

## Determinan keputusan penggunaan layanan *mobile banking* bank syariah

Talia Putri Kamila

e-mail: [taliaputrikamila@gmail.com](mailto:taliaputrikamila@gmail.com)

Nihayatu Aslamatis Solekah

e-mail: [aslamatiss\\_1@pbs.uin-malang.ac.id](mailto:aslamatiss_1@pbs.uin-malang.ac.id)

(Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi, UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang)

**ABSTRAK :** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan, kualitas layanan, dan gaya hidup terhadap keputusan penggunaan layanan *mobile banking* bank syariah dikalangan gen z. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode *explanatory research*. Objek penelitian ini adalah gen z yang berlokasi di Kota Malang sebanyak 232 responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan software IBM SPSS Statistic versi 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan, kualitas layanan, dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan *mobile banking* bank syariah baik pengujian secara parsial maupun simultan. Temuan pada penelitian ini adalah variabel gaya hidup memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan nilai kemudahan dan kualitas layanan, hal ini berarti pengaruh keputusan penggunaan layanan *mobile banking* bank syariah didominasi oleh gaya hidup gen z yang ada di Kota Malang. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah sampel terbatas pada gen z kota malang saja.

**Kata kunci** – Kemudahan, Kualitas, Gaya Hidup, Keputusan

**ABSTRACT :** This study aims to analyze the influence of ease of use, service quality, and lifestyle on the decision to use Islamic bank mobile banking services among gen z. This research is quantitative, using an explanatory research method. The subjects of this study are gen z individuals located in Malang city, with a total of 232 respondents. The sampling technique used in this study is *purposive sampling*. Data collection was carried out through the distribution of questionnaires. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis with the assistance of IBM SPSS Statistic version 25.0 software. The results of the study indicate that ease of use, service quality, and lifestyle influence the decision to use islamic bank mobile banking services, both partially and simultaneously. The findings of this study show that the lifestyle variable has a greater value compared to ease of use and service quality, meaning that the lifestyle of gen z in Malang city predominantly influences the decision to use islamic bank mobile banking services. The limitation of this study is that the sample is limited to gen z only in Malang city.

**Keywords** – Ease of Use, Service, Lifestyle, Decision

## PENDAHULUAN

Dampak perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap layanan yang ditawarkan oleh lembaga perbankan. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah membuka peluang bisnis yang luas, dimana transaksi bisnis yang saat ini sering dilakukan secara elektronik. Oleh karena itu, lembaga-lembaga perbankan dan keuangan secara luas berupaya menyediakan layanan yang dilengkapi dengan fitur-fitur berbasis teknologi terkini (Prihanto and Yuniati, 2021).

Sektor perbankan merupakan contoh sektor yang telah beralih ke arah digital dalam pengembangan layanannya. Perubahan ini sejalan dengan tingginya penggunaan *mobile phone* dan kecenderungan individu dalam menggunakan perangkat digital (Sari and Cristiana, 2021). Hal ini dibuktikan dengan data hasil survey terbaru *We Are Social* dan *Meltwater* berjudul "Digital 2023". Berdasarkan data hasil survey pada Januari 2023 yang dilakukan oleh *We Are Social* dan *Meltwater*, menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia per Januari 2023 tercatat mencapai 212,9 juta, pengguna *mobile phone* mencapai 353,8 juta. Jumlah ini naik dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2022, *We Are Social* menyebut jumlah pengguna internet di Indonesia berkisar 202 juta. Hal ini dapat disimpulkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia naik sekitar 10 juta pengguna atau 5% dari tahun sebelumnya. Selain itu, total populasi di Indonesia mencapai 276,4 juta jiwa per Januari 2023, mengalami peningkatan 1,8 juta dari total populasi per 2022 lalu. Pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 77% atau 212,9 juta jiwa (Aryanto, 2023). Berdasarkan data hasil survey maka dapat disimpulkan bahwa masyarakat Indonesia sangat bergantung pada penggunaan *mobile phone* dan internet dalam menjalankan aktivitas harian mereka.

