FAKTOR FAKTOR YANG MEMENGARUHI CONTINUANCE INTENTION GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN BANK DIGITAL (STUDI PADA SEABANK DAN ATAU BANK JAGO)

FACTORS INFLUENCING GENERATION Z's INTENTION TO CONTINUANCE USING DIGITAL BANKS (A CASE STUDY OF SEABANK AND/OR BANK JAGO)

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam dari Program Studi Ekonomi Islam

Acc. Munaqasah
09/08/2026

Sofwan Hadikusuma, Lc., M.E.

Disusun oleh:

Nova Rahmawati

22423055

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

JURUSAN STUDI ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2026

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Nova Rahmawati
NIM	:	22423055
Program Studi	:	Ekonomi Islam
Fakultas	:	Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi	:	Faktor-faktor yang Memengaruhi Continuance Intention Generasi Z terhadap Penggunaan Bank Digital (Studi pada SeaBank dan Bank Jago).

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiasi atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 9 Agustus 2026



Nova Rahmawati

NOTA DINAS

NOTA DINAS

Yogyakarta, 09 Agustus 2026
25 *Shafar* 1448

Hal : Skripsi
Kepada : Yth. Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
Di-Yogyakarta

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukan Kaprodi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat Nomor: 576/Kaprodi/60/DAATI/FIAI/VII/2026 tanggal 3 Juli 2026 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi Saudara:

Nama Mahasiswa : Nova Rahmawati
Nomor Mahasiswa : 22423055
Mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam
Tahun Akademik : 2025/2026
Judul Skripsi : Faktor-faktor yang Memengaruhi Continuance Intention Generasi Z terhadap Penggunaan Bank Digital (Studi pada SeaBank dan atau Bank Jago).

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi Saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing,

Sofwan Hadikusuma, Lc., M.E.

REKOMENDASI PEMBIMBING

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama Mahasiswa	:	Nova Rahmawati
Nomor Mahasiswa	:	22423055
Judul Skripsi	:	Faktor-faktor yang Memengaruhi Continuance Intention Generasi Z terhadap Penggunaan Bank Digital (Studi pada SeaBank dan atau Bank Jago).

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dari hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Dosen Pembimbing Skripsi,



Sofwan Hadikusuma, Lc., M.E.

LEMBAR PENGESAHAN

FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiai@uii.ac.id
W. fiai.uii.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Tugas Akhir Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari	:	Rabu
Tanggal	:	26 Agustus 2026
Judul Tugas Akhir	:	Faktor-faktor yang Memengaruhi Continuance Intention Generasi Z terhadap Penggunaan Bank Digital (Studi pada Seabank dan atau Bank Jago)
Nama	:	NOVA RAHMAWATI
Nomor Mahasiswa	:	22423055

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI

Ketua/Pembimbing
Sofwan Hadikusuma, Lc, ME (.....)

Penguji 1
Muhammad Iqbal, SEI, MSI (.....)

Penguji 2
Anom Garbo, SEI, ME (.....)

Yogyakarta, 26 Agustus 2026
Fakultas Ilmu Agama Islam
Dekan

Dr. Drs. Asmuni, MA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala rahmat, hidayah, dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wasallam, yang senantiasa menjadi teladan dalam setiap langkah kehidupan.

Dengan penuh cinta dan rasa terima kasih, karya ini penulis persembahkan Orang tua tercinta, Bapak dan Ibu, terima kasih atas cinta yang tidak pernah berkurang, doa yang tidak pernah terputus, serta pengorbanan yang mungkin tidak selalu terlihat namun selalu terasa. Kalian adalah anugerah terbaik yang Allah berikan bagi penulis dan alasan untuk tetap bertahan di setiap lelah, tetap bangkit di setiap jatuh. Tidak ada kata yang cukup untuk menggambarkan betapa besar peran kalian dalam perjalanan ini. Terima kasih telah menjadi rumah, tempat pulang, dan alasan terbesar penulis untuk berjuang. Terima kasih telah bertanggung jawab penuh atas pendidikan, kehidupan, dan masa depan penulis. Semoga setiap lelah, air mata, doa, dan pengorbanan kalian menjadi amal yang terus mengalir, menjadi jalan menuju keberkahan, dan suatu hari nanti menjadi tiket bagi kalian menuju Jannah.

Kakak tercinta, Maria Putri Mahari dan Muhammad Riza Saputra. Terima kasih sudah menjadi saudara terbaik yang hadir dengan porsi yang berbeda dalam setiap perjalanan kehidupan penulis. Terima kasih untuk setiap perhatian, nasihat, dukungan, dan kasih sayang yang mungkin sering kali tidak terucap. Semoga kita selalu diberi kesempatan untuk tumbuh bersama, saling menjaga, dan saling menguatkan.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia, khususnya Program Studi Ekonomi Islam, atas ilmu dan bimbingan yang telah diberikan. Terima kasih atas kesabaran dan ketulusan dalam membimbing penulis selama masa perkuliahan. Secara khusus, terima kasih kepada Bapak Sofwan Hadikusuma, Lc., M.E., selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan arahan, dukungan, dan motivasi

dalam proses penyusunan tugas akhir ini. Semoga segala kebaikan yang Bapak berikan kepada penulis mendapat balasan terbaik dari Allah Subhanahu Wa Ta'ala.

Teruntuk teman-teman tercinta yang telah menjadi bagian dari perjalanan ini, terima kasih telah hadir, mendengarkan, membantu, dan menguatkan tanpa lelah. Terima kasih telah menjadi teman yang terbaik dalam hidup penulis, semua kebersamaan yang kita lalui menjadi kenangan yang sangat berarti dan tidak akan terlupakan. Semoga Allah senantiasa membalas segala kebaikan kalian dengan kesehatan, rahmat, keberkahan, dan kemudahan dalam menjalani kehidupan.

Terakhir, untuk diri penulis sendiri, terima kasih telah tetap melangkah meskipun seringkali merasa ragu , tetap bertahan meskipun sering merasa lelah, dan tetap berusaha ketika jalan terasa berat. Terima kasih telah melewati hari-hari yang tidak selalu mudah dan tetap memilih untuk tidak menyerah. Perjalanan ini bukan hanya tentang menyelesaikan skripsi, tetapi juga tentang belajar menjadi kuat, lebih sabar, dan percaya bahwa setiap proses memiliki waktunya sendiri. Terima kasih karena tidak berhenti, dan telah bertahan sejauh ini. Semoga hal-hal baik di luar sana akan terus menyertai penulis.

HALAMAN MOTTO

وَاَنْ لَّيْسَ لِلْاِنْسَانِ اِلَّا مَا سَعٰى

”Dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya.”

(*QS. An-Najm (53): 39*)

إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ، وَإِنَّمَا لِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى

”Sesungguhnya setiap perbuatan tergantung pada niatnya, dan setiap orang akan memperoleh sesuatu sesuai dengan apa yang ia niatkan.”

(HR. Bukhari dan Muslim)

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI CONTINUANCE INTENTION GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN BANK DIGITAL (STUDI PADA SEABANK DAN BANK JAGO)

NOVA RAHMAWATI

22423055

Pertumbuhan pesat transaksi bank digital di Indonesia menjadikan Generasi Z sebagai segmen pengguna paling aktif, namun karakter Generasi Z yang cenderung multi-homing dan mudah berpindah platform menjadikan continuance intention sebagai persoalan yang krusial bagi keberlangsungan bisnis bank digital. Penelitian ini bertujuan menguji dan menganalisis pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Religiusitas terhadap Continuance Intention Generasi Z dalam penggunaan bank digital SeaBank dan Bank Jago. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan metode survei terhadap 100 responden mahasiswa aktif Universitas Islam Indonesia yang dipilih melalui purposive sampling. Data dianalisis menggunakan Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan Perceived Usefulness berpengaruh positif dan signifikan terhadap Continuance Intention (koefisien jalur 0,438, t = 6,128, p = 0,000). Perceived Ease of Use juga berpengaruh positif dan signifikan (koefisien jalur 0,419, t = 6,053, p = 0,000), sedangkan Religiusitas berpengaruh positif namun tidak signifikan (koefisien jalur 0,111, t = 1,401, p = 0,161). Ketiga variabel secara simultan menjelaskan 42,9% variasi Continuance Intention (R^2 = 0,429). Temuan ini mengindikasikan bahwa keberlanjutan penggunaan bank digital konvensional pada Generasi Z lebih ditentukan oleh evaluasi rasional-fungsional dibanding nilai personal-religius, sejalan dengan fenomena pragmatisme digital Generasi Z. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis melalui integrasi TAM, Religiusitas berperspektif Maqasid al-Syariah, dan ECM-IS, serta kontribusi praktis bagi penyedia bank digital dan regulator dalam merancang strategi retensi pengguna muda..

Kata Kunci: Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Religiusitas, Continuance Intention, Bank Digital, Generasi Z

ABSTRACT

FACTORS INFLUENCING GENERATION Z's INTENTION TO CONTINUANCE USING DIGITAL BANKS (A CASE STUDY OF SEABANK AND/OR BANK JAGO)

NOVA RAHMAWATI

22423055

The rapid growth of digital banking transactions in Indonesia has positioned Generation Z as the most active user segment; however, their multi-homing tendency and ease of switching platforms make continuance intention a critical issue for the sustainability of digital banking businesses. This study aims to examine and analyze the influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Religiosity on the Continuance Intention of Generation Z in using the digital banking services SeaBank and Bank Jago. This study employs a quantitative explanatory approach using a survey method involving 100 active student respondents from Universitas Islam Indonesia selected through purposive sampling. Data were analyzed using Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4. The results show that Perceived Usefulness has a positive and significant effect on Continuance Intention (path coefficient 0.438, t = 6.128, p = 0.000). Perceived Ease of Use also has a positive and significant effect (path coefficient 0.419, t = 6.053, p = 0.000), while Religiosity has a positive but insignificant effect (path coefficient 0.111, t = 1.401, p = 0.161). The three variables simultaneously explain 42.9% of the variation in Continuance Intention ($R^2 = 0.429$). These findings indicate that the continuance of conventional digital banking usage among Generation Z is determined more by rational-functional evaluation than personal-religious values, consistent with the phenomenon of digital pragmatism among Generation Z. This study contributes theoretically through the integration of TAM, Religiosity viewed through the Maqasid al-Syariah perspective, and ECM-IS, as well as practically for digital banking providers and regulators in designing user retention strategies for younger generations.

Keyword: *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Religiosity, Continuance Intention, Digital Banking, Generation Z*

PEDOMAN TRANSLITERASI
KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor : 168 Tahun 1987

Nomor : 0643b/U/1987

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pendahuluan

Penelitian Transliterasi Arab – Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama. Badan Litbang Agama. Yang pelaksanaannya di mulai tahun anggaran 1983/1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu di bahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pemikiran para ahli agar dapat di jadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab – Latin memang dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab di pergunakan untuk menuliskan kitab Agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadist), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf Latin untuk menuliskan bahasanya. Karena Ketiadaan pedoman uang baku, yang dapat di pergunakan untuk umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab–Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara Nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah di bahas beberapa makalah yang disajikan oleh para Ahli, yang ke semuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut di bahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab – Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H.Sawabi Ihsan, M.A,

2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunai, 4) Prof. Dr. H. B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno, M.Ed.

Dalam pidato pengarahan tanggal 10 Maret 1986 pada seminar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya Ilmu Pengetahuan Keislaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengalaman agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman Transliterasi Arab–Latin yang baku telah lama di dambakan karena sangat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan Instansi lain yang ada hubungannya dengan kelekturan, sangat memerlukan pedoman yang baku tentang Transliterasi Arab-Latin yang dapat di jadikan acuan dalam penelitian dan pengalih huruf n, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda- beda. Usaha penyeragamannya sudah pernah di coba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat Islam di Indonesia. Oleh karena itu dalam usaha mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya pedoman Transliterasi Arab – Latin baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk di gunakan secara Nasional.

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman Transliterasi Arab – Latin ini di susun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Di Sempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar "satu fenom satu lambang".
3. Pedoman Transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumus Pedoman

Transliterasi Arab-Latin Hal-hal yang dirumuskan secara kongkret dalam pedoman Transliterasi Arab - Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf Syamsiyah dan Qomariyah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

A. Konsonan

Fenomena konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan literasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẑal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	s	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Komaterbalik (di atas)
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	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa arab, seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َيْ	Fathah dan ya	Ai	a dan i
◌َوْ	Fathah dan wau	Au	a dan u

C. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tabel 0.4 Transliterasi Maddah

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَا / ـَى	Fathah dan alif atau ya	A	A dan garis di atas
ـِي	Kasrah dan ya	I	I dan garis di atas
ـُو	Dhammah dan wau	U	U dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ Qāla
- قِيلَ Qīla
- يَقُولُ Yaqūlu

D. Ta'Marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua, yaitu:

a. Ta'marbutah hidup

   Ta'marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dhammah, transliterasi adalah "t".

b. Ta'marbutah mati

   Ta'marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

c. Kalau pada kata terakhir dengan ta;marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

   Contoh:

   - الرَّوْضَةُ الْمُنَوَّرَةُ Raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
   - الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ Al-madīnah al-munawwarah/ al-madīnatul munawwarah
   - طَلْحَةُ Talhah
   -

E. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ا ل, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "I" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang.

b. Kata sandang yangg diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamaroyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi yang terletak di Tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dlaam tulisan Arab berupa alif:

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuzu

- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isin maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannta dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar rāziqīn/
  Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-'ālamīn /
  Alhamdu lillāhi rabbil 'ālamīn
- الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahim

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jami-a

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Ta'ala atas segala limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Continuance Intention Generasi Z terhadap Penggunaan Bank Digital (Studi pada SeaBank dan Bank Jago)" dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wasallam, yang telah menjadi teladan bagi umat manusia dari zaman jahiliyah hingga menuju jalan yang terang benderang.

