

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA STIE  
YKPN DALAM MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING***

**RINGKASAN SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana**



**Disusun Oleh:**

**MUH.YASRIF SYAHDIL AWAL SISMAN**

**1120 31541**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI**

**YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA**

**YOGYAKARTA**

**JANUARI 2025**

## TUGAS AKHIR

### SKRIPSI

#### ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA STIE YKPN DALAM MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING*

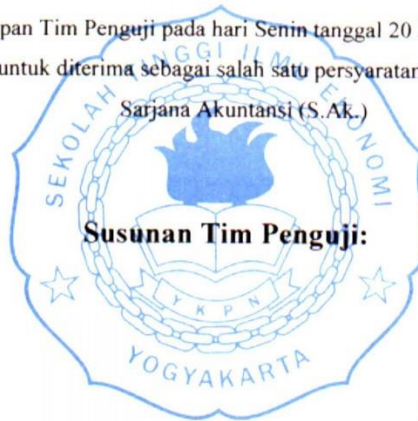
Dipersiapkan dan disusun oleh:

**MUH. YASRIF SYAHDIL AWAL SISMAN**

**Nomor Induk Mahasiswa: 112031541**

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Senin tanggal 20 Januari 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Akuntansi (S.Ak.)



**Susunan Tim Penguji:**

Pembimbing

Nurofik, Dr., M.Si., Ak., CA.

Penguji

Wing Wahyu Winarno, Dr., MAFIS., Ak., CA.

Yogyakarta, 6 Februari 2025  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta  
Ketua



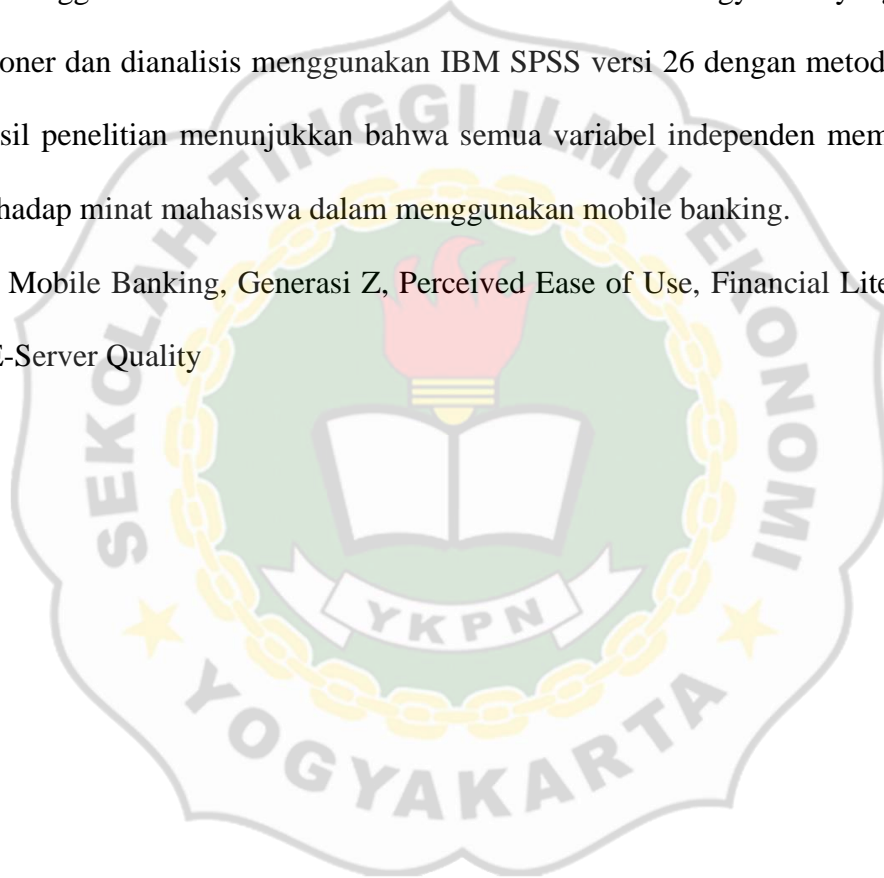
Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## ABSTRAK

Dalam era digitalisasi, perubahan signifikan dalam perilaku keuangan terjadi di kalangan Generasi Z. Studi ini bertujuan untuk menguji pengaruh perceived ease of use, financial literacy, hedonic motivation, dan e-server quality terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan mobile banking. Penelitian ini menggunakan data dari 118 mahasiswa STIE YKPN Yogyakarta yang dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan IBM SPSS versi 26 dengan metode regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan mobile banking.

**Kata Kunci:** Mobile Banking, Generasi Z, Perceived Ease of Use, Financial Literacy, Hedonic Motivation, E-Server Quality



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## PENDAHULUAN

Transformasi digital dalam industri perbankan mendorong pergeseran perilaku konsumen, terutama di kalangan Generasi Z. Mobile banking telah menjadi solusi perbankan modern yang menawarkan kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi. Perubahan ini didorong oleh peningkatan akses internet serta penetrasi smartphone yang semakin luas. Berdasarkan data dari Bank Indonesia (2024), transaksi digital meningkat sebesar 35% dibandingkan tahun sebelumnya, yang menunjukkan adopsi mobile banking yang semakin tinggi.

