dari 100 responden adalah 4,18 dan mayoritas responden memilih skor 4 (setuju) dengan frekuensi tertinggi yaitu 219. Maka dapat dinyatakan bahwa responden secara umum setuju terhadap item pertanyaan yang berkaitan dengan variabel Sikap (X3).

## 4. Variabel Keputusan Penggunaan (Y)

**Table 4. 9**  
**Distribusi Respon Responden Variabel Keputusan Penggunaan (Y)**

Pertanyaan	Frekuensi					Total (Frekuensi)	Rata- rata
	SS	S	RG	TS	STS		
	5	4	3	2	1		
Butir 1	42	48	6	1	3	100	4.25
Butir 2	35	48	13	1	3	100	4.11
Butir 3	35	42	16	4	3	100	4.02
Butir 4	33	46	15	5	1	100	4.05
Butir 5	36	44	13	5	2	100	4.07
Total	181	228	63	16	12	500	4,06

Sumber : Data primer yang diolah (output SPSS 26), 2023

Berdasarkan data pada tabel 4.9 diatas menunjukkan rata-rata jawaban responden adalah 4,06 dan mayoritas responden memilih skor 4 (setuju) dengan frekuensi tertinggi yaitu 228. Maka dapat dinyatakan bahwa responden setuju terhadap item pertanyaan yang berkaitan dengan Keputusan Penggunaan (Y).

#### D. Hasil Analisis Data

##### 1. Uji Instrumen Analisis

###### a. Uji Validitas

Dalam penelitian ini, aplikasi IBM SPSS 26 digunakan untuk menguji validitas pada 100 responden. Proses pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk memastikan bahwa data yang sudah terkumpul melalui kuesioner merupakan representasi yang akurat berdasarkan fakta sebenarnya dalam instrumen penelitian. Hasil uji validitas kuesioner dapat menggambarkan sejauh mana tingkat kebenaran data yang diperoleh oleh peneliti.



**Table 4. 10**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Persepsi Manfaat (X1)	X.1	0,765	0,1966	Valid
	X.2	0,76	0,1966	Valid
	X.3	0,788	0,1966	Valid
	X.4	0,783	0,1966	Valid
Kemudahan Penggunaan (X2)	X.1	0,841	0,1966	Valid
	X.2	0,792	0,1966	Valid
	X.3	0,842	0,1966	Valid
	X.4	0,773	0,1966	Valid
	X.5	0,861	0,1966	Valid
	X.6	0,883	0,1966	Valid
Sikap (X3)	X.1	0,809	0,1966	Valid
	X.2	0,845	0,1966	Valid
	X.3	0,852	0,1966	Valid
	X.4	0,811	0,1966	Valid
	X.5	0,855	0,1966	Valid
Keputusan Pengguna (Y)	Y.1	0,791	0,1966	Valid
	Y.2	0,704	0,1966	Valid
	Y.3	0,828	0,1966	Valid
	Y.4	0,837	0,1966	Valid
	Y.5	0,774	0,1966	Valid

Sumber : Data primer yang diolah (output SPSS 26), 2023

Terlihat dari hasil uji validitas pada tabel 4.6 diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan untuk kuesioner dalam penelitian ini memiliki nilai r hitung > r tabel, dimana berdasarkan r tabel dengan 100 responden bernilai (0,196), Sehingga dapat dikatakan seluruh item pernyataan pada tiap indikator variabel yaitu pada variabel Persepsi Manfaat (X1), Kemudahan Penggunaan (X2), Sikap (X3) dan Keputusan Penggunaan (Y) dapat memenuhi kriteria valid.

## b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai kebenaran yang nyata atau mengukur konsistensi (kuesioner). Dalam menguji reliabilitas instrumen dalam variabel penelitian ini menggunakan dasar nilai Cronbach's Alpha  $> 0,60$ . Jika nilai koefisien lebih dari 0,06 maka kuesioner dinyatakan reliabel atau cukup baik begitupun sebaliknya.

**Table 4. 11**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Nama Variabel</b>	<b>Cronbach Alpha</b>	<b>Nilai Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
Persepsi Manfaat (X1)	0,707	0,6	Reliabel
Kemudahan Penggunaan (X2)	0,861	0,6	Reliabel
Sikap (X3)	0,890	0,6	Reliabel
Keputusan Pengguna (Y)	0,846	0,6	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah (output SPSS 26), 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.7 menunjukkan nilai Cronbach Alpha pada variabel Persepsi Manfaat (X1) menghasilkan nilai 0,707, variabel Kemudahan Penggunaan (X2) menghasilkan nilai 0,861, variabel Sikap (X3) menghasilkan nilai 0,890, dan variabel Keputusan Pengguna layanan pembukaan rekening melalui BSI Mobile (Y) menghasilkan nilai 0,846. Hal tersebut menunjukkan bahwa pada seluruh item dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel dengan dasar nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,6$ . Yang nantinya dapat digunakan penelitian selanjutnya.

## 2. Uji Hipotesis

### a. Uji Rank Spearman

Dalam penelitian, uji Rank Spearman ini dilakukan untuk memperoleh informasi terkait seberapa kuat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Yang kemudian hasil uji rank spearman ini akan dijadikan sebagai landasan untuk pengambilan keputusan dengan acuan jika nilai sig (2-tailed) lebih besar dari 0,05, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima, dan jika nilai sig (2-tailed) lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) tidak dapat diterima.

**Table 4. 12**  
**Hasil uji Rank Spearman**

Correlations					
		Persepsi Manfaat	Kemudahan Penggunaan	Sikap	Keputusan Penggunaan Layanan Pembukaan Rekening Online
Persepsi Manfaat	Correlation Coefficient	1.000	.698**	.699**	.576**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Kemudahan Penggunaan	Correlation Coefficient	.698**	1.000	.784**	.608**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	100	100	100	100
Sikap	Correlation Coefficient	.699**	.784**	1.000	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	100	100	100	100
Keputusan Penggunaan Layanan Pembukaan Rekening Online	Correlation Coefficient	.576**	.608**	.672**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data primer yang diolah (output SPSS 26), 2023

Berdasarkan olah data uji spearman terlihat pada tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa pada variabel Persepsi manfaat (X1) menghasilkan nilai signifikansi (*sig-2-tailed*) sebesar  $0,000 < 0,05$  dari nilai ini dapat disimpulkan bahwa Ha1 diterima dan Ho ditolak yang berarti terdapat hubungan signifikan antara Persepsi manfaat (X1) dengan Keputusan Penggunaan Layanan Pembukaan Rekening Online BSI Mobile (Y).

Selanjutnya pada variabel Kemudahan Penggunaan (X2) menghasilkan nilai nilai signifikansi (*sig-2-tailed*) sebesar  $0,000 < 0,05$  dari nilai ini dapat disimpulkan bahwa Ha2 diterima dan Ho ditolak yang berarti terdapat hubungan signifikan antara Persepsi manfaat (X1) dengan Keputusan Penggunaan Layanan Pembukaan Rekening Online BSI Mobile (Y).

Sementara variabel Sikap (X3) menghasilkan nilai nilai signifikansi (*sig-2-tailed*) sebesar  $0,000 < 0,05$  dari nilai ini dapat disimpulkan bahwa Ha3 diterima dan Ho ditolak yang berarti terdapat hubungan signifikan antara Persepsi manfaat (X1) dengan Keputusan Penggunaan Layanan Pembukaan Rekening Online BSI Mobile (Y).

Selanjutnya untuk mengetahui seberapa kuat korelasinya dapat dilihat berdasarkan tabel kriteria nilai koefisien. Berikut tabel kriteria tingkat kekuatan korelasi (hubungan):

**Table 4. 13**  
**Tingkat Kekuatan Korelasi**

Nilai Koefisien Korelasi	Keterangan
0,00 – 0,25	Hubungan sangat lemah
0,26 – 0,50	Hubungan cukup
0,51 – 0,75	Hubungan kuat
0,76 – 0,90	Hubungan sangat kuat
1,00	Sempurna

Sumber : Ma'sumah, 2019

Dari tabel 4.9 dapat diketahui seberapa tingkat hubungan antar variabel dalam penelitian ini. Pertama tingkat keamatan korelasi antara variabel Persepsi manfaat (X1) dengan Keputusan Penggunaan Layanan



Pembukaan Rekening Online BSI Mobile (Y) ini adalah ( $r = 0,576$ ), angka ini menandakan adanya hubungan yang kuat dan searah antar kedua variabel. Sehingga dapat dikatakan semakin tinggi manfaat (X1) yang ditawarkan kepada pengguna maka akan semakin besar pula keputusan untuk menggunakan layanan pembukaan rekening online BSI Mobile (Y).

Kedua, terdapat juga korelasi antara variabel Kemudahan Penggunaan (X2) dengan Keputusan Penggunaan Layanan Pembukaan Rekening Online BSI Mobile (Y) ini adalah ( $r = 0,608$ ), angka ini mengindikasikan adanya hubungan yang kuat dan searah antar kedua variabel. Sehingga dapat dikatakan semakin mudahan penggunaan suatu layanan bank yang ditawarkan kepada pengguna maka akan semakin tinggi kemungkinan seseorang akan mengambil keputusan untuk menggunakannya. Dalam hal ini penggunaan pada layanan pembukaan rekening online BSI Mobile.

Sedangkan antara variabel Sikap (X3) dengan Keputusan Penggunaan Layanan Pembukaan Rekening Online BSI Mobile (Y) ini adalah ( $r = 0,608$ ), angka ini mengindikasikan adanya hubungan yang kuat dan searah antar kedua variabel. Sehingga dapat dikatakan ketika seseorang memiliki sikap positif terhadap layanan maka mereka akan cenderung lebih mungkin untuk mengambil keputusan yang untuk menggunakan layanan pembukaan rekening online BSI Mobile (Y).

