

## PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEAMANAN DAN *SELF EFFICACY* TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING WONDR BNI PADA GEN Z SURABAYA

Oleh:

<sup>1</sup>Naufall Makarim Nurman Pradana, <sup>2</sup>Tri Kartika Pertiwi\*

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran Jawa Timur"  
Jl. Rungkut Madya, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294

e-mail : 21012010277@student.upnjatim.ac.id<sup>1</sup>, tri.pertiwi.mnj@upnjatim.ac.id<sup>2</sup>

\*)Corresponding Author Email : tri.pertiwi.mnj@upnjatim.ac.id

---

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the influence of financial literacy, perceived ease of use, security, and self-efficacy on the interest of Generation Z in Surabaya in using Wondr BNI mobile banking. The background of this study is based on the low adoption rate of Wondr BNI even though Gen Z is a group of digital natives who are active in using digital financial services. The research method used is quantitative with purposive sampling technique. The research sample consisted of 120 respondents, consisting of Gen Z residing in the city of Surabaya. Data analysis was conducted using (PLS-SEM) through the SmartPLS 4. The results show that financial literacy does not have a significant effect on interest in use, indicating that the adoption of mobile banking no longer requires a deep understanding of finance. Instead, perceptions of ease of use, security, and self-efficacy were found to have a positive and significant effect on interest in use.*

**Keywords:** *Financial Technology, Financial Behaviour, Gen Z*

---

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, keamanan, dan kepercayaan diri terhadap minat Generasi Z di Surabaya dalam menggunakan layanan perbankan mobile Wondr BNI. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada rendahnya tingkat adopsi Wondr BNI meskipun Generasi Z merupakan kelompok digital natives yang aktif dalam menggunakan layanan keuangan digital. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik sampling purposif. Sampel penelitian terdiri dari 120 responden, yaitu Gen Z yang tinggal di Kota Surabaya. Analisis data dilakukan menggunakan (PLS-SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan, menunjukkan bahwa adopsi mobile banking tidak lagi memerlukan pemahaman mendalam tentang keuangan. Sebaliknya, persepsi kemudahan penggunaan, keamanan, dan kepercayaan diri ditemukan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan.

**Kata Kunci:** *Teknologi Keuangan, Perilaku Keuangan, Gen z*

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam sektor keuangan telah mendorong transformasi besar pada layanan perbankan, terutama melalui inovasi *financial technology* (fintech). Digitalisasi perbankan memungkinkan transaksi dilakukan secara lebih praktis tanpa ketergantungan pada kantor cabang fisik. Perkembangan teknologi keuangan atau *financial technology* (fintech) telah mengubah pola transaksi keuangan masyarakat melalui peningkatan efisiensi, transparansi, dan aksesibilitas layanan digital (Yulianti et al., 2024)

Di Indonesia, tren digitalisasi perbankan mengalami lonjakan pesat, terutama dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini didorong oleh meningkatnya penetrasi internet dan tingginya penggunaan perangkat seluler oleh masyarakat. Inisiatif dari lembaga perbankan untuk terus memperbarui sistem dan menghadirkan inovasi berbasis digital juga mempercepat pergeseran ini (Yunita, 2021).

Nilai transaksi perbankan digital di Indonesia selama tahun 2021 hingga tahun 2024 menunjukkan adanya peningkatan yang mencerminkan tingginya penggunaan perbankan digital di Indonesia. Nilai transaksi tersebut didominasi oleh *mobile banking* sebagai *platform* untuk melakukan transaksi keuangan di Indonesia. Salah satu bentuk dari perbankan yang paling diminati saat ini adalah layanan *mobile banking*.

Salah satu penyedia layanan perbankan digital yaitu bank BNI juga turut andil dalam transformasi digital di sektor perbankan dengan cara mendorong peningkatan penggunaan *mobile banking* sebagai salah satu solusi layanan keuangan yang lebih cepat, aman, dan efisien. BNI memiliki layanan keuangan digital bernama BNI mobile. BNI juga telah meluncurkan aplikasi layanan keuangan terbaru miliknya yaitu Wondr BNI.