Penyusunan skripsi ini merupakan bagian dari proses akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menerima banyak dukungan, arahan, semangat, dan doa dari berbagai pihak sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

Sebagai bentuk penghargaan, penulis dengan penuh rasa syukur ingin menyampaikan terima kasih yang amat tulus kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajaran, penulis menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya atas kesempatan berharga yang diberikan kepada penulis untuk menimba ilmu di lingkungan yang menjadi ruang tumbuh yang bermakna dalam perjalanan penulis.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, M.A., selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam.
4. Ibu Dr. Siti Achiria, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam.
5. Bapak Sofwan Hadikusuma, Lc., M.E., selaku Dosen Pembimbing, yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan telah membimbing penulis. Setiap

arahan, masukan, dan waktu yang diberikan menjadi bagian penting dalam proses penyelesaian tugas akhir ini. Semoga segala kebaikan beliau menjadi amal jariyah yang terus mengalir dan membawa keberkahan.

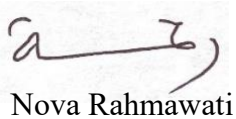
6. Seluruh dosen Program Studi Ekonomi Islam, yang telah menanamkan ilmu dengan penuh keikhlasan. Setiap pelajaran yang diberikan bukan hanya menjadi bekal akademik, tetapi juga menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis.
7. Orang tua tercinta, Bapak dan Ibu, terima kasih atas cinta yang tidak pernah berkurang, doa yang tidak pernah terputus, serta pengorbanan yang mungkin tidak selalu terlihat namun selalu terasa. Kalian adalah anugerah terbaik yang Allah berikan bagi penulis dan alasan untuk tetap bertahan di setiap lelah, tetap bangkit di setiap jatuh. Tidak ada kata yang cukup untuk menggambarkan betapa besar peran kalian dalam perjalanan ini. Terima kasih telah menjadi rumah, tempat pulang, dan alasan terbesar penulis untuk berjuang. Terima kasih telah bertanggung jawab penuh atas pendidikan, kehidupan, dan masa depan penulis. Semoga setiap lelah, air mata, doa, dan pengorbanan kalian menjadi amal yang terus mengalir, menjadi jalan menuju keberkahan, dan suatu hari nanti menjadi tiket bagi kalian menuju Jannah.
8. Kakak tercinta, Maria Putri Mahari dan Muhammad Riza Saputra. Terima kasih sudah menjadi saudara terbaik yang hadir dengan porsi yang berbeda dalam setiap perjalanan kehidupan penulis. Terima kasih untuk setiap perhatian, nasihat, dukungan, dan kasih sayang yang mungkin sering kali tidak terucap. Semoga kita selalu diberi kesempatan untuk tumbuh bersama, saling menjaga, dan saling menguatkan.
9. Kepada lelaki yang telah menjadi tempat penulis menemukan ketenangan ketika dunia terasa terlalu ramai, menjadi sandaran dan pendengar ketika isi kepala terlalu penuh untuk disimpan sendiri, menjadi penyemangat ketika langkah mulai kehilangan arah. Terima kasih telah hadir untuk tetap tinggal, mendengarkan, memahami, dan menguatkan disetiap langkah penulis. Kehadiranmu membuat banyak hal lebih ringan dan mudah untuk dilalui. Semoga semesta selalu berpihak dan memperlakukanmu dengan lembut, sebagaimana ketulusan yang telah diberikam kepada penulis.

10. Teman-teman tersayang, Nailan, Shali, Josa, Vira, Miqdad, Azka, Dita, Gina, Fasya, Mima, Zahra, Risa, seluruh teman Infinity, Turning 24, Three Little Mochis, KKN Unit 37 dan teman-teman penulis lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih telah hadir dengan tulus. Terima kasih atas waktu, perhatian, pelukan di saat lelah, serta tawa di tengah penat. Kalian bukan sekadar teman, tetapi menjadi keluarga yang Allah hadirkan dalam perjalanan ini.
11. Terakhir, untuk diri penulis sendiri, terima kasih telah tetap melangkah meskipun seringkali merasa ragu , tetap bertahan meskipun sering merasa lelah, dan tetap berusaha ketika jalan terasa berat. Terima kasih telah melewati hari-hari yang tidak selalu mudah dan tetap memilih untuk tidak menyerah. Perjalanan ini bukan hanya tentang menyelesaikan skripsi, tetapi juga tentang belajar menjadi kuat, lebih sabar, dan percaya bahwa setiap proses memiliki waktunya sendiri. Terima kasih karena tidak berhenti, dan telah bertahan sejauh ini. Semoga hal-hal baik di luar sana akan terus menyertai penulis.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat, serta menjadi bagian dari ikhtiar yang bernilai ibadah dan mendapatkan ridha Allah Ta'ala.

Wassalamualaikum Warohmatullahi Wabarakaatuh

Yogyakarta, 9 Agustus 2026



Nova Rahmawati

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ii
NOTA DINAS iii
REKOMENDASI PEMBIMBING iv
LEMBAR PENGESAHAN v
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
HALAMAN MOTTO viii
ABSTRAK ix
ABSTRACT x
PEDOMAN TRANSLITERASI xi
KATA PENGANTAR xx
DAFTAR ISI 1
BAB I PENDAHULUAN 5
A. Latar Belakang 5
B. Rumusan Masalah 10
C. Tujuan Penelitian 11
D. Manfaat Penelitian 11
E. Sistematika Penelitian 12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 13
A. Telaah Pustaka 13
B. Landasan Teori 20
C. Hipotesis 27
D. Kerangka Berpikir 29
BAB III METODE PENELITIAN 30
A. Desain Penelitian 30
B. Lokasi Penelitian 30
C. Waktu penelitian 30
D. Subjek dan Objek Penelitian 30
E. Populasi dan Sampel 31
F. Sumber Data 32
G. Teknik Pengumpulan Data 33

H. Definisi Operasional Variabel 33
I. Instrumen Penelitian 38
J. Teknik Analisis Data 39
BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN 42
A. Gambaran Umum 42
B. Deskripsi Profil Responden 43
C. Hasil Uji Analisis Data 46
BAB V PENUTUP 64
A. Kesimpulan 64
B. Saran 66
DAFTAR PUSTAKA 68
LAMPIRAN 72

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian 33
Tabel 3. 2 Skala Likert 38
Tabel 4. 1 Uji Loading Factor 46
Tabel 4. 2 Hasil Uji AVE 48
Tabel 4. 3 Hasil Uji HTMT 49
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas 50
Tabel 4. 5 Uji Koefisien Determinasi (R^2) 51
Tabel 4. 6 Hasil Uji Predictive Relevance (Q^2) 52
Tabel 4. 7 Hasil Uji Effect Size (f^2) 52
Tabel 4. 8 Uji Hipotesis (Path Coefficient - Bootstrapping) 54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir 29
Gambar 4. 1 Responden Berdasarkan Penggunaan Bank Digital 44
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Usia 44
Gambar 4. 3 Responden Berdasarkan Fakultas 45
Gambar 4. 4 Uji Hipotesis (Path Coefficient - Bootstrapping) 53

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan pesat pada teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam sektor keuangan dan perbankan. Salah satu inovasi keuangan yang paling terasa dampaknya yaitu kehadiran bank digital yang menyediakan layanan perbankan berbasis teknologi. Berdasarkan data Bank Indonesia (BI), transaksi perbankan digital tumbuh sebesar 40,1% secara tahunan (*year-on-year*/YoY). Pada November 2024, dengan nilai transaksi mencapai lebih dari Rp 73.000 triliun atau tumbuh 14,8% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada tahun 2025 Bank Indonesia memproyeksikan bahwa jumlah pengguna perbankan digital akan tumbuh sebesar 52,35% YoY, mayoritas didorong Generasi Z dan milenial. Angka ini menunjukkan bahwa teknologi digital semakin meluas dan menjadi preferensi utama dalam mengakses layanan keuangan, khususnya pada Generasi Z. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2024 mencatat tingkat inklusi keuangan Indonesia berada di angka 75,02% dengan target ambisius OJK sebesar 98% untuk mencapai inklusi keuangan pada tahun 2045 (OJK, 2024).

Generasi Z merupakan individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, dikenal sebagai generasi yang akrab dengan teknologi digital *(digital natives)* karena tumbuh seiring dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat, sehingga sangat terbiasa dengan penggunaan *Smartphone*, media sosial dan teknologi lainnya. Survei Ipsos (2025) menemukan bahwa Generasi Z dan Milenial merupakan pengguna paling aktif bank digital dengan rata-rata frekuensi 1 hingga 10 kali penggunaan per bulan meliputi aktivitas transfer, top-up, E-wallet, pembayaran QRIS, menabung dan pembayaran tagihan rutin. Populasi Generasi Z telah mendominasi dengan jumlah mencapai 74,93 juta jiwa atau 27,94% dari total populasi di Indonesia (BPS, 2023) menjadikan segmen potensial bagi layanan bank digital. Karakteristik Generasi Z sangat

kritis terhadap pengalaman pengguna teknologi menjadikan mereka kelompok yang sangat rentan melakukan churn atau berhenti menggunakan layanan apabila ekspektasi mereka tidak terpenuhi.

Di antara berbagai bank digital yang beroperasi di Indonesia, SeaBank dan Bank Jago merupakan dua aplikasi bank digital yang paling populer di kalangan Gen Z. SeaBank merupakan bagian dari ekosistem Sea Group (Shopee), sedangkan, Bank Jago merupakan bagian dari ekosistem Gojek dan Gopay. Menurut (Populix, 2024) dalam penelitian "Studi Analisis Ekosistem dan Persepsi Terhadap Bank Digital di Indonesia" menunjukkan bahwa SeaBank menempati peringkat pertama dengan market share sebesar 57%, kemudian Bank Jago menduduki peringkat kedua setelah SeaBank dengan persentase 36%. Alasan Generasi Z menggunakan bank digital salah satunya yaitu, biaya admin dan transfer rendah atau gratis, memberikan banyak promo/diskon/cashback, memudahkan pembayaran kebutuhan sehari-hari, bisa diakses di mana saja dan kapan saja. Artinya SeaBank dan Bank Jago memberikan manfaat dan kemudahan dalam penggunaannya. Pada akhir 2025, SeaBank mencatat 28 juta nasabah, sementara Bank Jago mencatat 18,2 juta nasabah. Popularitas SeaBank dan Bank Jago di kalangan Generasi Z menjadikan mereka sebagai objek penelitian yang relevan untuk dikaji lebih lanjut.

Fenomena menarik dibalik pertumbuhan tersebut adalah tingginya potensi churn di kalangan Gen Z. Generasi Z mengatakan bahwa mereka menggunakan lebih dari satu aplikasi bank digital secara bersamaan. Temuan ini memberikan gambaran bahwa Generasi Z memiliki ekspektasi yang tinggi dan spesifik terhadap layanan digital. Apabila ekspektasi tersebut tidak terpenuhi secara konsisten, Generasi Z cenderung meninggalkan layanan dan beralih ke alternatif lain. Kecenderungan ini sejalan dengan pola yang mulai teridentifikasi dalam literatur terkini sebagai pragmatism digital (digital pragmatism) Generasi Z, yaitu kecenderungan di mana pertimbangan utilitas (utility) dan kemudahan (convenience) lebih mendominasi keputusan transaksi finansial harian dibnading pertimbangan lain, termasuk pertimbangan doktrinal keagamaan

semata. Penelitian oleh (Izzaturrahman et al., 2025) menemukan bahwa meskipun mahasiswa memiliki kesadaran religiusitas yang tinggi, aspek praktis seperti kemudahan penggunaan, efisiensi biaya, dan integrasi layanan tetap menjadi pertimbangan utama dalam keputusan mereka menggunakan layanan finansial digital. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang mendorong Generasi Z untuk terus menggunakan bank digital setelah penggunaan pertama merupakan peristiwa yang penting dan strategis bagi keberlangsungan bisnis bank digital di Indonesia. Fakta ini secara tegas menunjukkan bahwa tantangan terbesar bank digital bukan lagi pada bagaimana menarik pengguna baru, melainkan pada bagaimana mempertahankan pengguna yang sudah ada agar terus menggunakan layanan secara berkelanjutan setelah penggunaan pertama.

Dalam kajian sistem informasi, perilaku pengguna untuk terus menggunakan suatu teknologi setelah penggunaan pertama dikenal sebagai continuance intention. (Bhattacherjee, 2001) mengembangkan Expectation Confirmation Model of Information Systems (ECM-IS) yang menegaskan bahwa continuance intention terbentuk ketika ekspektasi awal pengguna terkonfirmasi melalui pengalaman nyata pengguna sehingga menghasilkan kepuasan dan niat untuk terus menggunakan layanan. Teori ini secara konsisten terbukti lebih relevan dalam memprediksi keberhasilan jangka panjang suatu sistem informasi. ECM telah digunakan secara luas dalam penelitian continuance intention di berbagai layanan digital dan terbukti memiliki daya prediksi yang kuat. Ekspektasi Gen Z terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan menjadi kunci apakah mereka akan tetap menggunakan atau beralih ke kompetitor lain.

Untuk memahami faktor teknologi yang mempengaruhi continuance intention, penelitian ini menggunakan teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh (Davis, 1989). TAM mengidentifikasi dua konstruk utama, yaitu persepsi kemanfaatan *(perceived usefulness)* dan persepsi kemudahan *(perceived ease of use)*. Perceived usefulness mencerminkan keyakinan pengguna bahwa penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja dan produktivitasnya, sedangkan perceived ease of use mencerminkan

sejauh mana pengguna merasa bahwa teknologi tersebut mudah digunakan tanpa usaha lebih. Penelitian oleh (Olivia & Marchyta, 2022) mengonfirmasi bahwa kedua konstruk TAM memengaruhi continuance intention pada perbankan digital. Dalam lingkup Generasi Z, Perceived usefulness dan perceived ease of use menjadi relevan karena Generasi Z memiliki ekspektasi kemudahan dan manfaat yang tinggi terhadap SeaBank dan Bank jago.