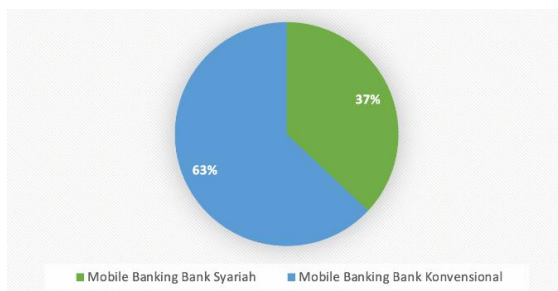
Ketergantungan masyarakat terhadap penggunaan *mobile phone* dan internet mendorong Bank Indonesia untuk memperkenalkan layanan bisnis berbasis digital seperti internet *banking* pada tahun 1998. Setelah diperkenalkannya internet *banking* di Indonesia, sektor perbankan mulai memperkenalkan layanan berbasis digital lainnya, termasuk *mobile banking*. *Mobile banking* merupakan layanan perbankan yang dapat diakses melalui telepon genggam untuk melakukan berbagai transaksi (Sharma *et al.*, 2017). Melalui layanan *mobile banking*, setiap nasabah dapat melakukan transaksi tanpa harus berkunjung ke kantor bank, dan transaksi dapat dilakukan kapan saja. Selain memberikan manfaat kepada para nasabah, layanan *mobile banking* juga memberikan keuntungan bagi bank karena dapat meningkatkan profitabilitas dan pengurangan biaya modal (Sari and Cristiana, 2021).

Saat ini banyak masyarakat yang mulai beralih ke perangkat seperti *mobile phone* dengan sentuhan digital. Bank yang menerapkan *mobile banking* didukung oleh perangkat yang semakin canggih sehingga nasabah mudah melakukan transaksi yang diinginkan. Pada tahun 2023 terdapat 3 Bank Syariah yang memiliki nilai transaksi tertinggi, diantaranya PT Bank Muamalat Indonesia Tbk tercatat tumbuh 27% menjadi 434 ribu pengguna per 30 Juni 2023. Begitupun transaksi *mobile banking* pada PT BCA Syariah yang mengalami pertumbuhan hingga 45,6% mencapai 2,2 juta transaksi per Juni 2023. Pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk mengalami peningkatan pada transaksi *mobile banking* sebesar 23,1% 5,6 juta pengguna pada tahun 2023 (Mayasari, 2023).

Peningkatan transaksi *mobile banking* bank syariah mencerminkan minat yang tinggi dari masyarakat terhadap layanan tersebut. Tidak menutup kemungkinan bahwa mayoritas pengguna *mobile banking* berasal dari generasi Z, yang dikenal sebagai generasi inovatif dan sangat terbiasa dengan penggunaan teknologi. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi

Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) Gen Z menjadi kelompok dengan pengguna internet terbanyak mencapai 34,4% (Arif, 2024). Menurut data dari Badan Pusat Statistik tercatat gen Z mewakili sekitar 22% dari populasi penduduk Indonesia dengan total 60 juta jiwa.

Pada gambar 1 tentang jumlah pengguna layanan *mobile banking*, peneliti telah melakukan *quick research* pada 100 mahasiswa di Kota Malang terkait jumlah pengguna layanan *mobile banking*. Pada gambar 1 terdapat presentase sebanyak 63% mahasiswa di Kota Malang yang menggunakan *mobile banking* bank konvensional sebagai alat transaksi mereka, sisanya sebanyak 37% menggunakan *mobile banking* bank syariah.



**Gambar 1 Diagram Presentase Pengguna Layanan Mobile Banking**

Berdasarkan alasan dari 63 responden pengguna *mobile banking* bank konvensional menyatakan bahwa kualitas layanan yang ditawarkan oleh bank konvensional lebih menjanjikan. Salah satunya seperti minimnya *trouble* atau *error* pada saat penggunaan. Selain itu, lamanya responden sebagai nasabah pengguna *mobile banking* bank konvensional juga menjadi alasan lain sehingga 63 dari 100 responden tersebut tidak mudah untuk berganti ke *mobile banking* lain karena sudah merasakan *benefit* serta kemudahan yang ditawarkan.

*Mobile banking* merupakan suatu layanan yang disediakan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi secara *online* dengan memanfaatkan perangkat seluler seperti *smartphone*, sehingga memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan aktivitas perbankan. Kemudahan dalam menggunakan layanan *mobile banking* sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Khoirudin and Qalyubi (2021) dan Widodo and Ariandi (2023) bahwa kemudahan memiliki pengaruh terhadap keputusan. Namun hasil penelitian yang dilakukan oleh Linnatunnisa and Safitri (2022), membuahkan hasil penelitian yang berbeda di mana kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan *mobile banking*.