**Perbandingan Pengguna Mobile Banking  
BNI & wondr by BNI Selama 2024**

Kuartal	Pengguna BNI Mobile Banking (Juta)	Pengguna wondr by BNI
Q1 2024	16.9	0
Q2 2024	17.4	2.5
Q3 2024	17.9	4.0
Q4 2024	18.5	5.3

Gambar 1. Perbandingan Pengguna Mobile Banking BNI Tahun 2024  
Sumber : Antara news.co.id (2023)

Berdasarkan perbandingan di atas, Selama 2024, jumlah pengguna BNI Mobile Banking dan wondr by BNI sama-sama meningkat. Hingga Q4 2024, BNI Mobile Banking mencapai 18,5 juta pengguna, sedangkan wondr by BNI 5,3 juta pengguna, menunjukkan dominasi BNI Mobile Banking dan masih terbatasnya adopsi wondr by BNI. Salah satu faktor utama yang mendorong adopsi layanan *mobile banking* adalah perubahan perilaku keuangan generasi muda, khususnya Gen Z, yang cenderung lebih mengutamakan layanan perbankan berbasis digital dibandingkan layanan konvensional. Hal ini sejalan dengan karakteristik Gen Z yang dikenal lebih responsif terhadap perkembangan teknologi serta menyukai pengalaman transaksi yang cepat dan efisien.

Pada pra-survey yang telah dilakukan menunjukkan bahwa masih banyak gen z di Surabaya yang belum menggunakan aplikasi Wondr. Pengguna Wondr BNI berkisar hanya 13 orang atau 31% dari total 42 responden yang mengisi pra-survey sedangkan yang tidak ataupun belum menggunakan Wondr BNI berkisar antara 29 orang atau 69% dari total responden yang mengisi pra-survei. Rendahnya tingkat adopsi wondr pada gen z di

Surabaya mencerminkan adanya berbagai faktor selain pemahaman teknologi yang mempengaruhi minat dalam menggunakan aplikasi wondr tersebut.

Secara umum, minat penggunaan *mobile banking* merujuk pada kecenderungan atau keinginan seseorang untuk memanfaatkan layanan perbankan digital berbasis aplikasi seluler guna memenuhi berbagai kebutuhan transaksi finansial mereka. Minat ini tidak muncul secara spontan, melainkan dipengaruhi oleh sejumlah faktor penting, termasuk kemudahan penggunaan, di mana individu cenderung lebih tertarik menggunakan aplikasi yang intuitif dan tidak memerlukan usaha besar untuk dipahami. Hal ini sesuai dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM). Menurut (Sena, 2025) bahwa minat penggunaan *mobile banking* dipengaruhi oleh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, dan sikap pengguna terhadap teknologi

Hasil penelitian (Yuhelmi et al., 2022) menyatakan literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile* Menurut (Susanti & Susanti, 2021) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan e- money. penelitian yang dilakukan oleh (Lusiana & Ichsanuddin, 2022) ditemukan bahwa persepsi kemudahan berperan penting dalam meningkatkan keputusan penggunaan produk layanan keuangan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ferdiansyah & Nur, 2023) menunjukkan hasil yang berbeda, di mana persepsi kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Lalu pada hasil penelitian (Rizqi & Saputra, 2025) menunjukkan bahwa keamanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Namun, pada penelitian (Sahari 2021) memberikan temuan yang berbeda. Keamanan hanya berpengaruh secara tidak langsung terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Sugiarto, (2024) menunjukkan bahwa *self-efficacy* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet*. Sedangkan penelitian oleh ( Fauziah & Ashfiasari, 2021 ) Hasilnya menunjukkan bahwa *self-efficacy* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan mobile payment.

Berdasarkan gap penelitian dan rendahnya adopsi Wondr BNI di kalangan Gen Z Surabaya, penting untuk meneliti kembali bagaimana literasi keuangan, kemudahan penggunaan, keamanan, dan *self-efficacy* memengaruhi minat mereka. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi empiris bagi BNI dalam menentukan strategi peningkatan penggunaan Wondr BNI, terutama menjelang rencana penggantian penuh layanan BNI Mobile dengan Wondr BNI

## TINJAUAN PUSTAKA

### *Technology Acceptance Model (TAM)*

*Technology Acceptance Model* (TAM) atau Model Penerimaan Teknologi pertama kali diusulkan oleh Davis, Bagozzi, dan Warshaw pada tahun 1989 merupakan salah satu model yang dikembangkan untuk menganalisa dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan suatu teknologi

### **Perilaku Keuangan**

Perilaku keuangan didefinisikan sebagai sikap yang muncul akibat kemampuan individu dalam mempertimbangkan serta merencanakan cara memperoleh anggaran agar bisa menabung, menerima risiko keuangan, serta menyesuaikan dengan kebutuhan dan anggaran yang dimiliki untuk keberlanjutan suatu usaha Haqiqi & Pertiwi, (2022) selain itu menurut Arianti, (2020) Perilaku keuangan adalah kemampuan setiap individu dalam mengatur semua aspek keuangan yang terdiri dari perencanaan, penganggaran,

pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian dan penyimpanan dana yang dimiliki setiap individu dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari

### **Literasi Keuangan**

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan terkait keuangan pribadi secara efektif. Literasi ini mencakup pengetahuan, keterampilan, dan perilaku dalam merencanakan keuangan, menabung, mengelola utang, serta mengambil keputusan investasi (Bayram & Palese, 2022). Tingkat literasi keuangan yang baik membantu individu lebih bijak dalam memanfaatkan layanan keuangan digital seperti mobile banking (Ibrohim et al., 2022). Menurut OJK, literasi keuangan dibagi menjadi empat tingkatan, mulai dari *well literate* hingga *not literate*, yang menunjukkan perbedaan kemampuan seseorang dalam memahami produk dan layanan keuangan. Indikator literasi keuangan dalam penelitian ini mencakup pengetahuan keuangan, sikap keuangan, perilaku keuangan, dan keterampilan keuangan (Pratama et al., 2024).

### **Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Persepsi kemudahan merupakan kepercayaan individu bahwa teknologi dapat digunakan tanpa banyak usaha. Dalam Technology Acceptance Model (TAM), kemudahan penggunaan menjadi faktor utama yang memengaruhi penerimaan teknologi (Davis, 1989). Teknologi yang mudah dipelajari, intuitif, dan fleksibel cenderung meningkatkan minat pengguna (Faradila, 2016). Penelitian sebelumnya menunjukkan persepsi kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan digital (Lusiana & Ichsanuddin, 2022). Namun, studi lain menemukan persepsi kemudahan tidak selalu menjadi faktor dominan, terutama ketika pengguna lebih mempertimbangkan aspek keamanan dan pengalaman penggunaan (Rodiana et al., 2021). Indikator persepsi kemudahan dalam penelitian meliputi kemudahan dipelajari, kemudahan digunakan, kejelasan instruksi, dan fleksibilitas sistem (Abrilia, 2020).

### **Keamanan**

Keamanan merupakan elemen krusial dalam penggunaan mobile banking karena keterkaitannya dengan risiko pencurian data dan penipuan online (Mustofa & Kurniawati, 2024). Penelitian sebelumnya menunjukkan keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking (Rizqi & Saputra, 2025; Sulmi et al., 2021). Hal ini menunjukkan bahwa rasa aman menjadi fondasi penting bagi pengguna digital, khususnya Gen Z. Menurut Karim (2024), indikator keamanan meliputi perlindungan data pribadi, keamanan transaksi, kepercayaan terhadap sistem keamanan, dan proteksi terhadap ancaman digital seperti *malware* dan *phishing*.

### **Self Efficacy**

*Self-efficacy* didefinisikan sebagai keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya dalam mengoperasikan teknologi. Dalam konteks mobile banking, individu dengan tingkat efikasi diri yang tinggi lebih percaya diri untuk mempelajari fitur aplikasi dan mengatasi hambatan teknis (Kwateng et al., 2018). Sugiarto (2024) menyatakan bahwa *self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan digital karena pengguna yang yakin dengan kompetensinya lebih terbuka untuk mengadopsi teknologi baru. Indikator *self-efficacy* meliputi kemampuan memahami teknologi, kemampuan mengatasi masalah teknis, kemandirian menggunakan aplikasi, dan keyakinan dalam menjaga keamanan transaksi.

## **Hubungan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Wondr**

Literasi keuangan yang tinggi memungkinkan nasabah untuk melakukan adopsi perbankan digital dengan baik, efisien dan fleksibel melalui perangkat seluler mereka. Namun, tingkat pemanfaatan *mobile banking* masih sangat bergantung pada tingkat literasi keuangan masyarakat. Literasi keuangan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi perilaku individu dalam mengambil keputusan keuangan, termasuk dalam penggunaan layanan perbankan digital seperti *mobile banking*. Menurut Yuhelmi et al., (2022) literasi keuangan memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan minat seseorang untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

Lusiana & Ichsanuddin, (2022) menegaskan bahwa literasi keuangan memberikan kontribusi yang nyata terhadap keputusan individu dalam menggunakan produk layanan keuangan digital. Individu yang memiliki pengetahuan lebih tentang cara mengelola keuangan dengan baik akan lebih percaya diri dalam menggunakan layanan *mobile banking*, terutama dalam memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia seperti investasi digital, pengelolaan anggaran otomatis, dan pembayaran digital.