Kesimpulannya, temuan dari analisis ini mengindikasikan bahwa persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan sikap semuanya memiliki hubungan yang signifikan dengan keputusan penggunaan. Semakin positif persepsi, semakin mudah penggunaan, dan semakin positif sikap, semakin besar kemungkinan pengguna akan mengambil keputusan untuk menggunakan produk atau layanan. Semua hubungan ini berjalan searah, yang artinya peningkatan dalam masing-masing variabel independen berkontribusi pada peningkatan keputusan penggunaan.

### b. Uji Korelasi Kendall's W

Uji Korelasi Kendall's W adalah metode analisis yang digunakan untuk mengukur tingkat korelasi atau kecocokan secara bersamaan antara beberapa variabel. Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini yaitu apabila nilai signifikansi (*sig*) lebih dari 0,05 maka  $H_0$  dapat dikatakan diterima dan apabila nilai signifikansi (*sig*) kurang dari 0,05 maka  $H_0$  diartikan tidak diterima. Berikut ini akan dijelaskan dalam tabel hasil dari uji korelasi Kendall's W:

**Table 4. 14**  
**Hasil Korelasi Kendall's W**

Test Statistics	
N	100
Kendall's W <sup>a</sup>	.736
Chi-Square	220.938
df	3
Asymp. Sig.	.000

a. Kendall's Coefficient  
of Concordance

Sumber : Data primer yang diolah (output SPSS 26), 2023

Dilihat dari tabel 4.10 dapat diketahui nilai signifikansinya sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan  $H_{a4}$  diterima dan  $H_0$  tidak ditolak. Sehingga antara variabel Persepsi manfaat (X1), variabel Kemudahan Penggunaan (X2), dan variabel Sikap (X3) secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel Keputusan Penggunaan Layanan Pembukaan Rekening Online BSI Mobile pada generasi Z di kota Purwokerto (Y). dengan nilai 0,736 yang berarti data yang diujikan memiliki tingkat asosiasi yang tinggi karena hasil nilainya lebih tinggi dari 0,5.

### c. Uji Regresi Ordinal

Uji regresi ordinal adalah uji yang digunakan dalam penelitian untuk menggambarkan hubungan antara variabel dependen (Y) dengan satu atau lebih variabel independen (X) dan memiliki skala yang ordinal atau bersifat tingkatan. Berikut tabel hasil analisis uji regresi ordinal :

**Table 4. 15**  
**Hasil Uji Regresi Ordinal**

<b>Case Processing Summary</b>			
		N	Marginal Percentage
Keputusan Penggunaan	Sangat Tidak Setuju	1	1,0%
	Tidak Setuju	3	3,0%
	Netral	9	9,0%
	Setuju	55	55,0%
	Sangat Setuju	32	32,0%
Persepsi Manfaat	Tidak Setuju	1	1,0%
	Netral	5	5,0%
	Setuju	44	44,0%
	Sangat Setuju	50	50,0%
Kemudahan Penggunaan	Tidak Setuju	4	4,0%
	Netral	6	6,0%
	Setuju	47	47,0%
	Sangat Setuju	43	43,0%
Sikap	Sangat Tidak Setuju	1	1,0%
	Tidak Setuju	4	4,0%
	Netral	4	4,0%
	Setuju	52	52,0%
	Sangat Setuju	39	39,0%
Valid		100	100,0%
Missing		0	
Total		100	

Sumber: Data primer yang diolah (output SPSS 26), 2023

Hasil analisis pada tabel *Case Processing Summary* menggambarkan distribusi variabel keputusan penggunaan (Y), persepsi manfaat (X1), variabel kemudahan penggunaan (X2) dan variabel sikap (X3) dalam sampel penelitian ini. Dalam hal Keputusan

Penggunaan, mayoritas responden menyatakan setuju (55%) atau sangat setuju (32%) dalam mengambil keputusan untuk menggunakan suatu produk atau layanan. Sebaliknya, hanya sebagian kecil responden yang sangat tidak setuju (1%) atau tidak setuju (3%) terhadap keputusan penggunaan. Ketika merinci persepsi manfaat, sebagian besar responden menganggap manfaatnya setuju (44%) atau sangat setuju (50%), sementara hanya sedikit yang tidak setuju (1%).

Kemudahan penggunaan juga mendapat respons positif, dengan mayoritas responden setuju (47%) atau sangat setuju (43%) tentang kemudahan penggunaan. Hanya sebagian kecil yang tidak setuju (4%). Sikap responden terhadap topik penelitian ini juga sebagian besar positif, dengan mayoritas responden yang menyatakan setuju (52%) atau sangat setuju (39%), dan hanya sebagian kecil yang sangat tidak setuju (1%) atau tidak setuju (4%).

Tabel ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki sikap positif terhadap keputusan penggunaan, persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan sikap, yang mungkin memiliki implikasi penting dalam konteks penelitian ini.

**Table 4. 16**  
**Hasil Uji Regresi Ordinal**  
**Model Fitting Information**

Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	195,942			
Final	119,090	76,851	3	0,000

Link function: Logit.

Sumber: Data primer yang diolah (output SPSS 26), 2023

Berdasarkan pada tabel yang menunjukkan keterangan apakah model regresi ordinal yang digunakan signifikan atau tidak. Sesuai dasar keputusan tersebut, yaitu jika nilai signifikansi  $>$  alpha 0,05 maka model tidak signifikan dan jika nilai signifikansi  $<$  alpha 0,05 maka model signifikan.



Nilai Chi-Square dengan taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$  oleh karena itu model regresi ordinal yang digunakan adalah signifikan dan layak digunakan pada model variabel independennya (*final model*).

**Table 4. 17**  
**Hasil Uji Regresi Ordinal Goodnes Of Fit**

<b>Goodness-of-Fit</b>			
	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	187,105	285	1,000
Deviance	110,278	285	1,000
Link function: Logit.			

Sumber: Data primer yang diolah (output SPSS 26), 2023

Berdasarkan pada tabel yang menunjukkan keterangan pengujian terkait seberapa cocok model dengan data. Sesuai pada dasar pengambilan keputusan yaitu jika nilai signifikansi  $> \alpha 0,05$  maka model signifikan dan jika nilai signifikansi  $< \alpha 0,05$  maka model tidak signifikan. Tabel di atas ini menunjukkan nilai pearson yaitu 187,105 dengan tingkat signifikansi  $1,000 > 0,05$  dan nilai Deviance yaitu 110,278 dengan tingkat signifikansi  $1,000 > 0,05$ . Berdasarkan pada hasil uji tersebut maka model dapat dikatakan layak digunakan.

**Table 4. 18**  
**Hasil Uji Regresi Ordinal Pseudo R-Square**  
**Pseudo R-Square**

Cox and Snell	0,536
Nagelkerke	0,609
McFadden	0,362

Link function: Logit.

Sumber: Data primer yang diolah (output SPSS 26), 2023

Berdasarkan pada tabel yang menunjukkan hasil perhitungan koefisien determinasi atau keterangan terkait variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen. Pada tabel tersebut nilai Nagelkerke memberikan nilai sebesar 0,609, ini menjelaskan bahwa variabel independen yakni Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Sikap

yang nilainya 60,9%. Dan sisanya yaitu 39,1% yang dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

**Table 4. 19**  
**Hasil Uji Regresi Ordinal Parameter Estimates**

Parameter Estimates								
		Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Dependen	[Y = 1]	7,071	2,172	10,605	1	0,001	2,815	11,328
	[Y = 2]	10,735	2,348	20,900	1	0,000	6,133	15,338
	[Y = 3]	14,037	2,495	31,645	1	0,000	9,146	18,928
	[Y = 4]	18,544	2,876	41,571	1	0,000	12,907	24,181
Independen	X1	0,173	0,134	1,670	1	0,196	-0,089	0,435
	X2	0,290	0,114	6,473	1	0,011	0,067	0,513
	X3	0,330	0,122	7,325	1	0,007	0,091	0,568

Link function: Logit.

Sumber: Data primer yang diolah (output SPSS 26), 2023

Variabel Persepsi Manfaat (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,196, yang jelas lebih besar dari alpha (0,05). Ini mengindikasikan bahwa Persepsi Manfaat (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan (Y).

Variabel Kemudahan Penggunaan (X2) juga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,011 yang lebih kecil dari alpha (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan (Y).

Variabel Sikap (X3) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,007, yang lebih kecil dari alpha (0,05). Ini menunjukkan bahwa Sikap (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan (Y).

#### **E. Pembahasan dan Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa keempat hipotesis berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile (Y) dengan nilai regresi dalam persentase sebagai berikut :

- a. Ha1, dengan nilai regresi persepsi manfaat sebesar 57,6%
- b. Ha2, dengan nilai regresi kemudahan penggunaan sebesar 60,8%
- c. Ha3, dengan nilai regresi sikap sebesar 67,2%

Berikut pembahasan mengenai keempat hipotesis tersebut :

1. Pengaruh Persepsi Manfaat (X1) Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Pembukaan Rekening Online Melalui BSI Mobile (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada uji *Rank Spearman* menunjukkan nilai signifikansi (*sig-2-tailed*) pada variabel Persepsi Manfaat (X1) sebesar  $0,000 < 0,05$  dari nilai ini dapat diartikan bahwa variabel Persepsi Manfaat (X1) memiliki korelasi yang cukup kuat terhadap keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile (Y). Maka Ha1 diterima dan Ho ditolak.

Sementara nilai koefisien regresi yang diperoleh adalah 0,576 atau dengan presentase sebesar 57,6% angka ini menandakan adanya hubungan positif antar kedua variabel. Makna positif tersebut menunjukkan apabila semakin banyak manfaat yang ditawarkan kepada pengguna maka besar keputusan untuk menggunakan layanan pembukaan rekening online BSI Mobile (Y). Selain itu dapat dilihat juga dari hasil jawaban responden yang memiliki rata-rata jawaban pada setiap indikator yaitu 4,32 yang berarti responden setuju bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile.