Tidak hanya kemudahan layanan *mobile banking* yang diberikan oleh perbankan kepada nasabah, namun perbankan juga memiliki tanggung jawab untuk memberikan kualitas layanan yang terbaik serta sesuai dengan kebutuhan nasabah. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Natalia and Tesniwati (2021); Rahmatika (2021), di mana kualitas layanan memiliki pengaruh untuk menarik minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Namun pada penelitian Sulistianingsih and Trishananto (2021), menjelaskan bahwa kualitas layanan tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Faktor lain yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan *mobile banking* adalah gaya hidup. Menurut Kotler and Armstrong (2016), gaya hidup merujuk pada pola kehidupan seseorang yang tercermin dalam opini, minat, dan aktivitasnya. Secara umum, gaya hidup mencakup pemikiran individu tentang dirinya dan lingkungannya. Perilaku seseorang, termasuk opini, minat, dan

aktivitas yang mencerminkan citra dirinya untuk menunjukkan status sosialnya, merupakan arti dari gaya hidup. Penelitian Linnatunnisa and Safitri (2022), membuktikan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh terhadap penggunaan layanan *mobile banking*. Akan tetapi penelitian yang dilakukan oleh Hardiyanti (2022) membuktikan bahwa gaya hidup tidak memiliki pengaruh terhadap penggunaan layanan *mobile banking*.

Gaya hidup mahasiswa saat ini berada pada kategori yang tinggi, artinya mereka menggunakan uang dan waktu dalam melakukan aktivitas transaksi secara bijak (Fatimah and Fathihani, 2023). Namun gaya hidup mahasiswa juga dapat berubah, tetapi hal ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan.

Berdasarkan paparan latar belakang, maka pokok permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah apakah kemudahan, kualitas layanan dan gaya hidup mampu memberikan pengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah pada gen z di kota malang. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan menganalisis apakah ketiga variabel yaitu kemudahan, kualitas layanan dan gaya hidup berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan penggunaan layanan *mobile banking* bank syariah.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kemudahan**

Kemudahan merupakan konsep penting guna memahami penerimaan teknologi oleh pengguna. Khoirudin and Qalyubi (2021); Widodo and Ariandi (2023) menjelaskan bahwa pentingnya kemudahan penggunaan dalam mempengaruhi keputusan individu dalam pengadopsian layanan digital perbankan. Semakin mudahnya dalam pengaplikasian layanan digital perbankan akan mempengaruhi keputusan individu untuk terus menggunakan layanan tersebut. Berbeda halnya Linnatunnisa and Safitri (2022) kemudahan tidak memiliki pengaruh karena terdapat faktor lain seperti kualitas layanan yang menjadi dominan dalam mempengaruhi keputusan nasabah.

### **Kualitas Layanan**

*E-service quality* adalah bentuk kualitas layanan yang melibatkan penggunaan media internet sebagai media untuk menghubungkan antara penjual dan pembeli untuk memberikan fasilitas kegiatan transaksi secara efektif dan efisien (Chasee *et al.*, 2013). Natalia and Tesniwati (2021); Rahmatika (2021) Menyoroti pentingnya kualitas layanan dalam mempengaruhi Keputusan individu untuk mengadopsi layanan digital perbankan. Semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan nasabah maka juga semakin besar peluang pengguna untuk mengadopsi dan terus menggunakan layanan tersebut. Disisi lain penelitian Sulistianingsih and Trishananto (2021), menjelaskan bahwa kualitas layanan tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dikarenakan kualitas layanan sudah menjadi standar dalam era digital saat ini. Selain itu, pandangan individu terhadap kualitas layanan bersifat subjektif karena sebagian individu tidak merasakan perbedaan signifikan dalam kualitas layanan yang diberikan sehingga tidak mempengaruhi minat nasabah.