H1 : Diduga Literasi keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Wondr BNI

## **Hubungan Persepsi Kemudahan Minat Menggunakan Mobile Banking Wondr**

Persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) merupakan salah satu faktor utama dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), yang mengacu pada sejauh mana individu percaya bahwa suatu sistem teknologi dapat digunakan dengan mudah dan tanpa memerlukan banyak usaha. (Wahyu Prastiwi & Umaningsih, 2020) menyatakan bahwa persepsi kemudahan menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan individu dalam memilih suatu teknologi, termasuk dalam penggunaan layanan *e-wallet* dan *mobile banking*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lusiana & Ichsanuddin, (2022) ditemukan bahwa persepsi kemudahan berperan penting dalam meningkatkan keputusan penggunaan produk layanan keuangan, di mana semakin mudah suatu layanan digunakan, semakin besar minat individu dalam menggunakannya. (Wahyu Prastiwi & Umaningsih, 2020) serta Dirwan & Latief (2020) juga menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan *e-money*, yang mengindikasikan bahwa pengguna lebih tertarik menggunakan layanan keuangan digital yang memiliki desain sederhana. Dengan begitu kemudahan penggunaan memiliki hubungan yang erat dengan tingginya adopsi *mobile banking* yang dilakukan.

H2 : Diduga persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Wondr BNI

## **Hubungan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Wondr**

Keamanan merupakan faktor penting yang mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan *mobile banking*. Menurut Rizqi & Saputra, (2025), persepsi keamanan didefinisikan sebagai keyakinan individu terhadap suatu sistem teknologi bahwa sistem tersebut dapat melindungi informasi pribadi mereka dari ancaman penipuan dan penyalahgunaan data *Mobile banking*, sebagai bagian dari layanan perbankan digital, sangat bergantung pada tingkat keamanan yang dirasakan oleh penggunanya. Jika pengguna merasa aman dalam melakukan transaksi, mereka akan lebih tertarik untuk menggunakan layanan ini secara berkelanjutan.

Hasil penelitian Rizqi & Saputra, (2025) menunjukkan bahwa persepsi keamanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Yang berarti bahwa semakin tinggi persepsi keamanan yang dimiliki oleh pengguna, semakin tinggi pula minat mereka dalam menggunakan *mobile banking*. Serta pada penelitian Apaua & Lallie, (2022) yang mengukur persepsi keamanan pengguna terhadap aplikasi *mobile banking* dan menemukan bahwa persepsi keamanan mempengaruhi niat pengguna untuk mengadopsi dan menggunakan aplikasi tersebut.

H3 : Diduga keamanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap signifikan terhadap minat penggunaan Wondr BNI

### **Hubungan *Self Efficacy* Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Wondr**

*Theory of planned behavior* dapat digunakan untuk mempelajari lebih lanjut tentang perbedaan antara Gen Milenial dan Gen Z dalam pengelolaan keuangan. Ditinjau dari sikap, Gen Milenial cenderung lebih konservatif dan berfokus pada jangka panjang, sedangkan Gen Z cenderung lebih terbuka dan berani mengambil risiko. Ditinjau dari norma subjektif, Gen Milenial masih sangat dipengaruhi oleh orang tua dan sesuatu yang konvensional, sementara Gen Z lebih banyak dipengaruhi oleh teman sebaya dan *influencer* di media sosial (Ajzen, 1991).

Ditinjau dari *perceived behavior control*, Gen Milenial awalnya kurang percaya diri dalam pengelolaan keuangan dengan segala keterbatasan pada suatu hal yang bersifat konvensional. Tetapi seiring berjalannya waktu dan teknologi mulai hadir, pengelolaan keuangan Gen Milenial menjadi lebih terkendali dan terencana. Sedangkan Gen Z memiliki pandangan yang lebih baik tentang bagaimana mengelola keuangan karena adanya aplikasi keuangan yang mudah diakses. Berlandaskan *theory of planned behavior*, dapat disimpulkan bahwa perbedaan ini juga disebabkan oleh sikap, norma subjektif dan *perceived behavior control* yang dapat mempengaruhi pengelolaan keuangan dan bukan hanya karena usia atau teknologi saja (Ajzen, 1991).

H4 : Diduga *self efficacy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap signifikan terhadap minat penggunaan Wondr BNI.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan, keamanan, dan *self-efficacy* terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan aplikasi Wondr BNI. Analisis dilakukan menggunakan PLS-SEM melalui software SmartPLS 3 karena sesuai untuk model dengan variabel laten dan indikator reflektif. Sampel diperoleh dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria Generasi Z (17–28 tahun), berdomisili di Surabaya, memiliki rekening BNI, dan belum menggunakan Wondr BNI, sehingga terkumpul 122 responden melalui kuesioner Google Form. Data primer dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert 1–5 yang memuat indikator variabel sesuai instrumen di file penelitian, meliputi literasi keuangan, kemudahan penggunaan, keamanan, *self-efficacy*, dan minat penggunaan, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur pendukung. Analisis dilakukan melalui uji outer model untuk menilai validitas dan reliabilitas, serta uji inner model untuk menilai hubungan antar variabel melalui path coefficient, R-square, dan uji bootstrapping.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Outer Model*

#### **Validitas Konvergen**

Pengujian validitas konvergen dilakukan dengan melalui nilai *loading factor* dan nilai *Average Variance Extracted (AVE)*. Agar menilai validitas konvergen maka nilai *loading factor*  $\geq 0,70$  dan nilai *AVE*  $> 0,50$  menampilkan validitas konvergen terpenuhi (Hair et al., 2021).