Selanjutnya dilakukan perhitungan regresi ordinal pada bagian *parameter estimates*. Dilihat pada tabel tersebut bahwa nilai *estimates* pada variabel persepsi manfaat sebesar  $0,196 > 0,05$ , karena nilai *sig.(2-tailed) < 0,05*). Sehingga dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen mempertimbangkan persepsi manfaat dalam membuat keputusan namun tidak menjadi faktor utama terhadap keputusan gen Z

dalam menggunakan fitur layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Dirwan, (2022) terkait kebermanfaatan berpengaruh secara positif terhadap keputusan menggunakan aplikasi Mobile banking. Maka hasil penelitian ini sejalan dengan konsep *Technology Acceptance Model*, dimana aspek persepsi manfaat menjadi salah satu yang mempengaruhi penerimaan teknologi. Sehingga dari hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi manfaat yang ditawarkan layanan bank BSI kepada nasabah tidak menjamin dapat mendorong keputusan generasi Z untuk menggunakan layanan pembukaan rekening online ( Rahayu, 2016).

## 2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X2) Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Pembukaan Rekening Online Melalui BSI Mobile (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada uji Rank Spearman menunjukkan nilai signifikansi (*sig-2-tailed*) pada variabel Kemudahan Penggunaan (X2) sebesar  $0,000 < 0,05$  dari nilai ini dapat diartikan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan (X2) memiliki korelasi yang cukup kuat terhadap keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile (Y).

Sementara nilai koefisien regresi yang diperoleh adalah 0,608 atau dengan presentase sebesar 60,8% angka ini menandakan adanya hubungan positif yang kuat dan searah antar kedua variabel, sehingga apabila semakin mudahan penggunaan suatu layanan bank yang ditawarkan kepada pengguna maka akan semakin tinggi kemungkinan seseorang akan mengambil keputusan untuk menggunakan layanan pembukaan rekening online BSI Mobile (Y).

Selain itu dapat dilihat juga dari hasil jawaban responden yang memiliki rata-rata jawaban pada setiap indikator yaitu 4,19 yang berarti responden setuju bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile. Maka  $H_{a2}$  diterima dan  $H_0$  ditolak



Selanjutnya dilakukan perhitungan regresi ordinal pada bagian *parameter estimates*. Hasilnya akan menunjukkan bagaimana pengaruh antara masing-masing koefisien regresi, apakah signifikan atau tidak signifikan. Jika nilai pada *signifikansi*  $< 0,05$  maka hasilnya dapat dikatakan signifikan. Dilihat pada tabel tersebut bahwa nilai *signifikansi* pada variabel persepsi manfaat sebesar  $0,011 < 0,05$ . Karena nilai *sig.(2-tailed)*  $< 0,05$ . Hal ini bermakna variabel kemudahan penggunaan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan. Jadi dapat disimpulkan dari penelitian ini yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kemudahan penggunaan dengan keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile.

Hasil penelitian tersebut sejalan didukung dengan temuan oleh Christiani dan Immanuela (2022) yang menjelaskan bahwa pada variabel kemudahan memiliki efek secara positif terhadap munculnya minat nasabah untuk menggunakan layanan *e-banking* nasabah bank di Kota Madiun. Sejalan dengan penelitian tersebut hasil penelitian oleh Kurniawan (2020) menyatakan bahwasanya pada variabel kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel sikap nasabah untuk menggunakan *internet banking* pada nasabah BRI di Surabaya.

Maka penelitian ini sesuai dengan konsep *Technology Acceptance Model*, dimana aspek kemudahan penggunaan yang mengacu pada seberapa jauh tingkat keyakinan seorang konsumen bahwa teknologi yang hendak digunakan tersebut, dapat diakses dengan mudah tanpa kendala apapun. Dalam hal ini generasi Z memiliki kecenderungan bersifat individualis, mereka lebih suka terhadap hal-hal bersifat praktis dan mudah. Oleh karena itu generasi ini umumnya lebih memilih menggunakan teknologi yang memudahkan mereka dalam segala aktivitas termasuk pada penggunaan layanan perbankan.

### 3. Pengaruh Sikap (X3) Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Pembukaan Rekening Online Melalui BSI Mobile (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada uji Rank Spearman menunjukkan nilai signifikansi (*sig-2-tailed*) pada variabel Sikap (X3) sebesar  $0,000 < 0,05$  dari nilai ini dapat diartikan bahwa variabel Sikap (X3) memiliki korelasi yang cukup kuat terhadap keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile (Y).

Sementara nilai koefisien regresi yang diperoleh adalah 0,672 atau dengan presentase sebesar 67,2% angka ini menandakan adanya hubungan yang kuat dan searah antar kedua variabel, sehingga ketika seseorang memiliki sikap positif terhadap layanan maka mereka akan cenderung lebih mungkin untuk mengambil keputusan yang untuk menggunakan layanan pembukaan rekening online BSI Mobile (Y). Selain itu dapat dilihat juga dari hasil jawaban responden yang memiliki rata-rata jawaban pada setiap indikator yaitu 4,18 yang berarti responden setuju bahwa sikap pengguna berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile. Maka  $H_3$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

Selanjutnya dilakukan perhitungan regresi ordinal pada bagian *parameter estimates*. Hasilnya akan menunjukkan bagaimana pengaruh antara masing-masing koefisien regresi, apakah signifikan atau tidak signifikan. Jika nilai pada *signifikansi*  $< 0,05$  maka hasilnya dapat dikatakan signifikan. Dilihat pada tabel tersebut bahwa nilai *signifikansi* pada variabel sikap (X3) sebesar  $0,007 < 0,05$ . Karena nilai *sig.(2-tailed)*  $< 0,05$  Hal ini bermakna variabel sikap memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan. Jadi dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara sikap terhadap keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile.

Hasil tersebut didukung dengan temuan oleh Sugihartono dan Rian Chrisna Putra (2020) menyatakan bahwa variabel sikap penggunaan aplikasi berpengaruh signifikan serta memiliki pengaruh terbesar terhadap niat perilaku menggunakan aplikasi, yaitu sebesar 114%. Kemudian hasil

penelitian oleh Salmah (2021) yang menunjukkan variabel sikap berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap variabel keputusan penggunaan Mobile banking pada nasabah Bank Syariah di Kota Surabaya.

Maka penelitian ini sesuai dengan konsep *Technology Acceptance Model*, dimana aspek sikap menjadi salah satu aspek yang dapat menerangkan tentang perilaku pengguna dalam menerima sistem teknologi, mengacu pada respon penilaian seseorang perasaan positif atau negative terhadap hal-hal objek tertentu yang melibatkan pendapat berupa preferensi jangka panjang dan emosi.

Sementara berdasarkan hasil temuan dilapangan diketahui bahwa sifat generasi Z yang dicirikan individualis, lebih melek teknologi, lebih suka terhadap hal-hal bersifat praktis, kritis dan mereka juga mampu mengerjakan beragam kegiatan dalam satu waktu secara bersamaan (*multi tasking*) serta mengingat perkembangan teknologi yang semakin pesat saat ini yang telah dianggap sebagai kebutuhan pokok. Menjadikan generasi Z ini memiliki potensi yang lebih besar dalam hal melakukan pengadopsian sebuah layanan perbankan berbasis digital seperti layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile.

#### 4. Pengaruh Persepsi Manfaat (X1), Kemudahan Penggunaan (X2), dan Sikap (X3) Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Pembukaan Rekening Online Melalui BSI Mobile (Y)

Berdasarkan hasil dari uji Kendall's W menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig* sebesar  $0,000 < 0,05$ . Karena nilai *sig.(2-tailed) < 0,05* maka  $H_{a4}$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Maka hasil uji ini antara variabel persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan sikap secara simultan berpengaruh terhadap variabel kemudahan penggunaan dan sikap terhadap keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online BSI Mobile pada generasi Z di kota Purwokerto (Y).

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Zaki (2022) yang menjelaskan bahwa variabel sikap dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam

menggunakan Mobile Banking. Selanjutnya ada penelitian Kusumaningtyas dan Wardani (2022) menyatakan bahwa antara variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan Mobile banking pada bank BUMN. Dari temuan tersebut. Maka diambil kesimpulan bahwa variabel Persepsi Manfaat (X1), Kemudahan Penggunaan (X2), dan Sikap pengguna (X3) terhadap variabel keputusan penggunaan pembukaan rekening online BSI Mobile pada generasi Z di kota Purwokerto (Y).

#### **F. Keterbatasan Penelitian**

Adapun beberapa keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian terdapat variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan yaitu tidak hanya Persepsi Manfaat (X1), Kemudahan Penggunaan (X2), dan Sikap pengguna (X3) terhadap variabel keputusan penggunaan (Y). Hal tersebut terlihat dari variabel keputusan penggunaan (Y) pada *Nagelkerke* yakni sebesar Dan sisanya yaitu 18,3% yang dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Pada tabel tersebut nilai *Nagelkerke* memberikan nilai sebesar 0,609, ini menjelaskan bahwa variabel independen yakni Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Sikap yang nilainya 60,9%. Dan sisanya yaitu 39,1% yang dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Sehingga masih terdapat faktor / variabel lain yang belum tercakup secara menyeluruh dalam penelitian ini.
2. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat untuk pengumpulan data primer. Sehingga responden hanya memberikan jawaban sesuai dengan pertanyaan yang tersedia.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan rumusan masalah dan temuan hipotesis yang telah diajukan melalui analisis data menggunakan model regresi ordinal terkait Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Sikap Terhadap Keputusan Generasi Z Menggunakan Layanan Pembukaan Rekening Online BSI Mobile, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan variabel Persepsi Manfaat (X1) terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Pembukaan Rekening Online Melalui BSI Mobile (Y).

Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji Rank Spearman nilai *sig. (2-tailed)* sebesar  $0,000 < 0,05$  serta nilai koefisien korelasi sebesar 0,576 atau dengan presentase sebesar 57,6% dari angka ini menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat (X1) memiliki hubungan positif yang cukup kuat dengan arah positif terhadap Keputusan Penggunaan layanan pembukan rekening online melalui BSI Mobil pada gen Z. Selanjutnya nilai *estimates* persepsi manfaat sebesar  $0,196 > 0,05$ , maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Sehingga berdasarkan dari hasil tersebut mengindikasikan bahwa konsumen mempertimbangkan persepsi manfaat dalam membuat keputusan. Namun, tidak menjadi faktor utama seorang pengguna memutuskan untuk menggunakan fitur layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile dalam hal ini nasabah gen Z.

2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Kemudahan Penggunaan (X2) terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Pembukaan Rekening Online Melalui BSI Mobile (Y)

Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji Rank Spearman nilai (*sig.2-tailed*) sebesar  $0,000 < 0,05$  serta nilai koefisien regresi sebesar 0,608 atau dengan presentase sebesar 60,8% dari angka ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan (X2) memiliki hubungan positif yang cukup kuat dengan arah positif terhadap Keputusan Penggunaan layanan pembukan rekening online melalui BSI Mobil pada gen Z. Selanjutnya

pada nilai *estimates* Kemudahan Penggunaan (X2) sebesar  $0,011 < 0,05$ . Maka Ha2 diterima dan Ho ditolak. Sehingga berdasarkan dari hasil tersebut mengindikasikan bahwa semakin mudah penggunaan suatu layanan bank yang ditawarkan kepada pengguna maka akan semakin tinggi kemungkinan seseorang akan mengambil keputusan untuk menggunakan layanan pembukaan rekening online BSI Mobile (Y). Dalam hal ini generasi Z memiliki kecenderungan lebih menyukai hal-hal bersifat praktis dan mudah. Oleh karena itu generasi ini umumnya lebih termotivasi untuk memilih menggunakan teknologi yang memudahkan mereka dalam segala aktivitas termasuk pada penggunaan layanan perbankan.

3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Sikap (X3) terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Pembukaan Rekening Online Melalui BSI Mobile (Y)

Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji *Rank Spearman* diketahui bahwa pada variabel Sikap (X3) nilai (*sig-2-tailed*) sebesar  $0,000 < 0,05$  serta nilai koefisien regresi sebesar 0,672 atau dengan presentase sebesar 67,2% angka ini menandakan adanya hubungan yang kuat antar kedua variabel. Kemudian pada nilai *estimates* pada variabel sikap (X3) nilai *signifikansi* sebesar  $0,007 < 0,05$ , maka Ha3 diterima dan H0. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin seseorang memiliki sikap positif terhadap layanan maka mereka akan cenderung lebih besar kemungkinan untuk mengambil keputusan yang untuk menggunakan layanan pembukaan rekening online BSI Mobile (Y).

Dalam hal ini generasi Z dianggap lebih melek teknologi dan lebih menyukai hal-hal yang bersifat praktis. Sehingga menjadikan generasi Z ini lebih berpotensi melakukan pengadopsian layanan perbankan berbasis digital yaitu layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile untuk memenuhi kebutuhan aktivitas sehari-hari mereka di era serba digital kini.

4. Terdapat pengaruh antara Persepsi Manfaat (X1), Kemudahan Penggunaan (X2), dan Sikap (X3) Secara Simultan Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Pembukaan Rekening Online Melalui BSI Mobile (Y)

Berdasarkan hasil dari pengujian Kendall's W menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig* sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dari nilai tersebut menunjukkan bahwa  $H_{a4}$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang berarti antara persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan sikap berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening online BSI Mobile pada generasi Z di kota Purwokerto (Y).

## **B. Saran**

1. Bagi pihak BSI

Kepada pihak Bank Syariah Indonesia untuk selalu mensosialisasikan atau mempromosikan produk dan layanannya khususnya pada layanan pembukaan rekening online melalui aplikasi BSI Mobile kepada masyarakat yang termasuk dalam produk digital perbankan. Dengan cara melakukan promosi yang lebih efektif menyesuaikan trend dan kebutuhan nasabah melalui berbagai media sosial dengan menyampaikan informasi yang jelas mengenai manfaat, cara penggunaan, prosedur dan keunggulan dari produk layanan tersebut. Sehingga bank mampu menarik kepercayaan lebih nasabah, meningkatkan minat serta memperkuat persepsi positif nasabah terhadap produk serta layanan keuangan syariah.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Mengingat penulis menyadari masih adanya kekurangan dalam penelitian ini, maka terdapat beberapa saran yang penulis berikan untuk pengembangan lebih lanjut untuk topik sama. Pertama, disarankan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan variabel independen lain yang mungkin belum tercakup secara menyeluruh yang dapat berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Pembukaan Rekening Online Melalui BSI Mobile pada nasabah generasi Z seperti variabel promosi, variabel citra merek, variabel keamanan dan variabel lainnya yang sesuai dengan topik.

Kedua, peneliti ini dapat diperluas dengan memperluas cakupan penelitian dengan menambah jumlah sample penelitian yang lebih besar untuk meningkatkan reliabilitas temuan, dapat mempeartimbangkan pendekatan metodologi yang berbeda atau melibatkan responden dari wilayah lain yang berbeda untuk meningkatkan generalisasi temuan penelitian.

Ketiga, peneliti selanjutnya dapat mendalami lebih lanjut objek penelitian mengenai fenomena digital banking yang saat ini cukup populer diadopsi oleh masyarakat untuk memperluas pengetahuan serta untuk meningkatkan performa dan keberlanjutan potensi inovasi teknologi tersebut dimasa depan.

### 3. Bagi Gen Z

Bagi gen Z peneliti menyarankan untuk lebih mengeksplorasi preferensi serta kebutuhan dalam hal penggunaan layanan perbankan. Selain itu perlu untuk melakukan pemahaman mendalam terkait informasi layanan pembukaan rekening dan produk layanan perbankan lainnya sebelum mengambil keputusan penggunaan sebagai bahan pertimbangan dengan cara meningkatkan literasi terkait layanan perbankan tersebut. Agar sesuai dengan kebutuhan dan dapat menggunakan layanan secara optimal.



## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, P., & Hastriana, A. Z. (2022). "Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, dan Fitur M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep). *Islamic Sciences, Sumenep*", 1, 70–89.
- APJII. (2023). "Survei Internet APJII 2023. APJII 2023". <https://survei.apjii.or.id/>, Diakses 5 Agustus 2023, Pukul 11.00.
- Arif, W. (2012). "Kajian tentang perilaku pengguna sistem informasi dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) ". *Proceeding Book of Konferensi Nasional Sistem Informasi, April 2008*, 1–8.
- Aryanti, I. D. S., Aressandy, M., & Hasyiim, F. (2023). "Pengaruh adopsi Technology Acceptance Model ( TAM ) terhadap layanan virtual buka rekening BSI". 2(1), 82–93.
- Badan Pusat Statistik. (2020). "Hasil Sensus Penduduk 2020". Hasil Sensus Penduduk Tahun 2020 21 Januari 2021, Pukul 13.00 WIB
- BPS. (2020). "Penduduk Jawa Tengah Didominasi Milenial dan Generasi Z". <https://jateng.bps.go.id/>, Diakses 5 Agustus 2023, Pukul 08.00.
- BPS. (2023). "Statistika Indonesia 2023". <https://www.bps.go.id/>. Diakses 07 Januari 2023, Pukul 07.00 WIB
- Budhijono, F., & Nainggolan, O. (2020). "Tinjauan Akuntansi Terhadap Fitur-Fitur Prioritas Generasi Milenial Dalam Memilih Bank". *Jurnal Bina Akuntansi*, 7(2), 208–222.
- Christiani, M. F., & Immanuela, I. (2022). "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada Nasabah Bank Di Madiun". *JRMA / Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 9(3), 220–232.
- Darmanah, G. (2019). *Metodologi Penelitian*. In 8. CV. HIRA TEC.
- Davis, F. D. (1989). "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*", 13(3), 319–339.
- Dewi, N. L. P. E. P., Ni Kadek Sinarwati, Se., M. S. A., & Gede Adi Yuniarta, S. A. (2017). "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha". Vol. 7(1).
- Dirwan. (2022). "Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking dari Sisi Kemudahan, Manfaat dan Kenyamanan". *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 323–332.