Selain faktor kemudahan penggunaan dan persepsi kemanfaatan, faktor religiusitas juga perlu diintegrasikan, untuk mengetahui apakah religiusitas turut memengaruhi keputusan Generasi Z untuk tetap menggunakan SeaBank dan Bank Jago atau justru religiusitas tidak berpengaruh dalam continuance intention. Mengingat mahasiswa Universitas Islam Indonesia (UII) mayoritas muslim. Menurut (Glock & Stark, 1965) religiusitas didefinisikan sebagai tingkat kepatuhan terhadap ajaran agamanya. Perspektif ini dapat diperdalam melalui pendekatan Maqasid al-Shari'ah (tujuan-tujuan syariat), yang menekankan bahwa religiusitas dalam aktivitas ekonomi idealnya tercermin bukan hanya pada kepatuhan formal, melainkan pada terwujudnya kemaslahatan (maslahah) dan perlindungan harta (hifz al-mal) bagi penggunaannya, termasuk dalam pemanfaatan teknologi finansial digital.
(Indrarini, 2024) mengatakan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking. Religiusitas dapat menjadi faktor penting yang memengaruhi preferensi dan keputusan seseorang dalam memilih produk perbankan. Tingkat religiusitas seseorang dapat memengaruhi minat mereka dalam menggunakan produk keuangan. (Fauzi, 2024) membuktikan bahwa semakin tinggi religiusitas seseorang, semakin kuat pertimbangannya dalam menggunakan layanan keuangan digital. Namun demikian, sejumlah kajian lain justru menemukan pola sebaliknya dan literasi lebih dominan dibanding religiusitas semata, sehingga penting untuk diuji secara empiris pada objek SeaBank dan Bank Jago.

Masih terdapat kesenjangan ilmiah (gap) yang perlu di teliti. Pertama, penelitian oleh (Tulung, 2023) dengan judul "Dampak Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Perceived Value terhadap Niat Pengguna untuk

Terus Menggunakan ShopeePay." Dan penelitian oleh (Olivia & Marchyta, 2022) dengan judul "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kemanfaatan terhadap Niat untuk Tetap Menggunakan E-Wallet: Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan". Kedua penelitian tersebut mengkaji tentang pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap continuance intention E-wallet, belum ada penelitian yang mengkaji tentang continuance intention terhadap SeaBank dan Bank Jago. Maka celah ini penting untuk di kaji mendalam mengingat bahwa SeaBank dan Bank Jago sedang populer di kalangan Generasi Z untuk mengetahui pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap continuance intention Generasi Z pada bank digital (SeaBank dan Bank Jago).

Kedua, penelitian oleh (Indrarini, 2024) dengan judul "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Religiusitas terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah pada Masyarakat Kabupaten Sidoarjo". Penelitian oleh (Bagus et al., 2021) dengan judul "Faktor Pengetahuan dan Religiusitas Generasi Z Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah" membuktikan peran penting religiusitas dalam perbankan. Kedua penelitian tersebut hanya mengukur minat adopsi awal (adoption intention), yaitu niat seseorang pertama kali mencoba menggunakan layanan, bukan continuance intention yang mengukur niat untuk terus menggunakan layanan setelah penggunan pertama. Kedua penelitian tersebut belum mengkaji religiusitas dan perspektif Maqasid al-Shari'ah dan belum menyentuh bank digital konvensional seperti SeaBank dan Bank Jago yang tidak berlabel syariah. Maka celah penelitian ini penting dikaji untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap continuance intention pengguna SeaBank dan Bank Jago terutama pada segmen Generasi Z. Penelitian terdahulu yang dikaji tidak ada satupun yang secara spesifik mengkaji tentang penggunaan SeaBank dan Bank Jago. Maka celah penelitian tentang faktor-faktor continuance intention pada Gen Z terhadap SeaBank dan Bank Jago sangat penting untuk dikaji.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada responden Generasi Z pengguna SeaBank

dan Bank Jago di Universitas Islam Indonesia. Data di kumpulkan dan dianalisis menggunakan Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur, menguji, dan membuktikan secara statistik hubungan antara perceived usefulness, perceived ease of use, serta religiusitas terhadap continuance intention Generasi Z. sehingga menghasilkan temuan yang dapat digeneralisasikan dan dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Sugiyono, 2021).

Berdasarkan uraian fenomena, urgensi, dan research gap tersebut, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan penelitian sebelumnya secara simultan dengan mengintegrasikan variabel perceived usefulness dan perceived ease of use dari TAM (Davis, 1989), variabel religiusitas dari teori (Glock & Stark, 1965) sebagai variabel independen, serta continuance intention sebagai variabel dependen yang dilandasi teori ECM-IS (Bhattacherjee, 2001), dengan Generasi Z pengguna SeaBank dan Bank Jago sebagai objek penelitian. Dengan mengintegrasikan ketiga teori, peneilitian ini diharapkan mampu menghasilkan temuan yang relevan dan memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan strategi industri bank digital.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah perceived usefulness berpengaruh terhadap continuance intention Generasi Z dalam penggunaan bank digital SeaBank dan Bank Jago ?
2. Apakah perceived ease of use berpengaruh terhadap continuance intention Generasi Z dalam penggunaan bank digital SeaBank dan Bank Jago ?
3. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap continuance intention Generasi Z dalam penggunaan bank digital SeaBank dan Bank Jago ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh perceived usefulness terhadap continuance intention Generasi Z dalam penggunaan bank digital SeaBank dan Bank Jago.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh perceived ease of use terhadap continuance intention Generasi Z dalam penggunaan bank digital SeaBank dan Bank Jago.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh religiusitas terhadap continuance intention Generasi Z dalam penggunaan bank digital SeaBank dan Bank Jago

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada pengembangan sistem informasi, khususnya dalam kajian perilaku continuance intention pengguna teknologi perbankan digital pada segmen Generasi Z. kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada integrasi simultan tiga teori yaitu, TAM (Davis, 1989), Religiusitas (Glock & Stark, 1965), dan ECM-IS (Bhattacherjee, 2001) dalam satu model penelitian yang belum pernah dikaji sebelumnya dalam perbankan digital di Indonesia dengan fokus pada Generasi Z. Penelitian ini diharapkan memperkaya literatur yang ada dan menjadi refrensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji faktor-faktor penggunaan layanan keuangan digital dengan mempertimbangkan segmentasi generasi dan nilai personal pengguna.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi berbagai pihak. Temuan ini dapat membantu SeaBank dan Bank Jago dalam merancang strategi pemasaran yang terarah bagi Generasi Z. Bagi Otoritas Jasa Keuangan (OJK), penelitian ini dapat memberikan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan yang mendorong Generasi Z untuk terlibat dalam sektor keuangan digital, sekaligus mendukung target inklusi keuangan nasional 98% pada

tahun 2045. Bagi bank digital, penelitian ini menjadi acuan strategis dalam menyusun strategi komunikasi pemasaran yang lebih relevan dengan segmen Generasi Z sebagai pengguna masa depan layanan keuangan digital.

E. Sistematika Penelitian

Penulisan penelitian ini disusun dalam lima bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah yang mencakup fenomena pertumbuhan bank digital di Indonesia, permasalahan churn, fenomena SeaBank dan Bank Jago, serta identifikasi research gap. Selain itu juga memuat rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mencakup telaah pustaka, landasan teori (TAM, ECM-IS, religiusitas, Generasi Z, bank digital), hipotesis dan kerangka berpikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini mencakup desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV : ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan gambaran umum objek penelitian, deskripsi profil responden, hasil pengujian outer model yang meliputi uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan, dan uji reliabilitas, serta hasil pengujian inner model yang meliputi koefisien determinasi(R^2), predictive relevance (Q^2), effect size (f^2), dan uji hipotesis melalui bootstraping. Selain itu, bab ini menyajikan pembahasan hasil penelitian terhadap hipotesis yang telah dirumuskan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang menjawab setiap rumusan masalah berdasarkan analisis data, serta memberikan saran bagi SeaBank dan Bank Jago, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan peniliti selanjutnya.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

A. Telaah Pustaka

Penelitian yang dilakukan oleh (Olivia & Marchyta, 2022) dengan judul "Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan yang Dirasakan terhadap Niat Berkelanjutan Penggunaan E-wallet: Peran Intervensi Kepuasan Pelanggan". Penilitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepuasan pelanggan terhadap niat berkelanjutan penggunaan E-wallet. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap niat berkelanjutan, persepsi kemanfaatan tidak secara langsung memengaruhi niat berkelanjutan tetapi memiliki pengaruh positif tidak langsung melalui kepuasan pelanggan. Persamaan penelitian mengkaji perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap continuance intention, variabel continuance intention sebagai dependen. Perbedaan penelitian objek penelitian E-wallet, tidak mengkaji religiusitas.

Penelitian yang dilakukan oleh (Hafizh et al., 2024) dengan judul "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Berkelanjutan dalam Adopsi Pembayaran digital Linkaja" penilitian ini bertujuan untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi niat berkelanjutan dalam menggunakan LinkAja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan secara signifikan mempengaruhi niat untuk terus menggunakan LinkAja. Persamaan penelitian mengkaji kemudahan penggunaan terhadap continuance intention, variabel continuance intention sebagai dependen. Perbedaan penelitian objek LinkAja, tidak mengkaji perceived usefulness dan religiusitas.

Penelitian yang dilakukan oleh (Nguyen & Dao, n.d.) dengan judul "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat untuk Terus Menggunakan Mobile Banking: Model ECM yang Diperluas dengan Peran Moderasi Kepercayaan". Penelitian ini bertujuan penelitian ini untuk menegksplorasi dampak adaptasi pengguna termasuk persepsi kegunaan, efikasi diri dan norma subjektif terhadap niat

berkelanjutan terhadap perbankan digital Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perceived usefulness berpengaruh terhadap continuance intention. Persamaan penelitian mengkaji perceived usefulness terhadap continuance intention, variabel continuance intention sebagai dependen. Perbedaan penelitian mobile banking umum, tidak mengkaji religiusitas.

Penelitian yang dilakukan oleh (Indraweari et al., 2025) dengan judul "Faktor-faktor yang Menentukan Adopsi Teknologi Aplikasi Perbankan (Wondr by BNI)". Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh persepsi kemudahaan penggunaan dan persepsi kegunaan terhadap niat berkelanjutan pengguna aplikasi Wondr by BNI, dengan kepercayaan dan kepuasan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif melibatkan 400 responden. Data dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif dan SEM-PLS. Hasil penelitian menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap masing-masing variabel. Persamaan penelitian mengkaji perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap continuance intention, menggunakan metode SEM-PLS. Perbedaan penelitian objek penelitian Wondr by BNI.

Penelitian yang dilakukan oleh (Indrarini, 2024) "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Religiusitas, dan Kepercayaan terhadap Minat Pengguna Mobile Banking Bank Syariah pada masyarakat Kabupaten Sidoarjo". Penelitian ini bertujuan untuk untuk menguji Persepsi kemudahan penggunaan, Religiusitas dan Kepercayaan terhadap Minat penggunaan Mobile Banking Bank Syariah pada masyarakat Kabupaten Sidoarjo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif melalui pendekatan asosiatif dengan jumlah 170 responden. Teknik analis data menggunakan Structural Equation Modelling-Partial Least Square (SEM-PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Mobile Banking Bank Syariah. Religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan Mobile Banking Bank Syariah. Religiusitas mempengaruhi

tindakan dari masyarakat untuk menggunakan produk layanan mobile banking. Persamaan penelitian mengkaji perceived ease of use dan religiusitas, metode SEM-PLS, religiusitas sebagai variabel independen. Perbedaan penelitian objek penelitiaan mobil banking syariah, variabel dependen bukan continuance intention.

Penelitian yang dilakukan oleh (Nurmajid et al., 2023) "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan, Keandalan dan Religiusitas pada Pengguna Mobile Banking Bank Syariah Indonesia". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, kemanfaatan, keandalan, dan religiusitas pada penggunaan mobile banking bank syariah Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini convenience sampling dengan jumlah 127 responden, dengan menggunakan teknik analisis data Structural Equational Modelling Partial Least Square (SEM-PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan religiusitas berpengaruh positif pada penggunaan mobile banking. Sementara itu persepsi kemanfaatan tidak berpengaruh pada penggunaan mobile banking. Perceived ease of use, perceived usefulness, dan religiusitas, SEM-PLS, Religiusitas sebagai variabel independen. Perbedaan penelitian objek penelitian mobile banking syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh (Friska, 2026) dengan judul "Analisis Minat Penggunaan QRIS secara Berkelanjutan di kalangan Generasi Z: Mengintegrasikan TAM dan ECM dengan Kepercayaan dan Persepsi Risiko sebagai Moderator". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak nilai yang dirasakan dan kualitas layanan terhadap niat penggunaan berkelanjutan QRIS di kalangan Generasi Z, dengan kepuasan pengguna sebagai variabel mediasi, dan kepercayaan serta risiko yang dirasakan sebagai variabel moderasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini pendekatan kuantitatif dengan jumlah 240 responden, data dianalisis menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai yang dirasakan dan kualitas layanan sama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Selain itu, nilai yang dirasakan dan kepuasan pengguna

secara signifikan memengaruhi niat penggunaan berkelanjutan. Namun, kepercayaan dan risiko yang dirasakan tidak memoderasi hubungan antara kepuasan pengguna dan niat penggunaan berkelanjutan. Persamaan penelitian mengkaji continuance intention pada generasi z, mengintegrasikan TAM dan ECM. Perbedaan penelitian objek penelitian menggunakan Qris, tidak mengkaji perceived usefulness, perceived ease of use dan religiusitas secara langsung.

Penelitian yang dilakukan oleh (Nurahmasari et al., 2023) dengan judul "Minat Menggunakan Layanan Perbankan Digital di Kalangan Generasi Z di Indonesia Berdasarkan Model Penerimaan Teknologi (TAM)". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, dan self-efficacy dalam niat konsumen untuk menggunakan layanan perbankan digital berdasarkan Technology Acceptance Model (TAM). Metode yang digunakan dalam penelitian ini pendekatan kuantitatif dengan jumlah 150 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa perceived usefulness menunjukkan pengaruh yang besar terhadap sikap dan niat untuk menggunakan layanan perbankan digital, dibandingkan dengan perceived ease of use dan *self-efficacy.* Persamaan penelitian mengkaji perceived usefulness dan perceived ease of use pada generasi z. perbedaan penelitian variabel dependen adopsi awal bukan continuance intention, tidak mengkaji religiusitas.