### **Gaya Hidup**

Gaya hidup dapat dipahami sebagai keseluruhan pola interaksi individu dengan lingkungan sekitarnya yang dipengaruhi oleh kondisi pribadi serta faktor eksternal meskipun berpengaruh secara tidak langsung (Nurfikri and Jahrizal, 2019). Gaya hidup memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan *mobile banking* karena individu saat ini memiliki gaya hidup modern dan

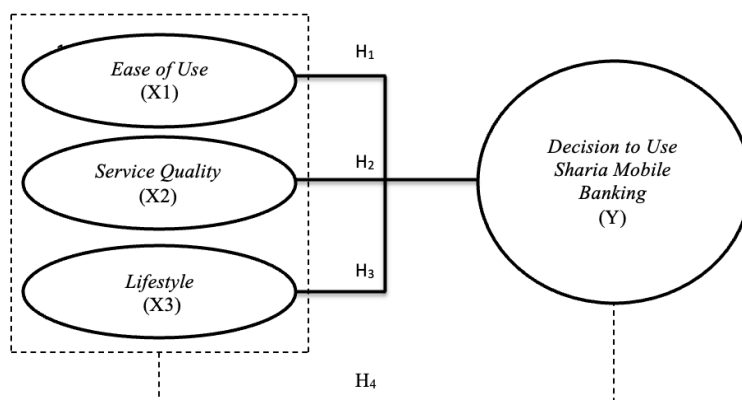
dinamis sehingga cenderung lebih terbuka terhadap penggunaan teknologi perbankan digital Linnatunnisa and Safitri (2022). Namun, Hardiyanti (2022) menjelaskan bahwa gaya hidup tidak memiliki pengaruh terhadap Keputusan penggunaan.

### Keputusan Penggunaan

Keputusan penggunaan jasa merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih dan bagaimana barang atau jasa memuaskan kebutuhan mereka serta keinginan mereka (Kotler and Amstrong, 2016:177). Keputusan penggunaan diukur melalui 3 indikator yaitu: rasa butuh terhadap suatu produk, mencari informasi mengenai suatu produk atau layanan dan melakukan pertimbangan (Lestari and Rachmat, 2018).

Pada gambar 2 dibawah ini menjelaskan tentang desain penelitian kuantitatif terkait variabel kemudahan, kualitas layanan, dan gaya hidup terhadap keputusan penggunaan layanan *mobile banking syariah* disertai hipotesis penelitian akibat kontradiksi dari hasil penelitian terdahulu yang mengacu pada teori. Adapun desain penelitian serta hipotesis penelitian sebagai berikut:

**Gambar 2 Desain Penelitian**



- a) H<sub>1</sub> : kemudahan secara parsial mempengaruhi keputusan penggunaan layanan *mobile banking* bank syariah
- b) H<sub>2</sub> : kualitas layanan secara parsial mempengaruhi keputusan penggunaan layanan *mobile banking* bank syariah
- c) H<sub>3</sub> : gaya hidup secara parsial mempengaruhi keputusan penggunaan layanan *mobile banking* bank syariah
- d) H<sub>4</sub> : kemudahan, kualitas layanan dan gaya hidup secara simultan mempengaruhi keputusan penggunaan layanan *mobile banking* bank syariah

### METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif menggunakan metode *explanatory research*. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan cara menganalisis dan mengolah data secara kuantitatif kemudian diinterpretasikan untuk ditarik suatu kesimpulan. *Explanatory research* menurut Sugiyono (2017:206), diartikan sebagai suatu metode penelitian yang

bertujuan untuk menjelaskan posisi variabel variabel yang sedang diteliti dan pengaruh hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya.

Populasi penelitian ini adalah Gen Z (generasi *zoomer*) pengguna *mobile banking* bank syariah yang berlokasi di Kota Malang. Menurut data pada Badan Pusat Statistik Kota Malang, jumlah Gen Z pada tahun 2023 tercatat sebesar 255.723 jiwa dengan rentang usia 13-28 tahun (BPS, 2023). Metode pengambilan sampel yang diterapkan pada penelitian ini menggunakan jenis *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Adapun kriteria objek penelitian adalah gen z dengan rentang usia 13-28 tahun berdomisili di Kota Malang, serta pengguna aktif layanan *mobile banking*, dan telah melakukan transaksi setidaknya 1 kali.