- Fadhli, M., & Rudy, F. (2016). "Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking (Studi Empiris pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh)". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 1(2), 264–276.
- Fadlan, A. (2018). "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya)". *Photosynthetica*, 2(1), 1–13.
- Firdaus, I. T., Tursina, M. D., & Roziqin, A. (2021). "Transformasi Birokrasi Digital Di Masa Pandemi Covid-19 Untuk Mewujudkan Digitalisasi Pemerintahan Indonesia dalam studi “ The Microsoft Asia Digital Transformation : Enabling The Intelligent Presiden Joko Widodo pada Rapat Terbatas mengenai Perencanaan Tr”. *Kybernan: Jurnal Stdui Kepemerintahan*, 4(2), 226–239.
- Harb, Y., & Alhayajneh, S. (2019). "Intention to use BI tools: Integrating technology acceptance model (TAM) and personality trait model". *IEEE Jordan Int. Jt. Conf. Electr. Eng. Inf. Technol. JEEIT*, hal. 494–497.
- Hikmawati, F. (2020). Metodologi Peneliitian. PT Raja Grafindo Persada.
- Humairoh, H., Negara, A. K., & Immawati, S. A. (2020). "Pertimbangan dan Sikap Milenial terhadap Minat Menggunakan E-Wallet: Pada Masa PSBB Pandemi Covid-19 di Kota Tangerang". *Organum: Jurnal Sainifik Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 64–81.
- Issalillah, F., Khayru, R. K., Darmawan, D., & ... (2021). "Analisis Perilaku Konsumen Rokok Mild Berdasarkan Persepsi dan Sikap". *Journal of Trends ...*, 2(2), 49–53.
- Khairul Akbar, K. A., Irsad, I., Emmia Tambarta Kembaren, E. T. K., Ade Firmansyah Tanjung, A. F. T., & Ahmad Rizki Harahap, A. R. H. (2022). "Dampak Pandemi Covid 19 pada Pertumbuhan Perekonomian Indonesia". *Jurnal Agriuma*, 4(2), 88–96.
- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2018). "Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang". *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2), 49–57.
- Kompas.com. (2021). "Fitur Biometrik Dikembangkan, Buka Rekening di BSI Mobile Tak Sampai 5 Menit". <https://www.kompas.com/>, Diakses 5 Juni 2023, Pukul 10.25..
- Kota, T. P., & Kusumawati, S. Y. (2022). "Analisis Pengaruh Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)". *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(3), 276–288.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). "Management marketing. In *Prentice Hall*" (Vol. 11, Issue 1). Prentice Hall.
- Kurniawan, oky dwi. (2020). "Artikel Ilmiah Artikel Ilmiah. *STIE Perbanas Surabaya*, 0–16.
- Kusumaningtyas, N. K., & Wardani, D. (2022). "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap Penggunaan Mobile Banking (Studi Penelitian pada Nasabah Bank BUMN) ". *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 5(2), 64.
- Latief, F., & Dirwan. (2020). "Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital". *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(April), 16–30.
- Maharani, Y. (2021). "Minat Generasi Z Menggunakan Kembali Transaksi Mobile Payment: Pendekatan Model UTAUT 2". *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis : Jurnal Program Studi Akuntansi*, 7(2), 140–154.
- Nurdin, et al. (2020). Nurdin, N., Ningrum, R., Bachmid, S., Jalil, A. (2020). "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu", 3(1).
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). "*And Competitive Pricing Literature Review : Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian , Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. Management Studies and Entrepreneurship Journal*", 4(January), 183–188.
- Nurhadi, N. (2020). Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah. *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 137.
- Nurliana. (2021). "Minat Masyarakat Masyarakat Gunung Toar Terhadap Pembukaan Rekening Proses Burekol ( Buka Rekening Online ) Melalui Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Teluk Kuantana. *Juhanperak*", 21, 791–808.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2018). "Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum. *Journal of Chemical Information and Modeling*", 53(9), 1689–1699.
- Prakosa, A., & Wintaka, D. J. (2020). "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minatpenggunaan Ulang E-Wallet Pada Generasi Milenial Didaerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Bisman (Bisnis Dan Manajemen)* ", Vol.3(1), 83.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang)". *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127-135.
- Pratiwi, I. E., Affandy, F. F., & Rosalina, Y. (2020). "Determinan Penggunaan



- Digital Banking Pada Generasi Milenial Muslim: Pendekatan Technology f Acceptance Model (Studi Kasus Di Kota Jayapura, Indonesia). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*", 6(3), 478.
- Priyadi, S. (2008). "Sejarah Kota Purwokerto". *Jurnal Penelitian Humaniora*, Vol. 9, No. 1, Februari 2008:106-118
- Purnomo, A., Asitah, N., Rosyidah, E., Septianto, A., Daryanti, M. D., & Firdaus, M. (2019). *Generasi Z sebagai Generasi Wirausaha*. 1–4.
- Radar Banyumas. (2022). *Triwulan III 2022 Sektor Jasa Keuangan Eks Karesidenan Banyumas Stabil*. <https://radarbanyumas.disway.id/>
- Rahayu, I. S. (2016). "Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta) ". *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 5(2), 137.
- Rani, F. D., & Madiawati, P. N. (2022). "Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image Dan Rebranding Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Iconnet Di Bandung. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*", 9(2),
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish. /
- Sakitri, G. (2021). "Selamat Datang Gen Z , "Sang Penggerak Inovasi ! *Forum Manajemen Prasetiya Mulya*", 35(2), 1–10.
- Salmah, R. (2021). "Pendapatan, Pendidikan, Persepsi Kemudahan, dan Sikap sebagai Mediasi terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Syari'ah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 798–805.
- Saputra, M. S., Nurjihadi, M., & Kunci, K. (2023). "*Mahasiswa dalam Adopsi Aplikasi Keuangan BRIMO dengan Pendekatan Technology Acceptance Model ( TAM )* " *Korespondensi Penulis* : 4(1), 18–24.
- Sari, D. K., & Mardiansjah, F. H. (2022). "Perkembangan Kota-Kota Kecil Di Kabupaten Banyumas Dan Potensi Penguatan Perannya Dalam Keterkaitan Desa Kota. *Tata Kota Dan Daerah*", 14(2), 115–126.
- Setyowati, E. O. T., & Respati, A. D. (2017). "Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Computer Self Efficacy, Dan Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*", 13(1), 63.
- Sudarti, K., & Susanti, S. (2018). "Sikap Terhadap M-Banking Dan Dampaknya Terhadap *Behavioral Intention To Adopt M-Banking* (Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri Semarang) ". *JURNAL MANAJEMEN*, 8(1), 20–35.
- Sudjiman, P. E. S. dan L. S. (2018). "Komputer Dalam Proses Pengambilan



- Keputusan Paul Eduard Sudjiman Dan Lorina Siregar Sudjiman Computer Based Management Information System". *Jurnal TeIKa*, 8, 55–67.
- Sugihartono, T., & Rian Chrisna Putra, R. (2020). "Analisis Kepuasan Pengguna Menggunakan Technology Acceptance Model pada Sistem Pelayanan Publik". *SATIN - Sains Dan Teknologi Informasi*, 6(2), 97–105.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Suhayati, Y. F., Maulina, A. N., & Adji, W. H. (2022). "Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan Webform BSI dan BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah". *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6),
- Tiana, I. M., Prihatiningrum, R. Y., & Rifani, A. (2019). "Pengaruh Benefits Offered Aplikasi Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah, Kepercayaan, Loyalitas dan *Positive Word Of Mouth (WOM)*". *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 5(4), 351.
- Utami Pangastuti, T & Riza, A. F. (2023). "Memprediksi Minat M-Banking Bank Syariah dengan Pendekatan TAM dan TPB: Studi Generasi Milenial di Bantul". *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking*", 3(1), 60–74.
- Vadly Azhar Lubis, M., & Siregar, O. M. (2021). "Analisis Minat Nasabah pada Penggunaan Aplikasi BSI Mobile dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Bank BSI KCP Rantauprapat". *Skripsi*, 1(1), 1–165.
- Widyawati, D. M., & Moeliono, N. N. K. (2018). "Customer Attitude Toward Using Mobile Banking Di Indonesia. *Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, Universitas Telkom*", 5(2), 2553–2560.
- Wijoyo, H., Indrawan, I., Cahyono, Y., Handoko, A. L., & Santamoko, R. (2020). "Generasi Z & Revolusi Industri 4.0 Penulis. In *Pena Persada Redaksi*" (Issue July).
- William, G., & Tjokrosaputro, M. (2021). "Kegunaan Dan Promosi Untuk Memprediksi Niat Penggunaan E-Wallet: Sikap Sebagai Variabel Mediator". *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 74.
- World Population Review. (2023). *Penduduk Indonesia 2023*, Diakses 5 Agustus 2023, Pukul 11.05.
- Wulandari, W., Japarianto, E., & Tandijaya, T. N. B. (2022). "Penerapan Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Perilaku Konsumen Mobile Banking Di Surabaya". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(2), 126–132.
- Zaki. (2022). "Pengaruh Sikap Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Kota Pariaman". *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 2(1), 1–9.

## LAMPIRAN – LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner

#### Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Perkenalkan nama saya Neta Shinta Vernanda, Mahasiswa dari Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto prodi Perbankan Syariah. Saat ini, saya tengah menjalankan tugas akhir Skripsi dengan judul penelitian **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Sikap Terhadap Keputusan Generasi Z Menggunakan Layanan Pembukaan Rekening Online BSI Mobile (Studi Pada Generasi Z Nasabah BSI Di Purwokerto)”**. Untuk penelitian ini, saya menggunakan kuesioner sebagai sarana utama untuk mengumpulkan data primer. Oleh karena itu, saya memohon kesediaan Saudara/Saudari untuk meluangkan waktu guna berpartisipasi dalam pengisian kuesioner penelitian saya dengan kriteria sebagai berikut ini :

1. Nasabah Bank Syariah Indonesia yang sudah pernah menggunakan fitur layanan pembukaan rekening online melalui aplikasi BSI Mobile
2. Berusia 17-25 tahun
3. Berdomisili di Purwokerto

Semua informasi yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya dan semata-mata hanya digunakan untuk tujuan penelitian dan akademis. Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas perhatian dan kerjasama Saudara/Saudari saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Hormat saya,



Neta Shinta Vernanda

### A. Petunjuk Pengisian

1. Dimohon untuk mengisi terlebih dahulu identitas diri
2. Sebelum menjawab bacalah setiap butir pertanyaan dengan teliti
3. Pilihlah satu jawaban dari 5 jawaban yang tersedia, yang paling sesuai dengan persepsi atau keadaan nyata Saudara/Saudari.
4. Keterangan menjawab Kuesioner sebagai berikut :
  - Skala 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
  - Skala 2 = Tidak Setuju (TS)
  - Skala 3 = Ragu-ragu (R)
  - Skala 4 = Setuju (S)
  - Skala 5 = Sangat Setuju (SS)
5. Jawaban yang Saudara/Saudari berikan sangat berarti untuk keberhasilan penelitian ini.

### B. Identitas Responden

1. Nama Lengkap : .....
2. Umur : .....Tahun
3. Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan
4. Status :  Pelajar  Mahasiswa  Pekerja
5. Alamat Domisili :  Purwokerto Utara  
 Purwokerto Selatan  
 Purwokerto Timur  
 Purwokerto Barat

### C. Daftar Pernyataan Kuesioner

#### 1. Persepsi Manfaat ( X1 )

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya merasa hadirnya fitur layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile dapat mempercepat proses pembukaan rekening menjadi lebih efektif.					
2.	Saya merasa penggunaan fitur layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile dapat menghemat waktu saya.					
3.	Saya merasa fitur layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile membantu memudahkan proses pembukaan rekening saya.					
4.	Saya merasa saat menggunakan fitur pembukaan rekening online BSI Mobile telah menambah pengetahuan saya terkait jenis produk tabungan di BSI.					