Tabel 1. *Outer Loading*

	Literasi Keuangan	Persepsi Kemudahan Penggunaan	Keamanan	Self Efficacy	Minat
X1.1	0.836				
X1.2	0.868				
X1.3	0.859				
X1.4	0.795				
X2.1		0.807			
X2.2		0.870			
X2.3		0.794			
X2.4		0.854			
X3.1			0.862		
X3.2			0.856		
X3.3			0.863		
X3.4			0.771		
X4.1				0.864	
X4.2				0.870	
X4.3				0.749	
Y.1					0.821
Y.2					0.862
Y.3					0.789

Pada tabel 1 , mengungkapkan bahwa indikator mempunyai nilai outer loading  $> 0,70$  yang berarti nilai loading factor memadai dan dapat dikatakan valid.

Tabel 2 *Average Variance Extracted (AVE)*

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
<b>X1 Literasi Keuangan</b>	0.705
<b>X2 Persepsi Kemudahan Penggunaan</b>	0.692
<b>X3 Keamanan</b>	0.704
<b>X4 Self Efficacy</b>	0.688
<b>Y Minat</b>	0.680

Sumber : Data Diolah Peneliti (2025)

Berlandaskan tabel 2. Menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian Gen Milenial dan Gen Z punya skor *AVE*  $> 0,50$ , maka bisa dirangkumkan bahwa model pengukuran telah memenuhi kriteria validitas konvergen dengan baik dan indikator-indikator yang dipakai guna menilai setiap variabel laten telah valid

## Reliabilitas

Tabel 3. *Composite Reliability*

	<i>Composite reliability</i>
Literasi Keuangan (X1)	0.905
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	0.900
Keamanan (X3)	0.904
<i>Self Efficacy</i> (X4)	0.868
Minat (Y)	0.864

Sumber : Data Diolah Peneliti (2025)

Pada tabel 3, hasil uji reliabilitas pada Gen Z menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian yaitu literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan, keamanan dan *self efficacy cronbach's alpha* dan *composite reliability* di atas  $\geq 0,70$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian pada Gen Milenial dan Gen Z bersifat konsisten dan reliabel, serta data yang dihasilkan dapat dipercaya untuk digunakan dalam tahapan analisis lebih lanjut.

## *Inner Model*

*Inner model* dikenal juga sebagai struktural model dan berfokus pada *path coefficient*, signifikansi, dan seberapa baik model memprediksi variabel-variabel endogen (Setiabudhi et al., 2024).

## *R Square*

Nilai *R Square* menunjukkan seberapa besar variabilitas konstruk dependen dapat dijelaskan oleh konstruk independennya. Nilai *R Square* untuk variabel laten endogen dalam model struktural mengindikasikan bahwa model 0,75 dapat dikatakan kuat, 0,50 dapat dikatakan sedang atau *moderate*, dan 0,25 dapat dikatakan lemah (Hair et al., 2021).

Tabel 4. *R Square*

	<i>R Square</i>
Y Minat	0,877

Sumber : Data Diolah Peneliti (2025)

Tabel 4, mengungkapkan bahwa model regresi yang dibangun memiliki potensi prediktif sedang untuk menjelaskan variabel pengelolaan keuangan di antara Gen Milenial dan Gen Z. Nilai *R Square* sebesar 0,877 menggambarkan bahwa variabel yang dianalisis, terutama literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan, keamanan dan *self efficacy* dampak yang sedang terhadap minat Gen Z dalam mengadopsi layanan keuangan, yang mencakup 87,7% dari total keseluruhan. Variabel pengelolaan keuangan adalah variabel kompleks yang dipengaruhi oleh banyak variabel. Penyebab nilai *R Square* sedang dalam penelitian ini, karena terdapat faktor penting lain yang mempengaruhi pengelolaan keuangan yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini, seperti tingkat pendapatan. Selain itu, juga disebabkan karena beberapa responden yang diperoleh memberikan tanggapan yang dianggap baik oleh masyarakat daripada yang benar-benar menggambarkan keadaan mereka, terutama mengenai masalah pengelolaan keuangan yang sensitif.