Teknik penentuan jumlah sampel yang diterapkan dalam penelitian ini berdasar pada rumus Hair. Pada tabel 1 menjelaskan terkait perhitungan jumlah sampel yang digunakan. Sampel disesuaikan dengan jumlah indikator dikalikan 5 hingga 10 pernyataan pada kuesioner (Hair *et al.*, 2013).

**Tabel 1 Perhitungan Sampel**

Number	Variable	Indicator Total
1	<i>Ease of use</i>	5
2	<i>Service Quality</i>	7
3	<i>Lifestyle</i>	6
4	<i>Decision to Use Sharia Mobile Banking</i>	5
Indicator Total		23

Pada perhitungan sampel yang tertera pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa dibutuhkan sebanyak 230 responden pada penelitian ini. Total responden yang diperoleh pada penyebaran kuesioner penelitian bulan Maret 2024 sebanyak 232 responden.

Data pada penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh serta dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini berbentuk *google form* yang terdiri dari identitas responden dan beberapa pernyataan. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert (1) "tidak setuju" hingga (4) "sangat setuju". Pengolahan data pada penelitian ini melalui proses uji instrumen meliputi uji validitas dan uji reabilitas. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas dan uji regresi linier berganda dan uji R<sup>2</sup>. Pengujian terakhir yaitu pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t secara parsial dan uji f secara simultan.

## HASIL PENELITIAN

Pada hasil uji instrumen yaitu uji validitas dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan untuk setiap variabel dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian karena nilai r hitung > r tabel. Dari ketiga variabel yaitu kemudahan, kualitas layanan, dan gaya hidup dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan untuk mengukur



pada masing-masing variabel dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,6 pada saat pengujian reabilitas.

**Tabel 2 Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		193
Normal Parameters	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,2654967
Most Extreme Differences	Absolute	0,035
	Positive	0,035
	Negative	-0,035
Test Statistic		0,035
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200

Hasil analisis pada tabel 2 dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan pada penelitian ini terdistribusi secara normal karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih dari 0,05.

**Tabel 3 Uji Heteroskedastisitas**

Model	Unstandarized B	Coefficients Std. Error	Standarized Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constant)	1,795	0,612		2,934	0,004
<i>Ease of Use</i>	-0,17	0,044	-0,039	-0,396	0,693
<i>Service Quality</i>	0,000	0,035	-0,001	-0,011	0,991
<i>Lifestyle</i>	-0,031	0,044	-0,079	-0,716	0,475

Berdasarkan analisis pada tabel 3, dapat disimpulkan apabila data yang digunakan pada penelitian tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas karena nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05.

**Tabel 4 Uji Multikolinieritas**

Variable	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
<i>Ease of Use</i>	0,452	2,214

<i>Service Quality</i>	0,397	2,518
<i>Lifestyle</i>	0,355	2,819

Pada analisis tabel 4 diatas, menunjukkan hasil bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak menunjukkan gejala multikolinearitas karena memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10.

**Tabel 5 Uji Regresi Linier Berganda**

	Model	Unstandarized B	Coefficients Std. Error	Standarized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,823	0,952		2,966	0,003
	<i>Ease of Use</i>	0,203	0,068	0,202	2,987	0,003
	<i>Service Quality</i>	0,196	0,054	0,263	3,651	0,000
	<i>Lifestyle</i>	0,303	0,068	0,341	4,469	0,000

Dari analisis tabel 5, dapat disimpulkan bahwa hasil uji regresi linier berganda menghasilkan persamaan berikut untuk data dalam penelitian ini:

$$\hat{Y} = 2,823 + 0,203X_1 + 0,196X_2 + 0,303X_3 + e$$

1. Konstanta

Nilai konstanta ( $\bar{\alpha}$ ) pada penelitian ini adalah 2,823 yang mengindikasikan bahwa ketiga variabel memiliki nilai 0, maka keputusan penggunaan akan menghasilkan nilai positif sebesar 2,823.

2. Koefisien Kemudahan

Variabel kemudahan memiliki nilai koefisien sebesar 0,203 hal ini menandakan bahwa setiap peningkatan 1 satuan dalam variabel kemudahan akan memberikan dampak terhadap keputusan penggunaan layanan.

3. Koefisien Kualitas Layanan

Variabel kualitas layanan memiliki nilai koefisien sebesar 0,196 yang menandakan bahwa setiap peningkatan 1 satuan dalam variabel kualitas layanan akan mempengaruhi keputusan penggunaan layanan.