#### 2. Kemudahan Penggunaan ( X2 )

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Petunjuk pengoperasian fitur layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile jelas dan cukup lengkap.					
2.	Saya merasa akses fitur pembukaan rekening online melalui BSI Mobile sangat fleksibel dapat dilakukan kapanpun tanpa ada batasan waktu.					
3.	Panduan langkah-langkah pengoperasian fitur layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile mudah dipahami dan diikuti.					
4.	Saya mudah menggunakan fitur pembukaan rekening melalui BSI Mobile karena akses fitur ini dapat dilakukan dimana saja.					



5.	Saya merasa penggunaan fitur layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile ini mudah dioperasikan.					
6.	Saya merasa mudah untuk menjadi terampil dalam menggunakan fitur pembukaan rekening online melalui BSI Mobile					

### 3. Sikap ( X3 )

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya lebih suka dan nyaman menggunakan fitur layanan bank secara online dibandingkan harus ke bank langsung seperti pembukaan rekening melalui BSI Mobile ini.					
2.	Saya memilih menggunakan fitur pembukaan rekening online BSI Mobile karena prosesnya yang tidak menyita aktivitas saya.					
3.	Saya beranggapan bahwa menggunakan fitur layanan pembukaan rekening online BSI Mobile sebagai tindakan yang sejalan mengikuti tren gaya hidup digital saat ini.					
4.	Saya merasa cukup mahir untuk mengambil manfaat dari teknologi seperti menggunakan fitur layanan pembukaan rekening online BSI Mobile ini.					
5.	Saya memiliki kecenderungan mencari alternative solusi berbasis teknologi seperti layanan pembukaan rekening online guna meningkatkan pengalaman perbankan saya.					

## 4. Keputusan (Y)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya merasa dengan hadirnya fitur layanan pembukaan rekening online BSI Mobile telah memberi solusi yang tepat dalam hal pembukaan rekening menjadi lebih efisien.					
2.	Saya akan menanyakan terlebih dahulu kepada orang lain yang sudah pernah menggunakan fitur layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile.					
3.	Saya cenderung mempertimbangkan serta membandingkan berbagai fitur dan tarif yang dikenakan oleh layanan pembukaan rekening online BSI Mobile dengan layanan sejenis dari bank lain sebelum memilih menggunakan layanan tersebut.					
4.	Setelah saya mendapat informasi dan mempertimbangkan aspek keamanan fitur layanan pembukaan rekening online pada BSI Mobile saya memutuskan untuk menggunakannya tanpa ragu.					
5.	Saya tidak akan segan merekomendasikan fitur pembukaan rekening online melalui BSI Mobile ini kepada orang lain.					

### Lampiran 2 Data Responden

No	Umur	Jenis Kelamin	Status	Alamat Domisili
1	22	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Utara
2	22	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Timur
3	22	Perempuan	Pekerja	Purwokerto Selatan
4	23	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Timur
5	22	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Barat
6	21	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Barat
7	22	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Barat
8	22	Perempuan	Pekerja	Purwokerto Utara
9	22	Laki - laki	Mahasiswa	Purwokerto Timur
10	24	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Utara
11	22	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Timur
12	22	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Barat
13	22	Perempuan	Pekerja	Purwokerto Utara
14	21	Laki - laki	Mahasiswa	Purwokerto Selatan
15	23	Perempuan	Pekerja	Purwokerto Utara
16	23	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Utara
17	22	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Timur
18	23	Laki - laki	Mahasiswa	Purwokerto Utara
19	22	Perempuan	Pekerja	Purwokerto Timur
20	20	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Utara
21	22	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Timur
22	22	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Utara
23	22	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Selatan
24	21	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Barat
25	23	Perempuan	Pekerja	Purwokerto Selatan
26	22	Perempuan	Pekerja	Purwokerto Utara
27	22	Laki - laki	Mahasiswa	Purwokerto Utara
28	22	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Utara
29	22	Perempuan	Pekerja	Purwokerto Selatan
30	23	Laki - laki	Mahasiswa	Purwokerto Barat
31	23	Perempuan	Pekerja	Purwokerto Barat
32	22	Laki - laki	Pekerja	Purwokerto Utara
33	22	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Utara
34	22	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Utara
35	22	Perempuan	Pekerja	Purwokerto Utara
36	21	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Timur
37	22	Perempuan	Pekerja	Purwokerto Selatan
38	20	Perempuan	Pekerja	Purwokerto Barat
39	22	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Timur
40	24	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Selatan
41	21	Perempuan	Pekerja	Purwokerto Barat
42	22	Laki - laki	Pekerja	Purwokerto Utara
43	22	Perempuan	Pekerja	Purwokerto Selatan
44	23	Perempuan	Pekerja	Purwokerto Selatan
45	20	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Barat

46	22	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Barat
47	19	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Utara
48	22	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Barat
49	19	Laki - laki	Mahasiswa	Purwokerto Barat
50	22	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Utara
51	21	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Barat
52	21	Perempuan	Pekerja	Purwokerto Selatan
53	25	Laki - laki	Pekerja	Purwokerto Timur
54	22	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Timur
55	23	Laki - laki	Mahasiswa	Purwokerto Selatan
56	22	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Barat
57	24	Laki - laki	Mahasiswa	Purwokerto Utara
58	22	Perempuan	Pekerja	Purwokerto Utara
59	22	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Timur
60	22	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Utara
61	22	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Barat
62	22	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Utara
63	23	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Utara
64	22	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Timur
65	21	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Utara
66	23	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Timur
67	22	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Utara
68	23	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Timur
69	35	Perempuan	Pekerja	Purwokerto Barat
70	23	Laki - laki	Pekerja	Purwokerto Timur
71	20	Laki - laki	Pekerja	Purwokerto Timur
72	23	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Utara
73	19	Laki - laki	Mahasiswa	Purwokerto Timur
74	22	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Selatan
75	22	Perempuan	Pekerja	Purwokerto Selatan
76	22	Laki - laki	Mahasiswa	Purwokerto Utara
77	21	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Timur
78	22	Laki - laki	Mahasiswa	Purwokerto Utara
79	26	Perempuan	Pekerja	Purwokerto Timur
80	22	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Timur
81	19	Laki - laki	Mahasiswa	Purwokerto Utara
82	23	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Timur
83	21	Perempuan	Pekerja	Purwokerto Selatan
84	28	Laki - laki	Pekerja	Purwokerto Timur
85	24	Laki - laki	Pekerja	Purwokerto Utara
86	23	Laki - laki	Pekerja	Purwokerto Barat
87	21	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Timur
88	18	Laki - laki	Pelajar	Purwokerto Timur
89	23	Laki - laki	Pekerja	Purwokerto Timur
90	22	Perempuan	Pekerja	Purwokerto Barat
91	25	Perempuan	Pekerja	Purwokerto Timur
92	19	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Timur
93	22	Laki - laki	Mahasiswa	Purwokerto Barat



94	23	Perempuan	Pekerja	Purwokerto Selatan
95	20	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Timur
96	21	Laki - laki	Pekerja	Purwokerto Selatan
97	19	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Timur
98	22	Perempuan	Mahasiswa	Purwokerto Timur
99	23	Laki - laki	Pekerja	Purwokerto Timur
100	23	Laki - laki	Pekerja	Purwokerto Utara



### Lampiran 3 Tabulasi Data

#### 1. Persepsi Manfaat (X1)

Persepsi Manfaat					
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total
1	4	4	4	4	16
2	5	5	5	3	18
3	4	5	4	5	18
4	5	4	4	5	18
5	3	4	4	4	15
6	5	4	4	5	18
7	4	4	4	4	16
8	4	4	4	4	16
9	4	4	5	4	17
10	4	5	4	3	16
11	3	3	3	3	12
12	4	4	4	4	16
13	4	4	4	5	17
14	4	4	4	1	13
15	5	5	5	5	20
16	5	5	5	5	20
17	5	5	3	5	18
18	4	4	4	3	15
19	3	4	3	4	14
20	4	5	4	1	14
21	2	2	2	2	8
22	4	5	4	4	17
23	5	5	5	5	20
24	4	4	4	4	16
25	4	4	4	4	16
26	5	5	5	5	20
27	5	5	5	5	20
28	5	5	5	5	20
29	4	5	3	3	15
30	2	3	4	3	12
31	5	4	5	4	18
32	5	5	5	5	20
33	5	4	4	3	16
34	4	4	4	4	16
35	5	5	5	5	20
36	4	5	4	3	16
37	5	5	5	5	20
38	4	4	4	4	16
39	4	4	4	4	16
40	3	3	3	4	13
41	5	4	4	4	17
42	5	4	3	3	15

43	5	5	5	5	20
44	5	5	5	4	19
45	4	5	4	4	17
46	4	5	4	4	17
47	3	4	3	3	13
48	5	4	3	2	14
49	4	5	4	4	17
50	4	4	4	4	16
51	4	5	5	5	19
52	4	4	5	4	17
53	5	5	4	4	18
54	5	5	5	5	20
55	5	5	5	5	20
56	5	5	5	4	19
57	5	4	4	3	16
58	4	5	4	5	18
59	4	4	4	4	16
60	5	5	5	5	20
61	5	4	3	3	15
62	5	5	5	5	20
63	4	4	5	5	18
64	5	5	5	4	19
65	5	5	5	5	20
66	4	4	4	4	16
67	4	4	4	4	16
68	4	4	4	4	16
69	4	4	4	4	16
70	5	3	4	4	16
71	5	5	5	5	20
72	5	5	5	5	20
73	5	4	4	3	16
74	4	4	4	4	16
75	5	5	5	5	20
76	5	5	5	4	19
77	5	5	5	5	20
78	3	4	4	4	15
79	5	4	4	4	17
80	5	5	5	4	19
81	5	4	4	5	18
82	5	5	5	5	20
83	5	4	5	5	19
84	5	5	4	5	19
85	3	4	5	3	15
86	4	5	4	5	18
87	4	5	5	4	18
88	5	4	5	4	18
89	4	5	5	4	18
90	5	4	5	4	18