Penelitian yang dilakukan oleh (Dhiza, 2026) dengan judul "Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan bank digital seabank pada generasi z dan milenial". Penellitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan bank digital SeaBank pada generasi Z dan Milenial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini pendekatan kuantitatif dengan jumlah 338 responden, analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Selanjutnya

kepercayaaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Persamaan penelitian mengkaji perceived ease of use dan perceived usefulness, objek penelitian SeaBank dan subjek penelitian gen z. perbedaan penelitian variabel dependen minat adopsi awal bukan continuance intention, tidak mengkaji religiusitas.

Penelitian yang dilakukan oleh (David et al., 2025) dengan judul "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Perceived Security terhadap Continuance Intention melalui Trust". Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Perceived usefulness, Perceived ease of use, dan Perceived security terhadap Continuance Intention dalam menggunakan layanan bank digital SeaBank, dengan Trust sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 270 responden pengguna aktif SeaBank. Analisis data dilakukan menggunakan teknik Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) melalui SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perceived usefulness ($\beta = 0{,}298$; $p < 0{,}001$), Perceived ease of use($\beta = 0{,}231$; $p < 0{,}001$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Trust. Namun, Perceived usefulness dan Perceived ease of use tidak berpengaruh langsung terhadap Continuance Intention. Persamaan penelitian mengkaji perceived usefulness dan perceived ease og use terhadap continuance intention, objek penelitian SeaBank, variabel continuance intention sebagai dependen. Perbedaan penelitian tidak menkaji religiusitas dan tidak spesifik generasi z.

Penelitian oleh (Rahmawati & Rosa, 2024) dengan judul "Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital DANA (Studi Kasus pada Generasi Z di Kota Palembang)". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital Dana pada Generasi Z Kota Palembang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan

signifikan terhadap variabel minat menggunakan. Persamaan penelitian mengkaji perceived usefulness dan perceived ease of use, segmen gen z menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah responden 100. Perbedaan penelitian objek penelitian dana (e-wallet), variabel dependen adopsi awal bukan continuance intention, tidak mengkaji religiusitas.

Penelitian yang dilakukan oleh (Vaddhano, 2023) dengan judul "Niat Berkelanjutan Aplikasi Mobile Banking di Indonesia : Model TAM-Delone dan Mclean Terintegrasi Machine". Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan niat keberlanjutan penggunaan aplikasi perbankan digital dengan menggunakan model penerimaan teknologi (TAM) terintegrasi dan model keberhasilan sistem informasi Delone dan Mclean. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif analisis data menggunakan PLS-SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan yang dirasakan berpengaruh positif terhadap niat berkelanjutan untuk menggunakan aplikasi perbankan digital. Persamaan penelitian mengkaji perceived usefulness terhadap continuance intention, variabel continuance intention sebagai dependen, analisis data menggunakan SEM-PLS. Perbedaan penelitian mengintegrasikan TAM dengan model DeLone & McLean.

Penelitian yang dilakukan oleh (Ubaidillah et al., 2023) dengan judul "Continuance Intention pada Aplikasi Mobile Payment dengan Menggunakan Extended Expectation Confirmation Model". Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat melanjutkan penggunaan aplikasi mobile payment pada masa new normal setelah pandemik COVID-19, dengan menggunakan pendekatan Extended Expectation Confirmation Model (EECM). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jumlah 406 responden, analisis data menggunakan SEM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Perceived Usefulness tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Continuance Intention. Persamaan penelitian mengkaji perceived usefulness terhadap continuance intention, variabel continuance intention sebagai dependen.

Perbedaan penelitian terletak pada objek penelitian yang menggunakan mobile payment, menggunakan teori EECM.

Penelitian oleh (Virgiawan et al., 2024) dengan judul "The Impact of Religiosity and User Perceptions on Mobile Payment Adoption Among Atudents at Islamic Universitas in Yogyakarta". Penelitian bertujuan untuk menganalisis persepsi kegunaan (PU), persepsi kemudahan penggunana (PEU), persepsi keamanan (PS), dan religiusitas terhadap minat mahasiswa Universitas Islam di Yogyakarta dalam menggunakan layanan pembayaran digital melalui Technology Acceptance Model (TAM). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan (PU) secara signifikan dan positif memengaruhi adopsi pembayaran digital, menyoroti peran pentingnya dalam memengaruhi keputusan adopsi mahasiswa. persepsi kemudahan penggunaan (PEU) dan religiusitas (R) menunjukkan pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap adopsi pembayaran seluler. Persamaan penelitian mengkaji perceived usefulness, perceived ease of use, dan religiusitas, mahasiswa UII, Metode SmartPLS. Perbedaan penelitian objek penelitian mobile payment, variabel dependen minat adopsi bukan continuance intention, terdapat variabel perceived security.

Penelitian yang dilakukan oleh (N & Sutarso, 2021) dengan judul "Peran Kepercayaan, Manfaat dan Religiusitas dalam Meningkatkan Niat Menggunakan Kembali Dompet Digital". Penelitian ini bertujuan untuk menguji sejauh mana pengaruh kepercayaan, manfaat yang dirasakan terhadap niat menggunakan kembali dengan moderasi religiusitas pada layanan dompet digital (digital wallet). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan manfaat yang dirasakan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan kembali. Peran religiusitas memoderasi hubungan antara kepercayaan terhadap niat menggunakan kembali. Persamaan penelitian mengkaji perceived usefulness dan religiusitas. Perbedaan penelitian objek penelitian dompet digital, religiusitas sebagai moderator bukan variabel independen langsung.

B. Landasan Teori

Penelitian ini didasarkan pada tiga landasan teori yang saling melangkapi. Pertama, teori Technology Acceptance Model (TAM) dari (Davis, 1989) yang menjadi landasan variabel perceived usefulness (X1) dan perceived ease of use (X2). Kedua, teori Religiusitas dari (Glock & Stark, 1965) yang menjadi landasan variabel religiusitas (X3). Ketiga, teori Expectation Confirmation Model of Information Systems (ECM-IS) dari (Bhattacherjee, 2001) yang menjadi landasan variabel continuance intention (Y). Ketiga teori ini membentuk kerangka konseptual dalam mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku Generasi Z pada bank digital.

1. Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu teori yang paling berpengaruh dalam sistem informasi yang dikembangkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1989. Teori ini diadaptasi dari Theory of Reasoned Action (TRA) yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishben (1980). Technology Acceptance Model (TAM) sebuah teori yang menjelaskan variabel-variabel yang memengaruhi niat konsumen untuk menerima suatu sistem teknologi. Teori ini dikembangkan untuk menjelaskan mengapa sebagian individu bersedia menerima, menggunakan, atau mengimplementasikan teknologi tersebut dalam kehidupan sehari-hari, sementara sebagian lainnya cenderung tidak memiliki keinginan.

Dalam teori ini, persepsi kemanfaatan (perceived usefulness) dan persepsi kemudahan (perceived ease of use) sebagai kunci utama dalam memengaruhi sikap atau keinginan seseorang untuk menggunakan teknologi. Persepsi kemanfaatan (perceived usefulness) sebagai penilaian individu terhadap keyakinan bahwa penggunaan teknologi mampu meningkatkan efektivitas maupun kualitas kinerja mereka. Sementara persepsi kemudahan (perceived ease of use) sebagai penilaian individu sejauh mana suatu teknologi mudah dipahami, dipelajari, dan digunakan.

a. Kemanfaatan yang Dirasakan (Perceived Usefulness)

Menurut (Davis, 1989) perceived usefulness didefinikan sebagai tingkat keyakinan pengguna bahwa suatu sistem mudah dipelajari, mudah dioperasikan serta dapat meningkatkan kinerja dalam pekerjaannya. Menurut (Jogiyanto, 2007) Perceived usefulness adalah suatu keyakinan individu dalam proses saat akan mengambil suatu keputusan, dimana individu memiliki rasa kepercayaan bahwa sistem informasi/teknologi tersebut memberikan manfaat, maka individu akan menggunakan sistem tersebut. Sementara (Wang dan Li, 2016) menjelaskan bahwa setiap pengguna akan dapat merasakan kegunaan yang dirasakan ketika teknologi yang digunakan dapat digunakan di mana saja dan kapan saja. Perceived usefulness merujuk pada pandangan seseorang bahwa sistem yang digunakan dapat memberikan keuntungan yang jelas (Yulianti, 2025). Oleh karena itu, semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna terhadap layanan perbankan dalam melakukan transaksi digital, maka semakin tinggi pula keinginan mereka untuk menerima inovasi transaksi non-tunai. Menurut (Davis, 1989) dalam (Chi, 2018) perceived usefulness terdapat empat indikator:

a. Peningkatan kinerja
b. Peningkatan produktivitas
c. Kecepatan penyelesain tugas
d. Peningkatan Efektivitas

b. Kemudahan yang Dirasakan (Perceived Ease of Use)

Menurut (Jogiyanto, 2007) perceived ease of use yaitu sebagai tingkat keyakinan pengguna bahwa penggunaan suatu sistem teknologi informasi dapat dilakukan dengan mudah dan tidak memerlukan banyak waktu, perceived ease of use juga berkaitan dengan waktu dan upaya yang dibutuhkan pengguna dalam mengoperasiakn suatu sistem untuk mencapai tujuan penggunaan yang diharapkan. Menurut (Davis, 1989) perceived ease of use didefinikan sebagai tingkat keyakinan pengguna bahwa suatu sistem mudah dipelajari, mudah dioperasikan, serta tidak

membutuhkan banyak usaha saat digunakan. Menurut (Krempel & Beyerer, 2014) perceived ease of use adalah seberapa jauh individu beranggapan bahwa suatu sistem atau teknologi dapat digunakan dengan mudah. Sementara (Wang, 2019) berpendapat bahwa definisi kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah penggunaan yang digunakan sebagai ukuran sejauh mana pengguna di masa mendatang menganggap bahwa sistem tersebut tidak memiliki hambatan. Perceived ease of use yaitu sebuah keyakinan saat proses mengambil keputusan. Jika pengguna mempercayai sistem teknologi mudah saat digunakan maka individu akan tertarik untuk memakai sistem tersebut (Jogiyanto, 2007). Dalam layanan digital banking, kemudahan navigasi dan antarmuka menjadi kunci utama. Oleh karena itu, semakin mudah suatu aplikasi digunakan, semakin tinggi pula minat seseorang untuk memanfaatkannya sebagai alat pendukung aktivitasnya (Putri et al., 2026). Menurut (Davis, 1989) dalam (Hubert, 2017) perceived ease of use terdapat empat indikator:

a. Kemudahan belajar
b. Kemudahan memenuhi keinginan
c. Kemudahan menguasai
d. Kemudahan bertransaksi

2. Religiusitas

Teori religiusitas yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari (Glock & Stark, 1965). Religiusitas merupakan motivasi utama yang memengaruhi keputusan dalam memilih layanan keuangan berbasis prinsip syariah. (Glock & Stark, 1965) mendefinisikan religiusitas sebagai keseluruhan sistem kepercayaan, perasaan, dan perilaku yang mencerminkan komitmen seorang terhadap agamanya. Menurut (Piolita Zulfa, 2024) religiusitas diartikan sebagai cerminan sejauh mana individu pemeluk suatu agama meyakini, memahami, menghayati dan mengamalkan agamanya serta mengikutinya dalam segala aspek kehidupan sehari-hari

termasuk aspek finansial. Menurut (Glock & Stark, 1965) dalam (Murobbi, n.d.) terdapat lima pengukuran dimensi:

a. Dimensi Keyakinan *(ideological dimension)* yaitu keyakinan terhadap pokok ajaran agama.
b. Dimensi Praktik agama *(ritualistic dimension)* yaitu pelaksanakan ibadah seperti shalat, puasa, dan zakat yang mencerminkan ketaatan terhadap aturan agama.
c. Dimensi Pengalaman *(experiential dimension)* yaitu menilai sebuah perasaan, persepsi, dan juga sensasi yang dialami seseorang terhadap esensi ketuhanan.
d. Dimensi Pengetahuan *(intellectual dimension)* yaitu tingkat pengetahuan seorang muslim tentang ajaran-ajaran pokok agama.
e. Dimensi Konsekuensi *(consequential dimension)* yaitu menilai pada sebuah keyakinan tentang motivasi dari ajaran agamanya dalam kehidupan bersosial terhadap perilaku sehari-hari.

Kelima dimensi religiusitas (Glock & Stark, 1965) di atas dapat diperdalam melalui perspektif Maqasid al-Shari'ah (tujuan-tujuan syariat), yang memberikan kerangka etis tambahan dalam menilai perilaku konsumsi ekonomi umat islam, termasuk konsumsi layanan keuangan digital. (Ashur, 2001) merumuskan bahwa tujuan tertinggi syariat dalam bidang muamalah (termasuk aktivitas ekonomi dan keuangan) adalah terwujudnya maslahah (kemaslahatan) dan hifz al-mal (pemeliharan/perlindungan harta) bagi setiap individu. (Dusuki & Abdullah, n.d.) menegaskan bahwa maslahah dalam konteks ini tidak terbatas pada kepatuhan formal terhadap simbol syariah semata, melainkan pada sejauh mana suatu produk atau layanan benar-benar memberikan manfaat, keadilan, dan perlindungan bagi penggunanya.

Dalam teknologi finansial (fintech), (Omar & Rahman, 2021) mengembangkan analisis konseptual yang menegaskan bahwa evaluasi Maqasid al-Shari'ah terhadap suatu layanan keuangan digitasl semestinya melampaui sekadar status "syariah vs konvensional" pada

label produk, dan lebih menekankan pada substansi kemaslahatan yang dirasakan pengguna, termasuk kemudahan akses, transparansi biaya, dan perlindungan terhadap kepentingan finansial pengguna. Pandangan ini diperkuat oleh (Bashori, 2024) dalam model ekonomi digital berbasis Maqasid al-Shari'ah, yang menyatakan bahwa transformasi digital sektor keuangan perlu dievaluasi dari sejauh mana ia mendukung integrasi dan keberlanjutan kemaslahatan ekonomi umat, bukan semata dari atribut formal keislaman produk.