4. Koefisien Gaya Hidup

Variabel gaya hidup memiliki nilai koefisien sebesar 0,303 yang menandakan bahwa setiap peningkatan 1 satuan dalam variabel gaya hidup dapat memberikan dampak terhadap keputusan penggunaan layanan.



**Tabel 6 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	0,728	0,530	0,524	1,053

Dari analisis tabel 6 yang disajikan, disimpulkan bahwa hasil koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,524. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan, kualitas layanan dan gaya hidup dalam penelitian ini dapat mempengaruhi variabel keputusan nasabah sebesar 0,524 atau 52,4% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel diluar dari penelitian ini. Selain itu, pada *R Square* dikategorikan sebagai dengan nilai sebesar 0,530. Menurut Bawono (2006) nilai *R Square* dikategorikan sebagai moderat jika berada diantara 0,33 dan 0,67.

**Tabel 7 Uji T<sub>test</sub> (Parsial)**

Model	Unstandarized B	Coefficients Std. Error	Standarized Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constant)	2,823	0,952		2,966	0,003
<i>Ease of Use</i>	0,203	0,068	0,202	2,987	0,003
<i>Service Quality</i>	0,196	0,054	0,263	3,651	0,000
<i>Lifestyle</i>	0,303	0,068	0,341	4,469	0,000

#### **Pengaruh Variabel Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Mobile Banking**

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa nilai signifikansi (sig.) variabel kemudahan adalah 0,003 yang kurang dari 0,05 atau dibawah tingkat signifikansi yang telah ditetapkan. Selain itu, nilai t hitung sebesar 2,987 melebihi nilai t tabel yaitu 1,651 (t hitung > t tabel). Maka H1 dapat diterima yang dibuktikan melalui variabel kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.

#### **Pengaruh Variabel Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Mobile Banking**

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa nilai signifikansi (sig.) variabel kualitas layanan adalah 0,000 yang kurang dari 0,05 atau dibawah tingkat signifikansi yang telah ditetapkan. Selain itu, nilai t hitung sebesar 3,651 melebihi nilai t tabel yaitu 1,651 (t hitung > t tabel). Maka H2 dapat diterima yang dibuktikan melalui variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.

#### **Pengaruh Variabel Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Mobile Banking**

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa nilai signifikansi (sig.) variabel gaya hidup adalah 0,000 yang kurang dari 0,05 atau dibawah tingkat signifikansi yang telah ditetapkan. Selain itu nilai t hitung sebesar 4,469 melebihi nilai t tabel yaitu 1,651 (t hitung > t tabel). Maka H3 dapat diterima

yang dibuktikan melalui variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan

**Tabel 8 Uji F<sub>test</sub> (Simultan)**

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	f	Sig
1	Regression	285,036	3	95,012	85,688	0,000
	Residual	252,809	228	1,109		
	Total	537,845	231			

Berdasarkan hasil pengujian F yang tertera pada tabel diatas, diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 85,688 melebihi nilai F tabel sebesar 2,64 dan nilai Signifikansi (Sig.) 0,000 yang kurang dari 0,05. Oleh karena itu, Ha diterima. Maka dari itu disimpulkan bahwa keputusan penggunaan layanan *mobile banking* bank syariah secara simultan dan signifikan dipengaruhi oleh kemudahan, kualitas layanan, dan gaya hidup.

## PEMBAHASAN

Hasil yang diperoleh melalui uji secara parsial pada variabel kemudahan menghasilkan nilai t hitung yaitu 2,987. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa Keputusan penggunaan (Y) *mobile banking* bank syariah dipengaruhi secara signifikan oleh variabel kemudahan (X1). Semakin efektif serta efisien suatu sistem, maka keputusan individu dalam pengadopsian teknologi pada layanan digital bank juga semakin tinggi. Hal tersebut sejalan dengan hasil temuan yang dilakukan oleh Khoirudin and Qalyubi (2021) serta Widodo and Ariandi (2023) menyatakan bahwa kemudahan memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah. Jika individu memiliki kepercayaan bahwa suatu sistem informasi mudah digunakan maka individu tersebut cenderung akan menggunakannya, begitu juga sebaliknya. Konsep kemudahan pada layanan *mobile banking* bertujuan untuk memungkinkan pengguna dapat dengan mudah memahami dan menerapkan layanan yang tersedia tanpa kesulitan yang berarti serta tanpa memerlukan waktu dan biaya yang signifikan.