91	5	4	5	5	19
92	4	5	4	5	18
93	4	5	4	5	18
94	4	4	5	4	17
95	4	4	5	4	17
96	5	5	5	4	19
97	5	4	5	4	18
98	4	4	5	4	17
99	5	5	4	5	19
100	4	5	5	4	18

## 2. Kemudahan Penggunaan (X2)

Kemudahan Penggunaan							
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total
1	4	4	4	4	4	4	24
2	4	4	4	4	4	4	24
3	4	5	4	5	4	5	27
4	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	4	4	24
6	4	5	4	5	5	4	27
7	4	4	4	4	4	4	24
8	4	4	4	4	4	4	24
9	3	3	4	4	4	5	23
10	4	4	4	5	3	4	24
11	3	3	3	4	3	3	19
12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	4	5	5	5	5	28
14	2	3	4	4	4	4	21
15	5	5	5	5	5	5	30
16	4	5	4	5	5	5	28
17	3	4	5	4	4	4	24
18	4	4	3	4	5	4	24
19	4	3	4	4	4	4	23
20	3	2	3	5	2	2	17
21	2	2	2	2	2	2	12
22	4	4	4	4	4	4	24
23	5	5	5	5	5	5	30
24	4	4	4	4	4	4	24
25	4	5	4	3	4	3	23
26	4	5	5	5	5	5	29
27	5	5	5	5	5	5	30
28	5	5	5	5	5	5	30
29	3	3	3	3	3	3	18
30	4	4	3	4	3	5	23



31	5	5	4	4	4	5	27
32	5	5	5	5	5	5	30
33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	4	4	4	4	4	24
35	5	5	5	5	5	5	30
36	3	4	4	5	4	4	24
37	5	5	5	5	5	5	30
38	4	4	5	4	4	4	25
39	3	4	3	4	3	3	20
40	4	5	4	4	5	5	27
41	4	4	4	4	4	4	24
42	1	3	1	2	3	1	11
43	4	4	4	4	3	3	22
44	4	4	4	4	4	4	24
45	4	4	4	5	4	4	25
46	2	2	2	1	1	1	9
47	3	3	3	4	3	3	19
48	3	5	3	4	4	2	21
49	3	4	3	5	4	3	22
50	4	4	4	4	4	4	24
51	4	5	5	5	5	5	29
52	3	5	5	4	3	3	23
53	5	3	4	5	3	4	24
54	5	5	5	5	5	5	30
55	4	3	4	3	5	4	23
56	4	5	4	5	5	5	28
57	5	5	4	5	5	4	28
58	4	5	4	5	5	4	27
59	4	4	4	3	4	4	23
60	4	5	3	5	5	5	27
61	4	3	3	4	4	4	22
62	4	4	4	4	4	4	24
63	2	3	2	2	2	2	13
64	3	5	3	5	3	3	22
65	4	5	4	5	4	5	27
66	4	4	4	4	4	4	24
67	4	4	4	4	4	4	24
68	4	4	5	5	3	3	24
69	4	4	4	4	4	4	24
70	4	3	3	4	3	3	20
71	4	5	5	5	5	5	29
72	5	5	5	5	5	5	30
73	3	4	3	4	3	4	21
74	3	4	4	4	4	4	23
75	5	5	5	4	5	5	29

76	4	4	5	5	4	5	27
77	4	4	4	5	5	5	27
78	3	4	4	4	4	4	23
79	4	4	4	4	4	4	24
80	4	4	4	5	5	5	27
81	5	4	4	4	5	5	27
82	5	5	5	5	5	5	30
83	4	5	4	5	5	4	27
84	5	5	5	5	5	5	30
85	4	5	4	5	5	4	27
86	5	4	5	4	5	4	27
87	4	5	4	5	4	4	26
88	4	5	5	4	5	4	27
89	5	4	5	4	5	4	27
90	4	5	4	5	5	4	27
91	4	5	4	5	4	5	27
92	5	4	5	4	5	4	27
93	5	4	5	4	5	4	27
94	4	5	4	5	4	4	26
95	4	5	4	5	4	5	27
96	5	4	5	4	5	4	27
97	5	5	5	5	4	5	29
98	4	4	4	4	4	4	24
99	5	4	5	4	5	5	28
100	4	5	4	5	4	4	26

### 3. Sikap (X3)

Sikap						
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
1	4	4	4	4	4	20
2	3	4	4	5	5	21
3	4	5	5	4	4	22
4	5	5	4	4	4	22
5	4	4	4	3	3	18
6	5	4	5	4	5	23
7	3	4	4	4	4	19
8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	4	3	19
10	5	5	5	4	4	23
11	4	3	4	3	3	17
12	3	4	4	4	4	19
13	4	5	5	5	5	24
14	4	4	1	4	4	17
15	5	5	5	5	5	25

16	5	5	5	4	5	24
17	3	5	5	4	3	20
18	4	4	4	3	4	19
19	5	5	4	4	3	21
20	5	5	3	2	4	19
21	2	2	2	2	2	10
22	5	4	4	3	5	21
23	4	5	5	5	5	24
24	4	4	4	3	3	18
25	2	3	3	2	2	12
26	5	5	5	5	5	25
27	5	5	5	5	5	25
28	5	5	5	5	5	25
29	5	4	4	3	4	20
30	3	4	4	5	3	19
31	4	4	4	5	4	21
32	5	5	5	5	5	25
33	3	3	3	4	3	16
34	4	4	4	4	4	20
35	5	5	5	5	5	25
36	5	4	5	4	4	22
37	5	5	4	5	4	23
38	4	4	4	4	4	20
39	4	4	4	4	4	20
40	4	5	4	5	4	22
41	4	4	4	4	3	19
42	1	3	2	2	2	10
43	4	5	5	5	5	24
44	5	4	4	4	4	21
45	5	5	4	4	4	22
46	1	1	1	1	1	5
47	5	5	3	4	3	20
48	4	4	5	3	5	21
49	4	4	4	3	4	19
50	4	4	4	4	4	20
51	5	5	4	4	5	23
52	5	5	4	3	5	22
53	5	4	5	4	5	23
54	5	5	5	5	5	25
55	5	5	4	5	5	24
56	5	5	5	5	4	24
57	5	5	5	4	4	23
58	5	5	4	3	4	21
59	3	3	4	4	4	18
60	3	3	4	4	4	18
61	4	4	4	4	3	19
62	3	3	4	4	4	18
63	3	1	2	1	1	8

64	5	5	5	3	3	21
65	5	4	5	5	5	24
66	3	4	4	4	4	19
67	4	4	4	4	4	20
68	3	4	4	3	4	18
69	4	4	4	4	4	20
70	4	3	3	3	3	16
71	5	5	5	5	5	25
72	5	5	5	5	5	25
73	3	4	5	4	4	20
74	4	4	4	4	4	20
75	5	5	5	5	5	25
76	5	4	5	4	4	22
77	5	5	5	5	5	25
78	3	3	4	4	4	18
79	3	4	5	4	4	20
80	4	4	4	4	4	20
81	5	5	5	4	4	23
82	5	5	5	5	5	25
83	5	4	5	4	4	22
84	5	5	5	5	5	25
85	5	4	5	4	5	23
86	5	4	5	5	3	22
87	4	4	5	4	5	22
88	4	5	5	4	5	23
89	5	4	5	4	5	23
90	4	5	5	4	5	23
91	5	4	5	4	5	23
92	5	4	5	5	4	23
93	5	4	5	5	4	23
94	5	4	5	4	5	23
95	4	5	4	4	5	22
96	5	4	5	4	5	23
97	5	4	5	5	5	24
98	5	5	5	4	5	24
99	4	5	5	5	4	23
100	4	4	4	4	5	21



#### 4. Keputusan Pengguna (Y)

Keputusan						
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
1	4	4	4	4	4	20
2	5	5	2	2	3	17
3	4	5	4	5	4	22
4	5	4	5	4	4	22
5	3	4	4	3	3	17
6	4	4	5	4	5	22
7	4	4	4	4	4	20
8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	5	4	4	21
10	4	4	5	4	3	20
11	4	4	3	4	4	19
12	4	4	4	4	4	20
13	5	4	5	5	4	23
14	4	4	4	4	5	21
15	5	4	5	5	5	24
16	4	4	5	5	5	23
17	5	4	4	5	3	21
18	4	4	4	4	4	20
19	4	4	3	3	3	17
20	5	4	3	2	2	16
21	2	4	2	2	2	12
22	4	4	3	4	4	19
23	5	4	5	5	5	24
24	4	4	4	4	4	20
25	3	4	3	3	4	17
26	5	4	4	4	4	21
27	5	4	3	5	2	19
28	5	4	5	5	5	24
29	3	4	3	3	3	16
30	4	4	4	4	4	20
31	5	4	4	4	1	18
32	5	4	5	5	5	24
33	4	4	4	4	4	20
34	4	4	4	4	4	20
35	5	4	4	5	5	23
36	4	4	5	4	4	21
37	5	4	4	5	5	23
38	4	4	4	4	4	20
39	4	4	4	4	3	19
40	4	4	4	5	5	22