Perspektif ini menjadi dasar argumentasi teoritis bahwa perilaku konsumsi finansial digital Generasi Z Muslim, termasuk keputusan mereka mempertahankan penggunaan SeaBank dan Bank Jago, idealnya dapat dipahami secara lebih utuh melalui dua sisi: sisi kepatuhan doktrinal (yang diukur melalui lima dimensi Glock dan Stark) dan sisi substansi kemaslahatan (Maqasid al-Shari'ah). Kerangka gabungan ini memperkaya landasan teoretis variabel Religiusitas (X3) dalam penelitian ini.

3. *Teori Expectation Confirmation Model* (ECM)

Expectation Confirmation Model (ECM) merupakan model yang dikembangkan oleh (Bhattacherjee, 2001) untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi niat pengguna untuk melanjutkan penggunaan sistem informasi setelah adopsi awal. Model ini diadaptasi dari *Expectation-Confirmation Theory* (ECT) yang berasal dari literatur perilaku konsumen (Olivier, 1980) dan diintegrasikan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) dari (Davis, 1989).

Dalam penelitiannya yang berjudul *Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model*. (Bhattacherjee, 2001) mengusulkan ECM sebagai model untuk memprediksi teknologi continuance berdasarkan kesesuaian antara keputusan individu untuk terus menggunakan teknologi dan keputusan pelanggan untuk melakukan pembelian berulang. ECM menekankan bahwa continuance intention terbentuk melalui tiga konstruktur utama yaitu, confirmation (konfirmasi

ekspektasi), perceived usefulness (penilaian pasca-penggunaan terhadap manfaat), dan satisfaction (kepuasan sebagai respon aktif pengguna).

a. Continuance Intention

Continuance intention adalah sejauh mana pengguna memiliki niat untuk terus menggunakan teknologi informasi setelah penggunaan sistem pertama kali dan setelah merasakan manfaat dari sistem tersebut (Hsu & Lin, 2015). *Continuance intention* pada aplikasi bank digital didefinisikan sebagai niat individu untuk menggunakan aplikasi secara berulang (Amoroso & Lim, 2017; Olivia & Marchyta, 2022). (Limayem et al., 2007) mendefinisikan niat berkelanjutan sebagai perilaku pasca-adopsi.

Continuance intention adalah tahapan lanjutan setelah penerimaan awal suatu teknologi. Pengguna akan membentuk penilaian setelah pertama kali menggunakan sistem. Apabila mereka merasakan manfaat dari penggunaan sistem tersebut, maka akan timbul kepuasan terhadap layanan yang diberikan sehingga mendorong keinginan untuk terus menggunaakn sistem tersebut (Bhattacherjee, 2001). Selain itu, (Amoroso & Lim, 2017; Olivia & Marchyta, 2022) menyatakan bahwa continuance intention merujuk pada tingkat keinginan individu untuk terus mempertahankan perilaku tertentu secara berkelanjutan. Menurut (Bhattacherjee, 2001) terdapat tiga indikator continuance intention:

1. Niat melanjutkan
2. Preferensi berkelanjutan
3. Tidak berniat berhenti/ ingin terus menggunakan

4. Generasi Z

Menurut (BPS, 2023) Generasi Z yang lahir antara tahun 1997-2012 mendominasi dengan jumlah sekitar 74,93 juta jiwa 27,94% dari total penduduk Indonesia. Generasi Z merupakan kelompok masyarakat yang lahir dan tumbuh di era digital, telah menjadi pengguna terbesar dalam memanfaatkan layanan teknologi keuangan *(fintech)* di Indonesia. Kehadiran Generasi Z tidak hanya menunjukkan adopsi teknologi yang

tinggi, tetapi juga menggambarkan pergeseran pola perilaku keuangan masyarakat yang semakin bergantung pada solusi berbasis digital untuk memenuhi kebutuhan transaksi dan pengelolaan keuangan (Ida, 2025).

5. Bank Digital

Bank digital adalah istilah umum yang mencakup semua layanan yang terkait dengan perbankan online dan lembaga keuangan (Asja et al., 2021). Bank digital merupakan bentuk transformasi layanan keungan yang memungkinkan nasabah melakukan seluruh aktivitas perbankan secara daring tanpa perlu hadir ke kantor (Afghani & Yulianti, 2017). Menurut forbes, bank digital merujuk pada layanan dan produk keuangan yang dapat daikses secara fleksibel oleh nasabah kapan saja dan dimana saja, karena berbasis pada teknologi internet dan platform digital. Sementara itu, istilah bank digital merajuk pada lembaga perbankan yang menyediakan seluruh proses dan layanan perbankan melalui situs web maupun aplikasi berbasis elektronik (Riska Selvia et al., 2025).

a. SeaBank

SeaBank adalah salah satu bank digital yang berkembang pesat di Indonesia. SeaBank merupakan bank digital milik PT SeaBank Indonesia yang dirilis februari 2021. Sebagai bagian dari ekosistem shopee, SeaBank menawarkan layanan perbankan berbasis aplikasi yang mudah digunakan, serta fitur integrasi langsung dengan platform *e-commerce* (Amelia et al., 2025). Daya tarik SeaBank terletak pada registrasi yang cepat, bebas biaya administrasi, suku bunga kompetitif (Yulianti, 2025). Berdasarkan data dari laporan SeaBank Indonesia (2023) hingga akhir 2025, SeaBank telah menghimpun 28 juta nasabah, dengan rata-rata lebih dari 12 juta transaksi harian dan perputaran dana mencapai lebih dari Rp 5 triliun per hari. Total aset SeaBank mencapai Rp 44,4 triliun dengan Dana Pihak Ketiga (DPK) sebesar Rp 34,8 triliun.

a. Bank Jago

Bank Jago adalah transformasi dari bank swasta PT Bank Artos Indonesia yang berdiri pada 1992. Kemudian pada tahun 2020, secara resmi menjadi PT Bank Jago Tbk. Pada akhir 2021, Gojek menjadi investor terbesar Bank Jago sebesar 22,16% melalui PT Dompet Karya Anak Bangsa (GoPay). Fitur andalan Bank Jago adalah sistem kantong (pocket) yang memungkinkan nasabah membuat beberapa kantong dana dengan tujuan berbeda-beda. Sehingga membantu pengguna mengelola keuangan pribadi secara lebih terstruktur dan disiplin. Bank Jago juga terintegrasi dengan berbagai platform digital ekosistem GoTo seperti Gojek, GoPay, dan TokoPedia, serta platform investasi bibit. Hingga akhir 2025, Bank Jago melayani 18,2 juta nasabah, termasuk 14,2 juta nasabah merupakan pengguna yang aktif. DPK Bank Jago mencapai Rp 25,9 triliun dengan total aset Rp 28,5 triliun.

C. Hipotesis

Berdasarkan kajian pustaka dan tinjauan teori di atas, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Continuance Intention

Penelitian oleh (Vaddhano, 2023), (Poromatikul et al., 2021), (Indraweari et al., 2025) dan (Nguyen & Dao, n.d.) menyatakan bahwa perceived usefulness berpengaruh positif signifikan terhadap niat berkelanjutan menggunakan aplikasi mobile banking. Penelitian oleh (N & Sutarso, 2021) dan (Rahmawati & Rosa, 2024) membuktikan bahwa perceived usefulness berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkelanjutan menggunakan aplikasi E-wallet. Menurut (David et al., 2025) dan (Nurahmasari et al., 2023) membuktikan bahwa perceived usefulness berpengaruh positif signifikan terhadap continuance intention menggunakan Bank digital. Bahwa pengguna yang merasakan manfaat nyata cenderung memiliki niat lebih tinggi untuk terus menggunakan aplikasi tersebut. Semakin tinggi perceived usefulness maka semakin banyak pengguna yang melanjutkan penggunaan aplikasi. Namun,

penelitian oleh (Ubaidillah et al., 2023) menyatakan bahwa perceived usefulness tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Continuance Intention aplikasi mobile payment.

H1 : Perceived Usefulness memiliki pengaruh positif terhadap Continuance Intention SeaBank dan Bank Jago

2. Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Continuance Intention

Menurut (Vaddhano, 2023), (Nurmajid et al., 2023) dan (Indraweari et al., 2025) membuktikan bahwa perceived ease of use memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkelanjutan menggunakan aplikasi mobile banking. Penelitian oleh (Rahmawati & Rosa, 2024) (Hafizh et al., 2024) dan (Olivia & Marchyta, 2022) membuktikan bahwa perceived ease of use memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkelanjutan menggunakan E-Wallet. Penelitian oleh (David et al., 2025) membuktikan bahwa perceived ease of use berpengaruh positif dan signifikan terhadap continuance intention menggunakan SeaBank. Kemudahan dalam menggunakan suatu aplikasi turut meningkatkan minat penggunaan berkelanjutan. Pengguna yang menilai suatu teknologi mudah digunakan cenderung memiliki sikap yang positif terhadap teknologi. Selain itu, pengguna akan menilai teknologi tersebut bermanfaat apabila dapat digunakan secara optimal dengan usaha yang minimal (Vaddhano, 2023). Penelitian oleh (Virgiawan et al., 2024) mengatakan bahwa perceived ease of use berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap adopsi pembayaran seluler.

H2 : Perceived ease of use memiliki pengaruh positif terhadap Continuance Intention SeaBank dan Bank Jago

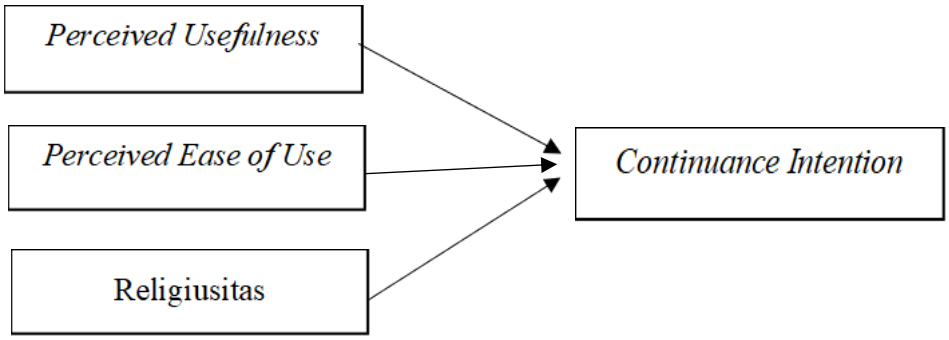
3. Pengaruh Religiusitas terhadap Continuance Intention

Penelitian oleh (Nurmajid et al., 2023) menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking. Menurut (N & Sutarso, 2021) menyatakan bahwa religiusitas positif dan signifikan pada niat penggunaan berkelanjutan terhadap E-wallet. Menurut (Dahlan et al., 2025) dan (Hari, Rizky, 2025) religiusitas menyatakan bahwa

berpengaruh positif dan signifikan pada niat penggunaan berkelanjutan perbankan syariah. Artinya semakin religius pelanggan, semakin besar kemungkinan mereka terus menggunakan produk dan layanan perbankan digital syariah. Penelitian oleh (Virgiawan et al., 2024) membuktikan bahwa religiusitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap adopsi pembayaran digital.

H3 : Religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap Continuance Intention SeaBank dan Bank Jago

D. Kerangka Berpikir



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplansif (explanatory research). Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur dan menguji hubungan kausalitas antara variabel secara numerik dan statistik sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang objektif dan dapat digeneralisasi (Sugiyono, 2021). Jenis penelitian eksplansif digunakan untuk menjelaskan fenomena dan pengaruh variabel independen (*perceived usefulness*, *perceived ease of use*, religiusitas) terhadap variabel dependen (*continuance intention*). Metode yang digunakan adalah metode survei yakni metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang menjadi sampel penelitian, metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu secara alamiah dengan cara menyebarkan kuesioner secara terstruktur.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Islam Indonesia, (UII) Yogyakarta, yang beralamat di Jl. Kaliurang KM 14,5 Sleman, Daerah Istimewah Yogyakarta.

C. Waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni 2026 hingga juli 2026, selama 1 bulan.

D. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Islam Indonesia (UII) yang termasuk dalam kategori Generasi Z dan merupakan pengguna SeaBank dan Bank Jago. Subjek ini dipilih karena mahasiswa Universitas Islam Indonesia seluruhnya adalah Generasi Z lahir (1997-2012) karena rentang usia mahasiswa UII antara 18-25 tahun. Beradasarkan data

(Populix, 2024) SeaBank dan Bank Jago merupakan Bank digital yang diminati oleh Generasi Z.

Objek dalam penelitian ini adalah *continuance intention* Generasi Z pada bank digital (SeaBank dan Bank Jago) di Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta. Secara spesifik, objek yang dikaji meliputi, perceived usefulness (X1), perceived ease of use (X2), religiusitas (X3), dan continuance intention (Y). SeaBank dan Bank Jago dipilih sebagai objek penelitian karena: *Pertama,* SeaBank dan Bank Jago merupakan dua bank digital konvensional terpopuler di kalangan Generasi Z di Indonesia berdasarkan riset (Populix, 2024). *Kedua,* belum ada penelitian yang secara bersamaan mengkaji kedua bank ini di lingkungan UII.

E. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2021). Populasi dalan penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa Universitas Islam Indonesia (UII) kategori Generasi Z (lahir tahun 1997-2012) merupakan pengguna bank digital SeaBank dan/atau Bank Jago.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2021). Karena jumlah populasi dalam penelitian ini dapar diperkirakan, maka penentuan jumlah sampel menggunakan Rumus Slovin sebagai berikut:

$n = N/ (1 + N \times e^2)$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang dibutuhkan

N = jumlah populasi (diperkirakan 1.000 mahasiswa pengguna SeaBank/Bank jago)

e = margin of error yang di toleransi (10% = 0,1)

Maka perhitungan ukuran sampel sebagai berikut:

$n = 1.000 / (1 + 1.000 \times (0,10)^2)$

n = 1.000 / (1 + 1.000 x 0,01)

n = 1.000 / (1 + 10)

n = 1.000 / 11

n = 90,9 dibulatkan menjadi 91 responden

Berdasarkan hasil perhitungan Rumus Slovin tersebut dengan tingakat kepercayaan 90% dan margin of error 10%, dalam penelitian ini jumlah sampel yang ditetapkan adalah 100 responden untuk memperkuat validitas statistik penelitian. Jumlah sampel sebesar 100 responden telah memunuhi syarat minimum analisis PLS-SEM menurut (Hair et al., 2022), yaitu n 5-10 kali jumlah indikator dalam model. Dengan total 16 indikator dalam penelitian ini, maka sampel minimum yang dibutuhkan adalah 5 x 16 = 80 responden dan sampel maksimum adalah 10 x 16 = 160 responden. Jumlah sampel 100 responden memenuhi syarat kecukupan sampel untuk analisis PLS-SEM (Hair et al., 2022).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu (Sugiyono, 2021). Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

a. Beragama Islam (Muslim).
b. Mahasiswa aktif Universitas Islam Indonesia (UII).
c. Generasi Z, lahir antara tahun 1997 hingga 2012 (berusia 18-25 tahun).
d. Pengguna SeaBank dan/atau Bank Jago.

F. Sumber Data

Sumber Data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari sumber pertama melalui prosedur dan teknik pengambilan data yang berupa instrumen kuesioner (Sugiyono, 2021). Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online kepada responden mahasiswa aktif Generasi Z pengguna SeaBank dan Bank Jago di lingkungan Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta. Kuesioner berisi pernyataan-pernyataan yang mengukur variabel perceived usefulness (X1), perceived ease of use (X2), religiusitas (X3), dan continuance intention (Y).

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik kuesioner (angket). Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2021). kuesioner disebarkan dalam dua bentuk: Pertama, Kuesioner daring *(online)*, disebarkan melalui Google Form melalui media sosial yang ditujukan kepada mahasiswa UII. Kedua, Kuesioner luring *(offline)*, disebarkan secara langsung kepada responden di area kampus UII.

H. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Sugiyono, 2021). Berikut adalah definisi operasional masing-masing variabel dalam penelitian ini:

Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator/ Dimensi	Definisi Operasional	Item pertanyaam
Perceived Usefulness (X1)	Peningkatan kinerja	Meningkatkan kemampuan pengguna dalam menyelesaikan transaksi perbankan seperti, transfer, pembayaran tagihan, dan pengelolaan tabungan melalui Bank digital	Menggunakan Bank digital membantu saya mengelola transaksi keuangan dengan lebih baik.

	Peningkatan produktivitas	Meningkatkan jumlah transaksi keuangan yang dapat diselesaikan pengguna dalam waktu yang lebih singkat menggunakan Bank digital	Menggunakan Bank digital membuat aktivitas transaksi keuangan saya menjadi lebih efisien
	Kecepatan penyelesaian tugas	Membantu pengguna dalam menyelesaikan transaksi keuangan lebih cepat saat penggunaan Bank digital	Menggunakan Bank digital membantu saya menyelesaikan transaksi keuangan dengan lebih cepat.
	Peningkatan Efektivitas	Membantu pengguna dalam menyelesaikan transaksi keuangan lebih tepat sasaran dan minim kesalahan saat penggunaan Bank digital	Menggunakan Bank digital membantu saya menyelesaikan transaksi keuangan secara lebih tepat dan efektif
Perceived Ease of Use (X2)	Kemudahan belajar	Memudahkan pengguna dalam memahami dan mempelajari cara penggunaan fitur-	Saya merasa bahwa mempelajari cara menggunakan fitur-fitur Bank digital itu mudah bagi saya

		fitur aplikasi Bank digital	
	Kemudahan memenuhi keinginan	Memungkinkan pengguna untuk memenuhi kebutuhan transaksi keuangan mereka sesuai keinginan melalui fitur-fitur yang tersedia di Bank digital	Bank digital memenuhi keinginan saya dalam bertransaksi
	Kemudahan menguasai	Memungkinkan pengguna untuk menguasai seluruh fitur aplikasi Bank digital secara mandiri dalam waktu yang singkat	Saya bisa menguasai cara menggunakan fitur-fitur Bank digital dalam waktu singkat
	Kemudahan bertransaksi	Memudahkan pengguna dalam menyelesaiakan setiap proses transaksi keuangan pada Bank digital tanpa mengalami hambatan teknis	Saya merasa mudah menyelesaikan transaksi keuangan melalui aplikasi Bank digital
Religiusitas (X3)	Pengalaman	Menggambarkan pengalaman spiritual pengguna yang	Saya merasa lebih tenang menggunakan Bank digital yang

		mendorongnya memilih layanan Bank digital yang diyakini sesuai dengan nilai-nilai keagamaan	tidak bertentangan dengan nilai-nilai agama saya
	Ritual	Menggambarkan pertimbangan pengguna dalam memilih aplikasi Bank digital berdasarkan ketersediaan fitur yang mendukung pelaksanakan kewajiban ibadah seperti pembayaran zakat dan infak	Saya mempertimbangkan kemudahan menjalankan kewajiban keagamaan, seperti membayar zakat atau infak, ketika menggunakan layanan Bank digital
	Keyakinan	Menggambarkan keyakinan pengguna terhadap ajaran agama yang mendorongnya memilih layanan perbankan digital yang menerapkan prinsip bebas riba	Keyakinan agama saya mempengaruhi cara saya dalam mempertimbangkan penggunaan layanan Bank digital
	Pengetahuan	Menggambarkan pengetahuan agama pengguna yang	Pengetahuan agama membantu saya menilai apakah suatu

		digunakannya dalam menilai dan mempertimbangkan kesesuaian produk serta layanan Bank digital.	layanan Bank digital sesuai dengan prinsip yang saya yakini.
	Konsekuensi	Menggambarkan pengaruh nila-nilai agama yang dipegang pengguna dalam membentuk keputusan untuk terus menggunakan Bank digital sebagai platform keuangan digital	Nilai-nilai agama yang saya anut mempengaruhi keputusan saay untuk terus menggunakan atau tidak menggunakan layanan Bank digital
Continuance Intention (Y)	Niat terus menggunakan	Menunjukkan niat pengguna untuk menjadikan aplikasi Bank digital sebagai platform utama dalam menyelesaikan seluruh transaksi keuangan sehari-hari secara berkelanjutan.	Saya berniat untuk terus menggunakan Bank digital di masa mendatang.
	Intensitas penggunaan	Menggambarkan keinginan pengguna untuk mengakses dan menggunakan	Saya akan tetap menggunakan Bank digital untuk mendukung

		aplikasi Bank digital secara rutin dalam memenuhi kebutuhan transaksi keuangan harian mereka	kebutuhan transaksi keuangan
	Intensitas rekomendasi	Menggambarkan keinginan pengguna untuk memperkenalkan dan merekomendasikan Bank digital kepada keluarga, teman, atau rekan disekitarnya	Saya akan merekomendasikan penggunaan Bank digital kepada orang lain

I. Instrumen Penelitian

Untuk mengukur temuan penelitian, peneliti menggunakan skala likert. Menurut (Sugiyono, 2021) skala likert merupakan alat bantu untuk mengukur sikap, opini dan persepsi individu atau kelompok mengenai suatu fenomena sosial. Dalam penggunaannya, variabel yang ingin diukur dirinci menjadi indikator-indikator tertentu. Indikator indikator ini kemudian digunakan sebagai dasar untuk merancang item-item instrumen berupa pernyataan.

Tabel 3. 2 Skala Likert

Skala Likert	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

J. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Partial Least Squares - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS 4.PLS-SEM dipilih karena kemampuannya dalam menguji hubungan antara variabel laten secara simultan, tidak mensyaratkan asumsi normalitas data yang ketat, serta valid, efisien untuk ukuran 100 sampel seperti yang digunakan dalam penelitian ini (Sugiyono, 2021). Analisis data dilakukan melalui dua tahapan utama, yaitu pengujian model pengukuran *(outer model)* dan pengujian model struktural *(inner model).*

1. Uji Pengukuran Model (Outer Model)

Model Pengukuran (outer model) bertujuan untuk memastikan bahwa alat ukur (kuesioner) yang dibagikan sudah valid (akurat) dan reliabel (konsisten) Tahapan pengujian inner model dalam penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini diuji melalui dua pendekatan**.** Pertama, validitas konvergen *(convergent validity)* yang dinilai melalui nilai outer loading setiap indikator dengan batas minimum < 0,40 akan di eliminasi dari model karena dianggap tidak mampu merepresentasikan variabel latennya. Indikator dengan nilai outer loading antara 0,40 hingga 0,70 dapat dipertimbangkan untuk dipertahankan, apabila eliminasinya tidak meningkatkan nilai AVE secara signifikan, sedangkan indikator dengan niali outer loading di atas 0,70 dinyatakan valid secara otomatis serta nilai Average Variance Extracted (AVE) setiap konstruk > 0,50, yang berarti lebih dari separuh varians indikator mampu dijelaskan oleh konstruknya (Hair et al., 2022).

Kedua, validitas diskriminan *(discriminant validity)* yang dinilai menggunakan kriteria Heterotrait-Monotrait (HTMT) dengan nilai < 0,90 untuk setiap pasangan konstruk, guna memastikan bahwa setiap konstruk dalam model benar-benar berbeda satu sama lain (Henseler et., al 2015).

b. Uji Reliabilitas

Realibilitas diukur menggunakan dua parameter utama. Parameter pertama adalah Cronbach's Alpha dengan nilai > 0,70 sebagai batas minimum yang dapat diterima. Parameter kedua adalah Composite Reliability (CR) dengan nilai >0,70. Composite Realiability lebih direkomendasikan dalam PLS-SEM dibandingkan Cronbach's Alpha krn tidak mengasumsikan bobot yang sama untuk setiap indikator sehingga lebih representatif dalam menggambarkan konsistensi internal suatu konstruk (Hair et al., 2022).

2. Uji Struktural Model (Inner Model)

Model Struktural (inner model) bertujuan untuk mengevaluasi hubungan kausalitas antar konstruk dalam model penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Tahapan pengujian inner model dalam penelitian ini dilakukan sebagai berikut :

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa besar varians dalam variabel dependen (continuance intention) yang dapat dijealskan oleh ketiga variabel independen secara simultan. Nilai R^2 > 0,75 dianggap kuat, niali 0,50 hingga 0,75 dianggap moderat, dan nilai 0,25 hingga 0,50 dianggap lemah (Hair et al., 2022).

b. Uji Predictive Relevance (Q^2)

Predictive Relevance (Q^2) diperoleh melalui prosedur PLSpredict pada SmartPLS 4.. Nilai Q^2 > 0 mengindikasikan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang memadai, artinya model mampu memprediksi nilai observasi secara lebih baik dibandingkan rata-ratanya (Hair et al., 2022).

c. Uji Effect Size (f^2)

Effect Size (f^2) mengukur kontribusi masing-masing variabel independen terhadap nilai R^2 variabel dependen. Nilai f^2 > 0,02 pengaruh kecil, f^2 > 0,15 pengaruh sedang, dan f^2 > 0,35 pengaruh yang besar (Hair et al., 2022).

d. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis dalam PLS-SEM dilakukan melalui prosedur bootstrapping dengan 10.000 subsampel untuk menghasilkan nilai t-statistik dan p-value yang stabil dan dapat dipercaya. Suatu hipotesis diterima apabila nilai t-statistik > 1,96 dan p-value < 0,05 pada tingkat kepercayaan 95%, yang menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan secara statistik dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun arah pengaruh (positif atau negatif) ditentukan berdasarkan nilai original sampel pada koefisien jalur (Hair et al., 2022).

BAB IV
ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

SeaBank Indonesia merupakan bank digital yang menjadi bagian dari ekosistem Sea Group, perusahaan teknologi multinasional yang juga menaungi platform e-commerce Shopee dan layanan hiburan digital Garena. SeaBank Indonesia secara resmi diluncurkan pada Februari 2021 setelah mengakuisisi PT Bank Kesejahteraan Ekonomi (BKE) yang telah berdiri sejak tahun 1992. Transformasi ini merupakan bagian dari strategi Sea Group dalam memperluas ekosistem layanan keuangan digitalnya di Indonesia. SeaBank menawarkan layanan perbankan berbasis aplikasi yang dapat diakses sepenuhnya secara daring tanpa perlu hadir ke kantor cabang, mulai dari pembukaan rekening, penyetoran dana, penarikan, transfer, hingga pengelolaan tabungan.

Keunggulan kompetitif SeaBank terletak pada proses registrasi yang cepat, bebas biaya administrasi bulanan, suku bunga tabungan yang kompetitif, serta integrasi langsung dengan ekosistem Shopee yang memudahkan pengguna melakukan pembayaran belanja dan top up ShopeePay secara seamless dalam satu platform. Hingga akhir tahun 2025, SeaBank telah menghimpun sebanyak 28 juta nasabah dengan total aset mencapai Rp44,4 triliun dan Dana Pihak Ketiga (DPK) sebesar Rp34,8 triliun. Berdasarkan riset Populix (2024), SeaBank menempati peringkat pertama sebagai bank digital paling banyak digunakan oleh Generasi Z di Indonesia dengan market share sebesar 57%, menjadikannya objek penelitian yang sangat relevan dalam kajian continuance intention Gen Z.

Bank Jago merupakan bank digital yang lahir dari transformasi PT Bank Artos Indonesia, sebuah bank swasta nasional yang didirikan pada tahun 1992 di Bandung, Jawa Barat. Pada tahun 2020, perusahaan ini secara resmi berganti nama menjadi PT Bank Jago Tbk dan mulai bertransformasi menjadi bank berbasis teknologi yang berfokus pada layanan digital.