Analisis dalam pengujian secara parsial terhadap variabel kualitas layanan menghasilkan nilai t hitung sebesar 3,651. Hal ini menunjukkan jika variabel keputusan penggunaan (Y) *mobile banking* bank syariah dipengaruhi secara signifikan oleh variabel kualitas layanan (X2). Sehingga semakin baik suatu *branding* kualitas layanan yang ditawarkan perbankan kepada para nasabahnya, maka keputusan seseorang untuk menggunakan *mobile banking* juga semakin tinggi. Maka dari itu, variabel kualitas layanan juga menjadi faktor yang perlu dipertahankan agar nasabah tetap merasa puas dengan pelayanan yang disediakan oleh perbankan sehingga nasabah memutuskan untuk menggunakan layanan aplikasi *mobile banking* bank syariah. Hal ini sejalan dengan hasil temuan yang dilakukan oleh Natalia and Tesniwati (2021); Rahmatika (2021), yang menunjukkan jika kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Hasil yang diperoleh melalui pengujian secara parsial menghasilkan nilai t hitung sebesar 4,469. Dari hasil t hitung tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya hidup (X3) memberikan pengaruh terhadap Keputusan penggunaan (Y) layanan *mobile banking*. Maka dari itu, variabel ini menjadi salah satu variabel yang penting dalam keputusan penggunaan karena gaya hidup

mencerminkan kebutuhan serta kebiasaan setiap individu yang mana bisa mempengaruhi cara pandang untuk memilih dan menggunakan layanan digital. Hal tersebut sejalan dengan hasil temuan yang dilakukan oleh Linnatunnisa and Safitri (2022); Nurfikri and Jahrizal (2019), bahwa gaya hidup memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Gaya hidup lebih menitikberatkan pada teknologi dan penggunaan perangkat digital dapat meningkatkan kemungkinan seseorang untuk menerima teknologi baru seperti *mobile banking*.

Pada pengujian secara simultan menghasilkan nilai  $f$  hitung sebesar 85,688 dengan nilai  $f$  tabel sebesar 2,64. Nilai tersebut memiliki arti jika ketiga variabel yaitu kemudahan, kualitas layanan, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan *mobile banking* bank syariah. Ketika bank syariah semakin meningkatkan sisi kualitas layanan digitalnya maka semakin meningkat keputusan Gen Z dalam menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah, hal ini berkaitan erat dengan gaya hidup Gen Z saat ini. Hal tersebut sejalan dengan dengan hasil temuan yang dilakukan oleh Khoirudin and Qalyubi (2021); Linnatunnisa and Safitri (2022), bahwa kemudahan dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terkait determinan keputusan dalam menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah, dapat disimpulkan bahwa dari ketiga variabel yaitu kemudahan, kualitas layanan, dan gaya hidup memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan *mobile banking* bank syariah. Hal ini sejalan dengan karakteristik responden yaitu Gen Z pengguna digital masa kini yang mengutamakan kenyamanan serta efisiensi. Selain itu, Gen Z sebagai nasabah bank syariah menilai keandalan dalam sistem dan kecepatan saat melakukan transaksi sebagai aspek penting dalam memilih untuk menggunakan *mobile banking*. Apabila dilihat dari fenomena yang terjadi pada masyarakat saat ini cenderung memiliki gaya hidup digital serta mobilitas tinggi sehingga masyarakat memilih untuk memanfaatkan layanan *mobile banking* untuk memudahkan dalam bertransaksi. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan adopsi *mobile banking* pada bank syariah sangat dipengaruhi oleh kombinasi faktor kemudahan, kualitas layanan, dan kesesuaian dengan gaya hidup nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arif, A. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. APJII. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Aryanto, A. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 212,9 Juta*. Infobrand. <https://infobrand.id/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-2129-juta-.phtml#:~:text=Berdasarkan laporan terbaru We Are,di Indonesia berkisar 202 juta.>
- Bawono, A. (2006). *Multivariate analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN salatiga press.
- BPS. (2023). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Malang (Jiwa), 2021-2023*. BPS Kota Malang. <https://malangkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/NTEjMg==/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kota-malang.html>
- Eudora, D., Rampen, C., and Sihotang, J. I. (2021). Analisis Penggunaan Layanan Mobile Banking Terhadap Transaksi Pembayaran Menggunakan Metode Extended TAM Analysis of Mobile Banking Service Usage Towards Payment Transactions Using Extended TAM. *Cogito Smart Journal*, 7(1).