41	4	4	3	4	4	19
42	1	4	2	2	3	12
43	4	4	2	4	4	18
44	4	4	4	4	4	20
45	4	4	3	4	4	19
46	1	4	1	1	1	8
47	4	4	3	3	3	17
48	4	4	5	3	4	20
49	4	4	5	5	4	22
50	4	4	4	4	4	20
51	5	4	4	3	5	21
52	4	4	4	4	5	21
53	5	4	5	4	4	22
54	5	4	4	4	4	21
55	5	4	5	5	5	24
56	5	4	3	4	3	19
57	5	4	3	5	4	21
58	5	4	4	5	5	23
59	3	4	3	4	4	18
60	4	4	3	3	5	19
61	4	4	4	3	4	19
62	4	4	4	3	4	19
63	1	4	1	2	2	10
64	5	4	5	4	4	22
65	5	4	4	5	5	23
66	3	4	4	3	3	17
67	4	4	4	4	4	20
68	5	4	4	3	2	18
69	4	4	4	4	4	20
70	4	4	4	4	5	21
71	5	4	4	4	5	22
72	5	4	5	5	5	24
73	4	4	5	5	5	23
74	4	4	4	4	4	20
75	5	4	5	5	5	24
76	5	4	4	5	5	23
77	5	4	5	5	5	24
78	4	4	4	3	3	18
79	4	4	4	4	4	20
80	4	4	3	3	4	18
81	5	4	4	4	5	22
82	5	4	5	5	5	24
83	5	4	5	4	5	23
84	5	4	5	5	5	24
85	3	4	1	3	4	15
86	5	4	3	5	4	21
87	5	4	5	4	5	23
88	4	4	5	5	4	22

89	4	4	5	5	4	22
90	5	4	5	4	5	23
91	5	4	5	4	5	23
92	5	4	5	4	5	23
93	5	4	5	4	5	23
94	4	4	5	5	5	23
95	4	4	5	5	4	22
96	5	4	5	5	5	24
97	5	4	5	5	3	22
98	4	4	4	4	5	21
99	5	4	5	5	5	24
100	4	4	4	5	4	21

## Lampiran 4 Hasil Uji Validitas

### 1. Persepsi Manfaat (X1)

Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.505**	.491**	.402**	.765**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.505**	1	.503**	.429**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.491**	.503**	1	.478**	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.402**	.429**	.478**	1	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.765**	.760**	.788**	.783**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## 2. Kemudahan Penggunaan (X2)

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.537**	.746**	.524**	.681**	.706**	.841**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.537**	1	.553**	.641**	.650**	.599**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.746**	.553**	1	.542**	.672**	.692**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.524**	.641**	.542**	1	.534**	.645**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.681**	.650**	.672**	.534**	1	.741**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.706**	.599**	.692**	.645**	.741**	1	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.841**	.792**	.842**	.773**	.861**	.883**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



### 3. Sikap (X3)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.670**	.603**	.483**	.600**	.809**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.670**	1	.622**	.616**	.636**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.603**	.622**	1	.650**	.683**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.483**	.616**	.650**	1	.636**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.600**	.636**	.683**	.636**	1	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.809**	.845**	.852**	.811**	.855**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### 4. Keputusan Penggunaan (Y)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.469**	.599**	.612**	.457**	.791**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.469**	1	.430**	.459**	.429**	.704**

	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.599**	.430**	1	.646**	.553**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.612**	.459**	.646**	1	.585**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.457**	.429**	.553**	.585**	1	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.791**	.704**	.828**	.837**	.774**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Lampiran 5 Uji Rank Spearman

Correlations					
		Persepsi Manfaat	Kemudahan Penggunaan	Sikap	Keputusan Penggunaan Layanan Pembukaan Rekening Online
Persepsi Manfaat	Correlation Coefficient	1.000	.698**	.699**	.576**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Kemudahan Penggunaan	Correlation Coefficient	.698**	1.000	.784**	.608**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	100	100	100	100
Sikap	Correlation Coefficient	.699**	.784**	1.000	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	100	100	100	100
Keputusan Penggunaan Layanan	Correlation Coefficient	.576**	.608**	.672**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.

Pembukaan Rekening Online	N	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					

### Lampiran 6 Uji Korelasi Kendall's W

Test Statistics	
N	100
Kendall's W <sup>a</sup>	.736
Chi-Square	220.938
df	3
Asymp. Sig.	.000

a. Kendall's Coefficient of Concordance

### Lampiran 7 Uji Regresi Ordinal

Case Processing Summary			
		N	Marginal Percentage
Keputusan Penggunaan	Sangat Tidak Setuju	1	1,0%
	Tidak Setuju	3	3,0%
	Netral	9	9,0%
	Setuju	55	55,0%
	Sangat Setuju	32	32,0%
Persepsi Manfaat	Tidak Setuju	1	1,0%
	Netral	5	5,0%
	Setuju	44	44,0%
	Sangat Setuju	50	50,0%
Kemudahan Penggunaan	Tidak Setuju	4	4,0%
	Netral	6	6,0%
	Setuju	47	47,0%
	Sangat Setuju	43	43,0%
Sikap	Sangat Tidak Setuju	1	1,0%
	Tidak Setuju	4	4,0%
	Netral	4	4,0%
	Setuju	52	52,0%

	Sangat Setuju	39	39,0%
Valid		100	100,0%
Missing		0	
Total		100	

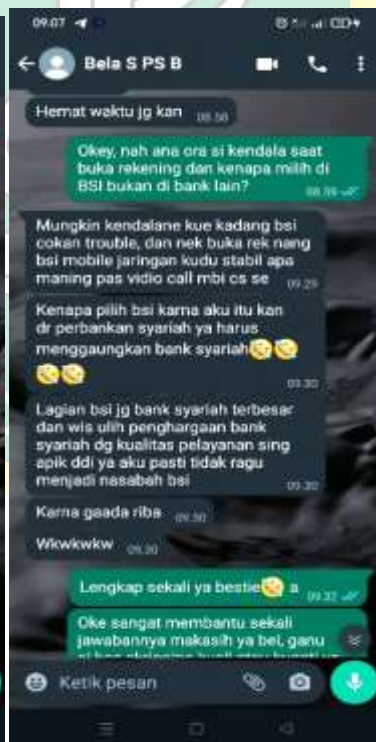
Model Fitting Information				
Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	195,942			
Final	119,090	76,851	3	0,000
Link function: Logit.				

Goodness-of-Fit			
	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	187,105	285	1,000
Deviance	110,278	285	1,000
Link function: Logit.			

Pseudo R-Square	
Cox and Snell	0,536
Nagelkerke	0,609
McFadden	0,362
Link function: Logit.	



Lampiran 8 Dokumentasi Penyebaran Kuesioner Penelitian



**Lampiran 9 Acc Judul**

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN  
SIKAP TERHADAP KEPUTUSAN GENERASI Z MENGGUNAKAN  
LAYANAN BUKA REKENING ONLINE BSI MOBILE  
(STUDI KASUS GENERASI Z NASABAH BSI DI PURWOKERTO)**



**PROPOSAL SKRIPSI**

**OLEH:**

**NETA SHINTA VERNANDA**

**NIM. 1917202080**

*Acc*  
*04/23*  
*09*

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2023**

## Lampiran 10 SKL Sempro



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

---

**SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL**  
 Nomor: 4312/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/9/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Klai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Neta Shinta Vernanda  
 NIM : 1917202080  
 Program Studi : Perbankan Syariah  
 Pembimbing Skripsi : Ida PW, S.E., Ak., M.Si., C.A  
 Judul : Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Sikap Terhadap Keputusan Generasi Z Menggunakan Layanan Buka Rekening Online BSI Mobile (Studi Kasus Generasi Z Nasabah BSI Di Purwokerto)

Pada tanggal 26 September 2023 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 29 September 2023  
 Koord. Prodi Perbankan Syariah



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si.,Ak.  
 NIP. 19920613 201801 2 001

## Lampiran 11 Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 5177/Un.19/FEBIJ.PS/PP.009/11/2023      Purwokerto, 29 November 2023  
 Lamp. : -  
 Hal : **Permohonan Izin Observasi**

Kepada Yth.  
 Kepala Kantor BSI KC Purwokerto Sudirman 1  
 Di Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan Proposal Skripsi yang berjudul **Pengaruh Persepsi Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Sikap Terhadap Keputusan Generasi Z Menggunakan Layanan Pembukaan Rekening Online BSI Mobile (Studi Kasus Generasi Z Nasabah BSI Purwokerto)**

Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin observasi kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Neta Shinta Vernanda
2. NIM : 1917202080
3. Semester / Program Studi : 9 / Perbankan Syariah
4. Tahun Akademik : 2022 / 2023
5. Alamat : Desa Beji RT 01 RW 14 Kec. Kedungbanteng

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek yang diobservasi : Nasabah Bank Syariah Indonesia di Purwokerto dari kalangan generasi Z
2. Tempat/ Lokasi : Bank Syariah Indonesia Purwokerto
3. Waktu Observasi : 29 November 2023 s/d Selesai

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Prodi Perbankan Syariah

**Hastuti**  
 Hastuti Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.  
 NIP. 199206132018012001

Tembusan Yth.  
 1. Wakil Dekan I  
 2. Kasubbag Akademik  
 3. Arsip



**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. Identitas Diri**

1. Nama : Neta Shinta Vernanda
2. NIM : 1917202080
3. Tempat/Tgl. Lahir : Banyumas/ 29 Desember 2000
4. Alamat Rumah : Beji Rt 01 Rw 14 Kecamatan  
Kedungbanteng, Kab. Banyumas
5. Nama Orang Tua  
Nama ayah : Kusdiantoro  
Nama Ibu : Rohyati

**B. Riwayat Pendidikan**

- a. SD/MI, tahun lulus :SD Negeri 1 Beji, 2013
- b. SMP/MTs, tahun lulus : SMP Negeri 1 Kedungbanteng , 2016
- c. SMA/MA, tahun lulus : SMK Swagaya 1 Purwokerto, 2019
- d. S. 1 tahun masuk : Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri  
Purwokerto, 2019

**C. Pengalaman Kerja / Magang**

1. PPL di Bank Syariah Indonesia (2023)

Purwokerto, 19 Januari 2023



Neta Shinta Vernanda

NIM. 1917202080