### Uji *Path Coefficient* dan Hipotesis

*Path coefficient* digunakan dalam model struktural untuk menggambarkan kekuatan serta arah hubungan linear antara konstruk laten. *Path coefficient* berkisar dari -1 hingga +1. Makin besar nilainya mendekati +1 atau -1 maka semakin kuat hubungan antar konstruk, serta tanda yang dihasilkan menunjukkan arah pengaruh dari hubungan tersebut, baik positif maupun negatif. Nilai *t statistics* untuk menilai hipotesis dua arah adalah 1,65 untuk tingkat signifikansi 10%, 1,96 untuk tingkat signifikansi 5%, dan 2,57 untuk tingkat signifikansi 1% (Hair et al., 2021).

Tabel 5. *Path Coefficients* dan Uji Hipotesis

	Path Coefficients (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV)	P Values
Literasi Keuangan (X1) -> Minat (Y1)	-0.009	0.006	0.067	0.127	0.899
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) -> Minat (Y1)	0.376	0.374	0.093	4.046	0.000
Keamanan (X3) Minat (Y1)	0.181	0.175	0.064	2.808	0.005
Self Efficacy (X4) -> Minat (Y1)	0.431	0.426	0.087	4.936	0.000

Berlandaskan tabel 6. Bisa diketahui hasil dari pengujian hipotesis sebagai berikut :

1. Hasil pengujian dari hipotesis 1, Literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan (Y1) dapat diterima, dengan nilai *path coefficients* sebesar -0,009 dan nilai *T-statistics* sebesar 0,127 > 1,96 serta *P-values* sebesar 0,899 (lebih besar dari 0,05), maka hubungan tersebut **negatif signifikan (Hipotesis 1 Ditolak)**
2. Hasil pengujian dari hipotesis 2, Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan (Y1) dapat diterima, dengan nilai *path coefficients* sebesar 0,376 dan nilai *T-statistics* sebesar 4,046 > 1,96 serta *P-values* sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05), maka hubungan tersebut **signifikan secara positif. (Hipotesis 2 Diterima)**
3. Hasil pengujian dari hipotesis 3: Keamanan berpengaruh positif terhadap terhadap minat penggunaan (Y1) dapat diterima, dengan nilai *path coefficients* sebesar 0,181 dan nilai *T-statistics* sebesar 2,808 > 1,96 serta *P-values* sebesar 0,005 (lebih kecil dari 0,05), maka hubungan tersebut **signifikan secara positif. (Hipotesis 2 Diterima)**.
4. Hasil pengujian dari hipotesis 4: *Self Efficacy* berpengaruh positif terhadap terhadap minat penggunaan (Y1) dapat diterima, dengan nilai *path coefficients* sebesar 0,431 dan nilai *T-statistics* sebesar 4,936 > 1,96 serta *P-values* sebesar 0,005 (lebih kecil dari 0,05), maka hubungan tersebut **signifikan secara positif. (Hipotesis 4 Diterima)**.

### **Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Wondr**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan Wondr BNI, ditunjukkan oleh nilai koefisien yang sangat kecil dan negatif ( $-0.009$ ) serta nilai p-value yang berada di atas batas signifikansi. Artinya, semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki seseorang, justru semakin rendah minat mereka untuk menggunakan layanan keuangan digital tersebut. Hal ini dapat terjadi karena individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih berhati-hati dalam memilih dan menggunakan produk keuangan, termasuk aplikasi digital perbankan. Indikator yang paling mempengaruhi minat penggunaan pada variabel ini yaitu perilaku keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa Gen Z yang mampu membandingkan maupun memahami pentingnya simulasi keuangan pada aplikasi digital sehingga mereka mampu mengetahui keunggulan aplikasi yang sesuai dengan preferensi mereka sehingga tertarik untuk mengadopsi layanan keuangan tersebut. Temuan ini diperkuat oleh penelitian sebelumnya yaitu (Dewi Tamara et al., 2024) yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negative signifikan terhadap minat. Serta (Lubis & Nurhayati, 2024) yang menyebutkan literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap penggunaan teknologi finansial.

### **Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Wondr**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan yang artinya kemudahan penggunaan mencerminkan sejauh mana seseorang merasa bahwa teknologi dapat digunakan tanpa kesulitan dan tidak memerlukan banyak usaha untuk mempelajarinya. Dalam hal penggunaan mobile banking, kemudahan ini mencakup hal-hal seperti tampilan antarmuka yang sederhana, proses transaksi yang cepat, serta fitur yang mudah dipahami oleh pengguna. Bagi Gen Z yang terbiasa dengan teknologi dan mengutamakan kepraktisan, aspek ini menjadi faktor penting dalam menentukan apakah mereka akan menggunakan suatu aplikasi perbankan digital atau tidak.