- Fatimah, S. N., and Fathihani, F. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Locus of Control Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z pada Cashless Society. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(6), 868–877. <https://www.dinastirev.org/JIMT/article/view/1637>
- Ghozali, I., and Ratmono, D. (2017). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Eviews 10* (2nd ed.). BP UND IP.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., and Anderson, R. E. (2013). *Multivariate data analysis: Pearson new international edition PDF eBook*. Pearson Higher Ed.
- Hardiyanti, H. (2022). Pengaruh Pola Gaya Hidup Nasabah Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking di Kudus. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 335. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4596>
- Khoirudin, I. A., and Qalyubi, I. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Daun Lontar: Jurnal Budaya, Sastra, Dan Bahasa*, 7(1), 60–83.
- Kotler, P., and Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing sixteenth edition*. pearson.
- Lestari, N. R., and Rachmat, R. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan internet banking nasabah bank BRI di Surabaya. *Perbanas Journal of Business and Banking*, 8(1), 521131.
- Linnatunnisa, S., and Safitri, R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking Yang Dimediasi Sikap Pengguna. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*.
- Mayasari, S. (2023). *Sejumlah Bank Syariah Pacu Pertumbuhan Jumlah Pengguna Aplikasi Mobile Banking*. Kontan. <https://keuangan.kontan.co.id/news/sejumlah-bank-syariah-pacu-pertumbuhan-jumlah-pengguna-aplikasi-mobile-banking>
- Natalia, O., and Tesniwati, R. (2021). The Effect Of Perception Of Trust, Perception Of Ease Of Use, Perception Of Benefits, Perception Of Risk And Perception Of Service Quality On Interest In Using Mobile Banking Bank Independent In Bekasi City. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(5), 1722–1730. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i5.344>
- Nurfikri, A., and Jahrizal, J. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Teknologi terhadap Sikap dan Keputusan Penggunaan Kartu Kredit pada Bank Negara Indonesia Cabang Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 11(2), 242–257.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of Retailing*, 64(1), 12.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., and Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan skala Likert dan skala dikotomi pada kuesioner online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137.
- Prihanto, H., and Yuniati, R. (2021). Analisa Terhadap Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Penerapan Mobile Banking. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Pajak Dan Informasi (JAKPI)*, 1(1), 98–112. <https://doi.org/10.32509/jakpi.v1i1.1347>
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis statistik ekonomi dan bisnis dengan SPSS*. CV. Wade Group bekerjasama dengan UNMUH Ponorogo Press.
- Rahmatika, M. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Word Of Mouth Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking 2020 (Studi Kasus Nasabah Bri Kc Semarang). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 419–441. <http://103.114.35.30/index.php/Mas/article/view/6989>
- Sari, S. P., and Cristiana, S. (2021). Penerapan Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Pada Masa Pandemi Berbasis Data Google Trends. *Seminar Nasional & Call for Paper*, 1, 698–706. <https://www.ojk.go.id>
- Sharma, S. K., Govindaluri, S. M., Al-Muharrami, S., and Tarhini, A. (2017). A multi-analytical model for mobile banking adoption: a developing country perspective. *Review of International Business and Strategy*, 27(1), 133–148.
- Sugiyono, S. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. ALFABETA.

- Sulistianingsih, I., and Trishananto, Y. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Ulang E-Banking. *Indonesian Journal of Economics, Entrepreneurship and Innovation*, 2(1), 2721–8287. <https://doi.org/10.31960/ijoei.v2i1.1013>
- Widodo, A. R., & Ariandi, F. (2024). Pengaruh kemudahan, kepercayaan dan keamanan terhadap keputusan penggunaan mobile banking BCA di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, 1(4), 1–14
- Yu, D., and Sagae, K. (2019). UC Davis at SemEval-2019 Task 1: DAG semantic parsing with attention-based decoder. *Proceedings of the 13th International Workshop on Semantic Evaluation*, 119–124