Namun, meskipun mobile banking memberikan banyak manfaat, masih terdapat tantangan dalam tingkat adopsinya. Beberapa mahasiswa enggan menggunakan layanan ini karena faktor keamanan, kurangnya literasi keuangan, atau ketidakyakinan terhadap kualitas layanan digital. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa STIE YKPN dalam menggunakan mobile banking berdasarkan model *Technology Acceptance Model* (TAM).

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## LANDASAN TEORI

1. *Technology Acceptance Model* (TAM) Model TAM dikembangkan oleh Davis (1989) untuk menjelaskan penerimaan teknologi oleh pengguna. Model ini mencakup dua faktor utama yang mempengaruhi penerimaan teknologi, yaitu *perceived ease of use* (PEOU) dan *perceived usefulness* (PU). Dalam konteks mobile banking, *perceived ease of use* mengacu pada persepsi mahasiswa terhadap kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi, sedangkan *perceived usefulness* berkaitan dengan sejauh mana aplikasi mobile banking dianggap memberikan manfaat bagi penggunanya.
2. *Financial Literacy Literasi* keuangan memainkan peran penting dalam adopsi mobile banking. Menurut Lusardi dan Mitchell (2014), individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung lebih percaya diri dalam menggunakan layanan keuangan digital. Generasi Z yang memiliki pengetahuan yang cukup tentang perbankan digital akan lebih cenderung mengadopsi mobile banking sebagai bagian dari kehidupan finansial mereka.
3. *Hedonic Motivation Motivasi hedonis* mengacu pada kepuasan emosional yang diperoleh pengguna saat menggunakan teknologi tertentu (Venkatesh et al., 2012). Dalam konteks mobile banking, mahasiswa yang merasa bahwa menggunakan aplikasi perbankan digital adalah pengalaman yang menyenangkan dan tidak merepotkan akan lebih cenderung menggunakannya secara rutin.
4. *E-Server Quality* Kualitas layanan elektronik, termasuk kecepatan transaksi, keandalan sistem, dan keamanan data, adalah faktor yang sangat mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan mobile banking. Studi oleh Parasuraman et al. (2005) menunjukkan

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

bahwa kualitas layanan digital yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 118 mahasiswa yang memenuhi kriteria sebagai pengguna mobile banking. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan pengolahan data menggunakan perangkat lunak IBM SPSS versi 26. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi *perceived ease of use*, *financial literacy*, *hedonic motivation*, dan *e-server quality*, sementara variabel dependen adalah minat mahasiswa dalam menggunakan mobile banking.

Sampel penelitian dipilih dengan teknik purposive sampling, yaitu mahasiswa yang telah menggunakan mobile banking setidaknya selama tiga bulan terakhir. Penggunaan skala Likert 4 poin diterapkan untuk mengukur persepsi responden terhadap faktor-faktor yang dianalisis.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Statistik Deskriptif Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa mayoritas mahasiswa yang menggunakan mobile banking memiliki tingkat literasi keuangan yang cukup baik, dengan skor rata-rata 3,8 dari skala 4. Selain itu, *perceived ease of use* menunjukkan skor rata-rata 3,7, yang mengindikasikan bahwa mahasiswa merasa aplikasi mobile banking mudah digunakan.
2. Uji Regresi Linier Berganda Hasil regresi menunjukkan bahwa:
  - *Perceived ease of use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan mobile banking ( $p < 0.05$ ).
  - *Financial literacy* juga berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking ( $p < 0.05$ ).
  - *Hedonic motivation* menunjukkan pengaruh yang cukup besar terhadap minat mahasiswa ( $p < 0.05$ ).
  - *E-server quality* merupakan faktor yang paling berpengaruh dalam meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap mobile banking ( $p < 0.01$ ).
3. Pembahasan Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan kualitas layanan digital memiliki dampak besar terhadap adopsi mobile banking. Selain itu, mahasiswa yang memiliki pemahaman finansial yang lebih baik cenderung lebih nyaman menggunakan layanan keuangan digital. Temuan ini memberikan implikasi bahwa industri perbankan harus terus meningkatkan fitur keamanan dan kenyamanan dalam aplikasi mobile banking untuk meningkatkan kepercayaan pengguna.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menemukan bahwa *perceived ease of use*, *financial literacy*, *hedonic motivation*, dan *e-server quality* secara signifikan mempengaruhi minat mahasiswa STIE YKPN dalam menggunakan mobile banking. Dengan demikian, industri perbankan perlu terus meningkatkan kualitas layanan mobile banking serta mengedukasi nasabah mengenai literasi keuangan guna meningkatkan tingkat adopsi layanan ini.

### Implikasi Praktis

- Perbankan dapat meningkatkan kampanye edukasi digital agar mahasiswa lebih memahami manfaat dan keamanan mobile banking.
- Pengembang aplikasi perbankan perlu meningkatkan *user experience* agar lebih menarik bagi Generasi Z.
- Bank perlu memberikan fitur keamanan tambahan guna meningkatkan rasa percaya pengguna terhadap transaksi digital.



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## DAFTAR PUSTAKA

- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Venkatesh, V., & Morris, M. G. (2000). Why Don't Men Ever Stop to Ask for Directions? Gender, Social Influence, and Their Role in Technology Acceptance and Usage Behavior. *MIS Quarterly*, 24(1), 115-139.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5-44.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213-233.
- Bank Indonesia. (2024). Laporan Perkembangan Transaksi Digital Indonesia. Jakarta: Bank Indonesia.