Didukung dari penelitian sebelumnya yaitu (Wardani & Amala, 2024) serta Penelitian yang dilakukan oleh (Laloan et al., 2023) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi keuangan digital.

### **Pengaruh Persepsi Keamanan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Wondr**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Wondr BNI. Artinya, semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan pengguna, maka semakin besar pula minat mereka untuk menggunakan layanan mobile banking. Keamanan di sini mencerminkan sejauh mana seseorang merasa yakin bahwa teknologi yang digunakan mampu melindungi data pribadi serta transaksi finansialnya dari risiko penyalahgunaan atau kebocoran informasi. Dalam konteks, keamanan mencakup berbagai aspek seperti perlindungan data pengguna, sistem verifikasi berlapis, enkripsi transaksi, hingga fitur login yang aman seperti PIN, sidik jari, atau pengenalan wajah. Bagi Gen Z yang aktif bertransaksi secara digital, jaminan keamanan menjadi faktor penting yang menentukan kepercayaan mereka terhadap suatu aplikasi perbankan.

Berkaca pada penelitian Rizqi & Saputra 2025 serta Penelitian yang dilakukan oleh (Nurhayati et al., 2024) menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi mobile banking.

### **Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Wondr**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking. Artinya, semakin tinggi tingkat keyakinan diri seseorang terhadap kemampuannya dalam menggunakan teknologi, maka semakin besar pula minatnya untuk memanfaatkan layanan mobile banking. Individu dengan *self-efficacy* tinggi cenderung memiliki rasa ingin tahu yang kuat terhadap teknologi baru dan lebih cepat beradaptasi dengan fitur-fitur digital. Mereka tidak mudah menyerah ketika menghadapi kendala teknis, tetapi justru terdorong untuk mencari solusi dan mempelajari hal baru. Hal ini menjadikan mereka lebih siap dan nyaman dalam menggunakan mobile banking untuk berbagai keperluan, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, atau mengatur keuangan pribadi.

Hal ini sejalan pada penelitian (Nurhayati et al., 2024) dan (Bastomi & Nurhidayah, 2024) yang menunjukkan bahwa *self efficacy* berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi layanan keuangan (DANA)

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa minat Generasi Z di Surabaya dalam menggunakan aplikasi mobile banking Wondr BNI dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi kemudahan penggunaan, keamanan, dan *self-efficacy*. Persepsi kemudahan penggunaan menunjukkan bahwa semakin mudah suatu aplikasi dipahami dan dioperasikan, maka semakin besar pula kemungkinan pengguna untuk memanfaatkannya. Generasi Z yang terbiasa dengan teknologi digital cenderung lebih tertarik pada aplikasi yang memiliki tampilan sederhana, navigasi yang jelas, serta proses transaksi yang cepat dan praktis. Selain itu, aspek keamanan juga menjadi pertimbangan penting karena pengguna membutuhkan jaminan bahwa data pribadi dan transaksi keuangan mereka terlindungi dengan baik. Adanya fitur keamanan yang kuat dapat meningkatkan rasa percaya dan kenyamanan pengguna dalam melakukan aktivitas finansial melalui aplikasi mobile banking.

Di antara faktor-faktor tersebut, *self-efficacy* menjadi variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi minat penggunaan Wondr BNI pada Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan diri individu dalam menggunakan teknologi berperan besar dalam mendorong adopsi aplikasi mobile banking. Pengguna yang merasa mampu memahami dan mengoperasikan fitur-fitur aplikasi akan lebih terdorong untuk memanfaatkannya secara aktif. Sementara itu, literasi keuangan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan, yang mengindikasikan bahwa pemahaman finansial bukan menjadi faktor utama bagi Generasi Z dalam memutuskan penggunaan layanan mobile banking. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan adopsi Wondr BNI perlu difokuskan pada pengembangan aplikasi yang lebih mudah digunakan, sistem keamanan yang terpercaya, serta peningkatan kepercayaan diri pengguna dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kebutuhan transaksi keuangan sehari-hari.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Apaua, R., & Lallie, H. S. (2022). *Measuring User Perceived Security of Mobile Banking Applications*. 1–36.

- Arianti, B. F. (2020). Pengaruh Pendapatan dan Perilaku Keuangan terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Keuangan. *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 13–36. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.10.1.13-36>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 179-211.
- Bastomi, M., & Nurhidayah, N. (2024). a Moderation Analysis: How Did Financial Attitudes Influence Financial Management Behavior of Santri? *EL DINAR: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 12(2), 158–178. <https://doi.org/10.18860/ed.v12i2.27955>
- Bayram, A., & Palese, A. (2022). The importance of financial literacy in financial decision-making. *College*, 56(2), 100–104. <https://doi.org/10.14528/snr.2022.56.2.3166>
- Fitriani Latief, Dirwan. Tahun 2020. Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen Volume 3 Nomor I – April 2020*, Halaman 16-30.
- Fauziah, S. A., & Ashfiasari, S. (2021). Pengaruh Social Influence terhadap Minat Menggunakan E-Wallet. *Jurnal Embiss*, 1(4), 307.
- Ferdiansyah, M. R., & Nur, D. I. (2023). Factors Affecting Decision to Use Mobile Banking. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 7970–7978.
- Ghozali, I. (2019). *Desain Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*.
- Haqiqi, A. F. Z., & Pertiwi, T. K. (2022). Pengaruh Financial Technology, Literasi Keuangan, dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Generasi Muda. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2), 355–367.
- Ibrohim, I., Triana, L., & Nopianti, R. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Digital Banking. *Owner*, 6(4), 4187–4198. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.1084>
- Istiana, D., & Nur, D. I. (2020). The Role of Financial Behavior in Digital Financial Services. *Economic, Business, and Government Challenges*, 3(1), 21–28. <https://doi.org/10.33005/ebgc.v3i1.100>
- Karim, R. U. (2024). Kontribusi Kemudahan dan Keamanan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Mobile Banking. 20, 408–422.
- Laloan, W.icky T. J., Wenas, R. S., & Loindong, S. S. R. (2023). 9. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Pengguna E-Payment

Qris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. 11(2), 375–387

- Lubis, E. F. M., & Nurhayati, N. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Financial Technology Terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 5(2), 178–187. <https://doi.org/10.47065/jbe.v5i2.5259>
- Lusiana, A., & Ichsanuddin, D. (2022). Analisis Keputusan Pengguna Mobile Banking berdasarkan Persepsi Kemudahan. *Humaniora*, 8(3), 391–397. <https://doi.org/10.29303/jseh.v8i3.93>
- Mandell, L., & Klein, L. S. (2009). The impact of financial literacy on financial behavior. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 20(1), 15–24.
- Mubyl, M., Abidin, A., & Ramadhani, N. M. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 200–210.
- Nurhayati, S. A., Arifin, R., & Bastomi, M. (2024). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Security, Perceived Self Efficacy, Dan Trust Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Dana (Studi Kasus Pada Generasi Z Kota Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 2452–2463.
- Rizqi, M. S., & Saputra, H. (2025). Pengaruh Keamanan terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Keuangan Digital*, 7(1), 55–65.
- Rodiana, A., Sari, W. P., & Putra, A. R. (2021). Pengaruh Kemudahan dan Risiko terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Sistem Informasi Indonesia*, 6(1), 45–54.
- Sahari, A. H. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Generasi Z Di Kabupaten Sukoharjo). Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sena, A. I. (2025). *YUME : Journal of Management Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bri Persero Tbk Cabang Kalianda*. 8(1), 1103–1118.
- Setiabudhi, H., Suwono, Setiawan, Y. A., & Karim, S. (2025). *Analisis Data Kuantitatif Denah Smart PLS 4*. Purwokerto: Borneo Novelty
- Sugiarto, A. (2024). Self-Efficacy sebagai Determinan Minat Penggunaan Teknologi Finansial. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 12(1), 88–100.
- Sulmi, A., Ramadhan, R., & Putri, Y. (2021). Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Ekonomi Digital*, 4(3), 233–244.
- Susanti, E., & Susanti, R. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 77–87.
- Tamara, D., & Maharani, A. (2024). How Millennials Make Investment Decisions:

Financial Literacy and Financial Behavior. *Economics and Finance in Indonesia*, 70(2), 132–146. <https://doi.org/10.47291/efi.2024.09>

Yuhelmi, D., Sari, A., & Maulidina, N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Risiko terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi Modern*, 18(2), 245–257.

Yulianti, G., Chaidir, M., & Pramono, A. S. (2024). *MENDORONG PERTUMBUHAN EKONOMI DAN INKLUSI KEUANGAN DI INDONESIA: TANTANGAN DAN PELUANG*. 4(4), 349–355. <https://doi.org/10.53866/jimi.v4i4.649>

Yunita, P. (2021). the Digital Banking Profitability Challenges: Are They Different Between Conventional and Islamic Banks? *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 18(1), 55–74. <https://doi.org/10.21002/jaki.2021.04>