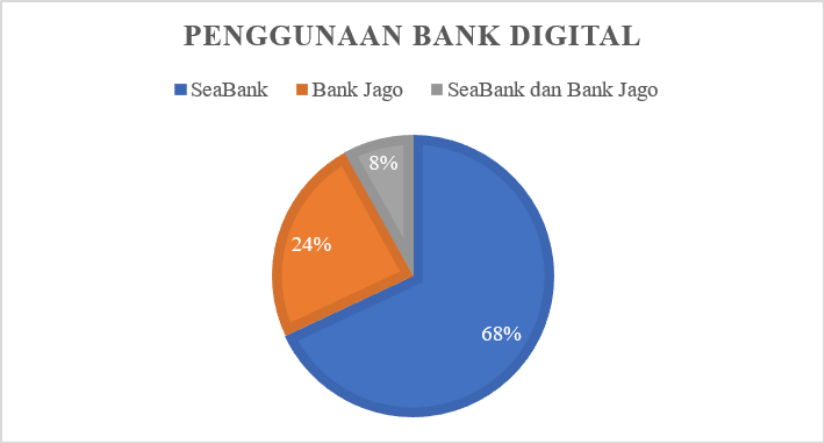
Momentum transformasi semakin kuat ketika pada akhir tahun 2021, PT Dompet Karya Anak Bangsa (GoPay) dari ekosistem GoTo masuk sebagai pemegang saham strategis dengan kepemilikan sebesar 22,16%. Fitur unggulan Bank Jago yang membedakannya dari bank digital lainnya adalah sistem kantong (pocket) yang memungkinkan nasabah membuat beberapa kantong dana dengan tujuan keuangan berbeda dalam satu rekening, sehingga membantu pengguna mengelola keuangan pribadi secara lebih terstruktur dan disiplin.

Selain itu, Bank Jago terintegrasi dengan berbagai platform dalam ekosistem GoTo seperti Gojek, GoPay, dan Tokopedia, serta platform investasi Bibit. Hingga akhir tahun 2025, Bank Jago telah melayani 18,2 juta nasabah dengan 14,2 juta di antaranya merupakan pengguna aktif, Dana Pihak Ketiga (DPK) mencapai Rp25,9 triliun, dan total aset sebesar Rp28,5 triliun. Berdasarkan riset Populix (2024), Bank Jago menempati peringkat kedua sebagai bank digital paling banyak digunakan oleh Generasi Z dengan market share sebesar 36%, menjadikannya objek penelitian yang relevan dalam kajian faktor-faktor yang memengaruhi continuance intention Generasi Z pada layanan perbankan digital di Indonesia.

B. Deskripsi Profil Responden

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan mahasiswa aktif Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta kategori Generasi Z yang telah memenuhi seluruh kriteria purposive sampling yang diterapkan. Data karakteristik responden diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan secara *daring* maupun *luring* dan mencakup tiga aspek, yaitu bank digital yang digunakan, usia responden, dan fakultas responden

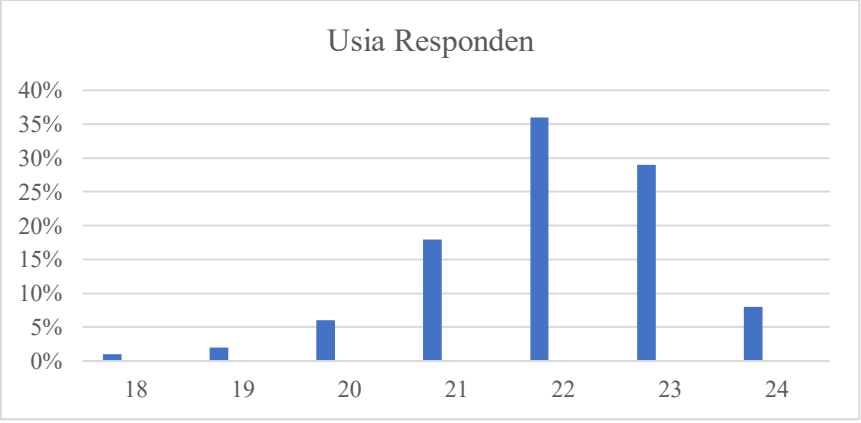
1. **Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunan Bank Digital**



Gambar 4. 1 Responden Berdasarkan Penggunaan Bank Digital

Berdasarkan tabel di atas, distribusi responden bank digital yang digunakan menunjukkan bahwa mayoritas responden menggunakan SeaBank sebanyak 68% dari total keseluruhan. Responden pengguna Bank Jago menempati posisi kedua dengan jumlah 24 responden atau 24%, sedangkan responden yang menggunakan keduanya secara bersamaan yaitu SeaBank dan Bank Jago sebanyak 8 responden atau 8%. Dominasi pengguna SeaBank dalam penelitian ini sejalan dengan data (Populix, 2024) yang menempatkan SeaBank sebagai bank digital dengan market share tertinggi di kalangan Generasi Z sebesar 57% mengonfirmasi bahwa SeaBank merupakan pilihan utama mahasiswa UII dalam mengakses layanan perbankan digital.

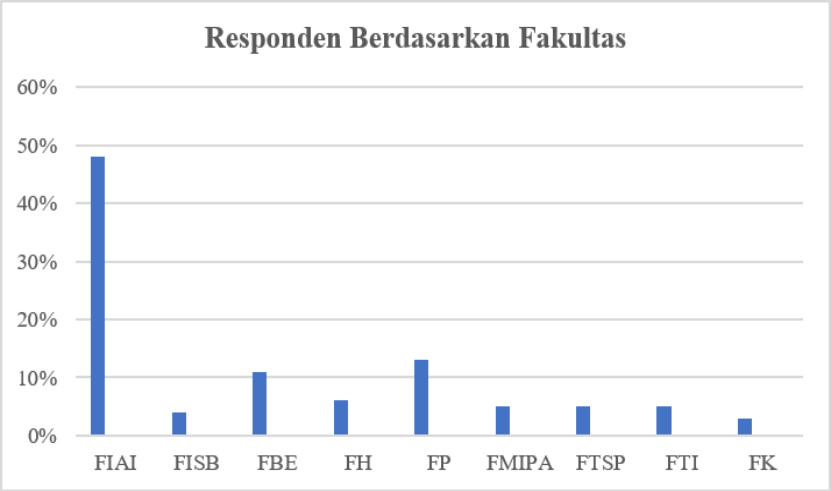
2. **Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**



Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan tabel di atas, distribusi responden menurut usia menunjukkan bahwa kelompok usia 22 tahun mendominasi dengan jumlah 36 responden atau 36%, diikuti oleh kelompok usia 23 tahun sebanyak 29 responden atau 29%, dan kelompok usia 21 tahun sebanyak 18 responden atau 18%, kelompok usia 24 tahun tercatat sebanyak 8 responden atau 8%, usia 20 tahun sebanyak 6 responden atau 6%, usia 19 tahun sebanyak 2 responden atau 2%, dan usia 18 tahun sebanyak 1 responden 1%. Rentang usia responden yang berada antara 18 hingga 24 tahun seluruhnya termasuk dalam kategori Generasi Z, sehingga telah memenuhi kriteria sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini. Dominasi usia 22 dan 23 tahun mengindikasikan bahwa responden mayoritas berada pada tahap akhir masa studi.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas



Gambar 4. 3 Responden Berdasarkan Fakultas

Berdasarkan tabel di atas, distribusi responden menurut fakultas menunjukkan bahwa Fakultas Ilmu Agama Islam (FIAI) mendominasi dengan jumlah 48 responden atau 48% dari total keseluruhan. Fakultas Psikologi (FP) menempati posisi kedua dengan 13 responden atau 13%, diikuti Fakultas Bisnis Ekonomika (FBE) sebanyak 11 responden atau 11%. Selebihnya di berbagai fakultas lainnya dengan persentase antara 3% hingga 6%. Keberagaman fakultas responden dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa penggunaan bank digital SeaBank dan Bank

Jago tidak terbatas pada satu bidang studi tertentu, melainkan telah menjangkau mahasiswa lintas fakultas di lingkungan UII.

C. Hasil Uji Analisis Data

Dalam metode SEM-PLS (*Partial Least Squares Structural Equation Modeling*), analisis model dibagi menjadi dua bagian utama, yaitu Outer Model (*Measurement Model*) & Inner Model (*Structural Model*).

1. Outer Model *(Measurement Model)*

Model pengukuran (outer model) bertujuan untuk memastikan bahwa alat ukur (kuesioner) yang digunakan telah valid (akurat) dan reliabel (konsisten). Tahapan pengujian outer model dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Uji Validitas Konvegen *(Convergent Validity)*

Uji validitas konvergen digunakan untuk mengetahui sejauh mana indikator mampu merepresentasikan dan mengukur konstruk yang diteliti. Pengujian validitas konvergen dilakukan dengan melihat nilai loading factor dan Average Variance Extracted (AVE)

1) Loading Factor

Loading Factor digunakan untuk mengukur tingkat hubungan antara indikator dengan konstruk yang diwakilinya. Semakin tinggi nilai loading factor, semakin baik indikator tersebut dalam menjelaskan konstruk. Menurut (Hair et al., 2022) suatu indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai loading factor di atas 0,70.

Tabel 4. 1 Uji Loading Factor

	Perceived Usefulness (X1)	Perceived Ease Of Use (X2)	Religiusitas (X3)	Continuance Intention (Y)	Ket
x1.1	0,843				Valid
x1.2	0,830				Valid
x1.3	0,874				Valid
x1.4	0,853				Valid
x2.1		0,830			Valid

x2.2		0,843			Valid
x2.3		0,872			Valid
x2.4		0,867			Valid
x3.1			0,794		Valid
x3.2			0,834		Valid
x3.3			0,891		Valid
x3.4			0,839		Valid
x3.5			0,891		Valid
y1.1				0,892	Valid
y1.2				0,897	Valid
y1.3				0,862	Valid

(Sumber: Data Primer yang diolah, 2026)

Hasil uji validitas konvergen melalui nilai outer loading menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel Perceived Usefulness (X1), Perceived Ease Of Use (X2), Religiusitas (X3), dan Continuance Intention (Y) memiliki nilai outer loading di atas 0,70. Nilai outer loading tertinggi terdapat pada indikator X3.3 dan Y1.2 sebesar 0,897, sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator X3.1 sebesar 0,794. Seluruh indikator memiliki nilai loading factor yang memenuhi kriteria validitas konvergen (Hair et al., 2022), sehingga setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk variabel yang diukur dengan baik. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel penelitian dinyatakan valid.

2) *Average Variance Extracted* (AVE)

Average Variance Extracted (AVE) digunakan untuk mengukur kemampuan konstruk dalam menjelaskan varians indikator-indikator yang membentuknya. Suatu konstruk dinyatakan memenuhi validitas konvergen apabila memiliki nilai AVE lebih dari 0,50, yang menunjukkan bahwa konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya (Hair et al., 2022).

Tabel 4. 2 Hasil Uji AVE

	Average variance extracted (AVE)	Ket
Continuance Intention (Y)	0,781	Valid
Perceived Ease Of Use (X2)	0,728	Valid
Perceived Usefulness (X1)	0,723	Valid
Religiusitas (X3)	0,724	Valid

(Sumber: Data Primer yang diolah, 2026)

Berdasarkan hasil uji Average Variance Extracted (AVE), seluruh variabel penelitian memiliki nilai AVE lebih besar dari 0,50, sehingga telah memenuhi kriteria validitas konvergen. Variabel Continuance Intention (Y) memperoleh nilai AVE sebesar 0,781, Perceived Ease Of Use (X2) sebesar 0,728, Religiusitas (X3) sebesar 0,724, dan Perceived Usefulness (X1) sebesar 0,723. Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap variabel mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikator-indikator yang membentuk konstruknya. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian telah memenuhi kriteria validitas konvegen dan dinyatakan valid.

b. Uji Validitas Diskriminan *(Discriminant Validity)*

Uji validitas diskriminan bertujuan untuk memastikan bahwa suatu konstruk memiliki perbedaan yang jelas dengan konstruk lainnya dalam model penelitian. Pengujian ini dapat dilakukan melalui nilai Heteroit-Monotrait Rasio (HTMT) dengan kriteria nilai HTMT < 0,90 untuk setiap pasangan konstruk

1) HTMT

Pengujian HTMT dilakukan untuk memastikan bahwa indikator-indikator yang digunakan pada masing-masing variabel hanya mengukur konstruk yang dimaksud dan tidak memiliki kesamaan yang terlalu tinggi dengan konstruk lainnya. Dengan demikian, hasil pengujian HTMT dapat memberikan keyakinan bahwa model

pengukuran yang digunakan telah memenuhi kriteria validitas diskriminan. Adapun hasil pengujian HTMT dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 3 Hasil Uji HTMT

	Continuance Intention (Y)	Perceived Ease Of Use (X2)	Perceived Usefulness (X1)	Religiusitas (X3)
Continuance Intention (Y)				
Perceived Ease Of Use (X2)	0,513			
Perceived Usefulness (X1)	0,561	0,105		
Religiusitas (X3)	0,205	0,100	0,186	

(Sumber: Data Primer yang diolah, 2026)

Berdasarkan hasil pengujian Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) menunjukkan bahwa seluruh nilai HTMT antar konstruk memiliki nilai di bawah batas kriteria 0,90. Nilai HTMT tertinggi terdapat pada hubungan Continuance Intention (Y) dengan Perceived Usefulness (X1) sebesar 0,561, sedangkan nilai terendah terdapat pada hubungan antara Perceived Ease Of Use (X2) dan Religiusitas (X3) sebesar 0,100. Seluruh nilai HTMT yang berada di bawah 0,90 mengonfirmasi bahwa setiap konstruk dalam model memiliki perbedaan yang jelas satu sama lain. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh konstruk dalam model memiliki validitas diskriminan yang terpenuhi, sehingga setiap variabel laten dinyatakan berbeda secara empiris.

c. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat konsistensi dan keandalan instrumen penelitian dalam mengukur suatu konstruk. Dalam

penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability lebih besar dari 0,70. Semakin tinggi nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability, maka semakin baik tingkat konsistensi internal indikator-indikator dalam mengukur konstruk yang diteliti.

Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability	Ket
Continuance Intention (Y)	0,860	0,915	Reliabel
Perceived Ease Of Use (X2)	0,876	0,914	Reliabel
Perceived Usefulness (X1)	0,872	0,913	Reliabel
Religiusitas (X3)	0,911	0,929	Reliabel

(Sumber: Data Primer yang diolah, 2026)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability di atas 0,70, sehingga seluruh konstruk dinyatakan reliabel. Variabel Religiusitas (X3) memperoleh nilai Cronbach's Alpha tertinggi sebesar 0,911 dan Composite Reliability sebesar 0,929, diikuti Perceived Ease Of Use (X2) sebesar 0,876 dan 0,915, Perceived Usefulness (X1) sebesar 0,872 dan 0,913 serta Continuance Intention (Y) memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,860 dan 0,915. Hasil pengujuian menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian dinyatakan relibel (Hair et al., 2022).

2) Inner Model *(Structural Model)*

Model struktural (inner model) bertujuan untuk mengevaluasi hubungan kausalitas antar konstruk dalam model penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Tahapan pengujian inner model dalam penelitian ini dilakukan sebagi berikut:

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar varians dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen secara simultan. Nilai $R^2 > 0,75$ dianggap kuat, nilai 0,50 – 0,75 dianggap moderat, dan nilai 0,25 – 0,50 dianggap lemah (Hair et al., 2022). Adapun hasil pengujian R^{22} dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4. 5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

	R-square	R-square adjusted
Continuance Intention (Y)	0,429	0,411

(Sumber: Data Primer yang diolah, 2026)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2), variabel Continuance Intention (Y) memperoleh nilai R^2 sebesar 0,429 dengan nilai R^2 berada dalam kategori lemah (weak). Meskipun demikian, nilai R^2 adjusted sebesar 0,411. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Perceived Usefulness (X1), Perceived Ease of Use (X2), dan Religiusitas (X3) secara simultan ammpu menjelaskan variasi perubahan pada Continuance Intention (Y) sebesar 42,9%, sedangkan sisanya sebesar 57,1% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Berdasarkan kriteria (Hair et al., 2022), nilai R^2 sebesar 0,429 berada pada kategori lemah (weak). Namun, nilai tersebut masih dapat diterima dalam penelitian perilaku konsumen karena msih terdapat faktor-faktor lain di luar model yang turut memengaruhi Continuance Intention Generasi Z pada bank digital.

2. Uji Predictive Relevance (Q^2)

Uji predictive relevance (Q^2) diperoleh melalui prosedur PLSpredict pada SmartPLS 4 untuk mengevaluasi akurasi prediksi out-of-sample model struktural. Nilai Q^2 Predict lebih besar dari 0. Mengindikasikan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang memadai. 2Selain itu, nilai Root Mean Square Error (RMSE) dan Mean Absolute Error (MAE) digunakan sebagai ukuran tingkat kesalahan prediksi model, di

mana nilai yang lebih kecil menunjukkan tingkat kesalahan prediksi yang semakin rendah (Hair et al., 2022). Adapun hasil pengujian Q^2 dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Predictive Relevance (Q^2)

	Q^2predict	RMSE	MAE
Continuance Intention (Y)	0,391	0,799	0,634

(Sumber: Data Primer yang diolah, 2026)

Berdasarkan hasil uji Q^2 Predict, variabel Continuance Intention (Y) memiliki nilai Q^2 sebesar 0,391yang berada di atas ambang batas 0 mengindikasikan bahwa model penelitian memiliki relevansi prediktif yang memadai terhadap variabel dependen. Nilai RMSE sebesar 0,799 dan MAE sebesar 0,634 menunjukkan tingkat kesalahan prediksi yang relatif kecil, sehingga model penelitian ini layak digunakan untuk memprediksi Continuance Intention Generasi Z pada SeaBank dan Bank Jago (Hair et al., 2022).

3. Uji Effect Size (f^2)

Uji effect size (f^2) dilakukan untuk mengukur besarnya kontribusi relatif setiap variabel independen terhadap pembentukan koefisien determinasi variabel dependen. Nilai $f^2 > 0,02$ dikategorikan pengaruh kecil, $f^2 > 0,15$ dikategorikan pengaruh sedang, dan $f^2 > 0,35$ dikategorikan pengaruh besar (Hair et al., 2022). Adapun hasil pengujian f^2 dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Effect Size (f^2)

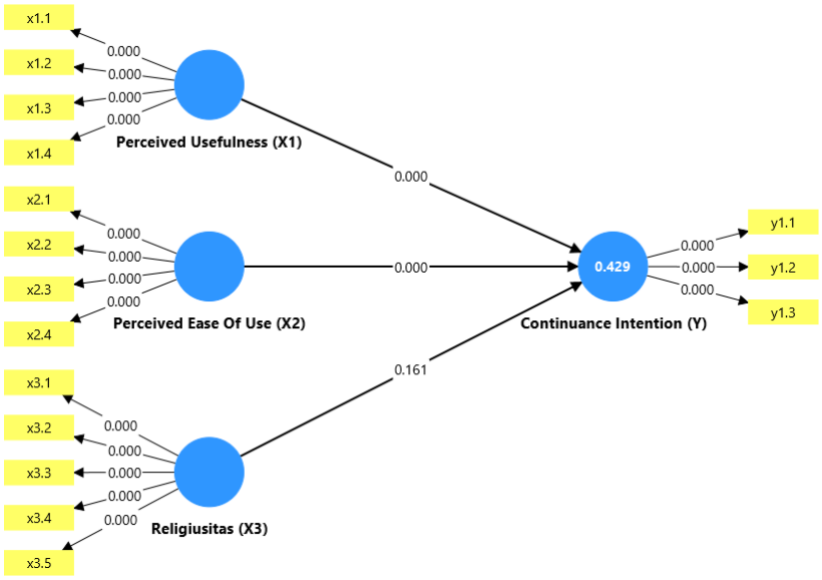
	Continuance Intention (Y)	Perceived Ease Of Use (X2)	Perceived Usefulness (X1)	Religiusitas (X3)
Continuance Intention (Y)				
Perceived Ease Of Use (X2)	0,304			

Perceived Usefulness (X1)	0,326			
Religiusitas (X3)	0,021			

(Sumber: Data Primer yang diolah, 2026)

Berdasarkan hasil uji Effect Size (f^2), Perceived Usefulness (X1) memiliki nilai f^2 sebesar 0,326 yang tergolong dalam kategori sedang, diikuti oleh Perceived Ease Of Use (X2) sebesar 0,304 yang juga tergolong dalam kategori sedang, serta Religiusitas (X3) sebesar 0,021 yang tergolong dalam kategori kecil. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use memberikan kontribusi yang lebih besar dibandingkan religiusitas dalam menjelaskan Continuance Intention. Sehingga Perceived Usefulness merupakan prediktor dengan kontribusi paling dominan dalam model struktural penelitian ini (Hair et al., 2022).

4. Uji Hipotesis *(Path Coefficient* - Bootstrapping)



Gambar 4. 4 Uji Hipotesis (Path Coefficient - Bootstrapping)

Uji Hipotesis dalam PLS-SEM dilakukan melalui prosedur bootstrapping dengan 10.000 subsampel untuk menghasilkan nilai t-statistik dan p-value yang stabil dan dapat dipercaya. Suatu hipotesis

diterima apabila nilai t-statistik > 1,96 dan p-value < 0,05 pada tingkat kepercayaan 95%. Adapun arah pengaruh positif atau negatif ditentukan berdasarkan nilai original sampel pada koefisien jalur. Nilai koefisien yang positif menunjukkan hubungan searah, sedangkan nilai negatif menunjukkan hubungan berlawanan arah (Hair et al., 2022).

Tabel 4. 8 Uji Hipotesis (Path Coefficient - Bootstrapping)

	Original sample (O)	T statistics	P values	Ket
Perceived Ease Of Use (X2) -> Continuance Intention (Y)	0,419	6,053	0,000	Diterima
Perceived Usefulness (X1) -> Continuance Intention (Y)	0,438	6,128	0,000	Diterima
Religiusitas (X3) -> Continuance Intention (Y)	0,111	1,401	0,161	Ditolak

(Sumber: Data Primer yang diolah, 2026)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pengaruh langsung, variabel Perceived Ease of Use (X2) terhadap Continuance Intention (Y) memperoleh nilai original sampel sebesar 0,419, nilai t-statistic sebesar 6,053 dan p-value sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan Perceived Ease of Use (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Continuance Intention (Y), karena nilai statistik melampaui ambang batas 1,96 dan p-value berada di bawah taraf signifikansi 0,05 sehingga hipotesis kedua (H2) dinyatakan diterima. Sementara itu, variabel Perceived Usefulness (X1) sampel terhadap Continuance Intention (Y) memperoleh nilai original sample sebesar 0,438, nilai t-statistic sebesar 6,128 dan p-value 0,000. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa Perceived Usefulness (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Continuance Intention (Y), karena nilai t-statistik melampaui ambang batas 1,96 dan p-value berada di bawah taraf signifikansi 0,05, sehingga hipotesis dinyatakan diterima.

Sementara itu, pengaruh Religiusitas (X3) terhadap Continuance Intention (Y) memperoleh nilai original sampel sebesar 0,111 nilai t-statistic sebesar 1,401 dan p-value sebesar 0,161. Hasil pengujian menunjukkan bahwa Religiusitas (X3) memiliki arah pengaruh positif terhadap Continuance Intention (Y), namun pengaruh tersebut tidak signifikan karena t-statistic < 1,96 dan p-value > 0,05. Maka hipotesis yang menyatakan bahwa Religiusitas berpengaruh terhadap Continuance Intetion dinyatakan ditolak.

D. Pembahasan

Pada bagian ini menjelaskan interpretasi hipotesis dari hasil analisis data yang telah dilakukan, sebagai berikut:

1. Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Continuance Intention Generasi Z pada SeaBank dan Bank Jago

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Perceived Usefulness memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap Continuance Intention Generasi Z dalam penggunaan bank digital SeaBank dan Bank Jago, dibuktikan dengan hasil pengujian statistik melalui prosedur bootstrapping dengan 10.000 subsampel yang menghasilkan nilai t-statistik sebesar 6,128 yang melampaui ambang batas 1,96 dan nilai p-value sebesar 0,000 yang berada di bawah taraf signifikansi 0,05 dengan koefisien jalur sebesar 0,438. Sehingga, hipotesis pertama (H1) diterima.

Kondisi ini dapat dijelaskan melalui konsep Perceived Usefulness yang dikemukakan oleh (Davis, 1989) bahwa pengguna akan cenderung mempertahankan penggunaan suatu teknologi apabila mereka merasakan manfaat nyata dari teknologi tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian ini, Generasi Z pengguna SeaBank dan Bank Jago merasakan manfaat yang signifikan dari kedua layanan tersebut, mulai dari kemudahan dalam mengelola transaksi keuangan, peningkatan produktivitas dalam menyelesaikan aktivitas perbankan, hingga efektivitas dalam memenuhi kebutuhan finansial sehari-hari

seperti transfer, pembayaran tagihan, dan pengelolaan tabungan. Manfaat-manfaat tersebut secara konsisten terkonfirmasi melalui pengalaman penggunaan yang berulang sehingga mendorong terbentuknya niat yang kuat untuk terus menggunakan layanan tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori ECM-IS yang dikembangkan oleh (Bhattacherjee, 2001) yang menegaskan bahwa perceived usefulness pasca-penggunaan (adopsi awal) merupakan konstruk kunci dalam membentuk continuance intention.

Secara spesifik, manfaat fungsional yang dirasakan responden dapat ditelusuri dari karakteristik masing-masing platform yang menjadi objek penelitian ini. Pada SeaBank, integrasi langsung dengan ekosistem shopee memungkinkan pengguna melakukan pembayaran belanja dan top-up Shopeepay sekaligus dalam satu aplikasi, ditambah bebas biaya administrasi bulanan dan suku bunga tabungan yang kompetitif. Sementara pada Bank Jago, fitur kantong (pocket) yang terintegrasi dengan ekosistem GoTo (Gojek, Gopay, dan Tokopedia) memberikan nilai fungsional berupa kemudahan pengelolaan keuangan personal secara lebih terstruktur dan disiplin. Mengingat komposisi responden penelitian ini di dominasi pengguna SeaBank (68%) diikuti Bank Jago (24%), dan pengguna kedua platform sekaligus (8%), signifikansi Perceived Usefulness yang terkonfirmasi secara agregat mengindikasikan bahwa kedua bentuk manfaat fungsional yang berbeda karakter tersebut sama-sama efektif mendorong continuance intention, sehingga perceived usefulness dalam bank digital bersifat multidimensional dan dapat terbentu melalui jalur nilai yang berbeda-beda tergantung model bisnis dan ekosistem platform yang digunakan.

Dari sisi kontribusi teoritis, temuan ini memperkuat proposisi inti TAM (Davis, 1989) sekaligus proposisi ECM-IS (Bhattacherjee, 2001) bahwa penilian pascapenggunaan merupakan prediktor yang lebih kuat dibanding ekspektasi awal semata, karena penilaian tersebut telah melalui proses konfirmasi melalui pengalaman nyata pengguna. Nilai

koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,429 yang tergolong kategori lemah pada model keseluruhan tidak serta-merta mengurangi kekuatan pada H1 secara spesifik, mengingat nilai effect size (f^2) sebesar 0,326 yang tergolong kategori sedang menunjukkan bahwa kontribusi unik perceived usefulness terhadap pembentukan R^2 tetap besar dibandingkan dua variabel independen lainnya dalam model struktural penelitian ini.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Vaddhano, 2023) yang membuktikan bahwa perceived usefulness berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkelanjutan menggunakan aplikasi perbankan digital. (Nguyen & Dao, n.d.) juga mengonfirmasi bahwa perceived usefulness berpengaruh signifikan terhadap continuance intention pada mobile banking. Namun, temuan ini berbeda dengan penelitian (Ubaidillah et al., 2023) yang menemukan bahwa perceived usefulness tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap continuance intention pada aplikasi mobile payment. Perbedaan ini dapat disebabkan oleh perbedaan penelitian, karakteristik responden, serta platform layanan digital yang dikaji.

Implikasi dari temuan ini menegaskan bahwa strategi retensi SeaBank dan Bank Jago sebaiknya diprioritaskan pada penguatan nilai fungsional yang dapat dirasakan langsung oleh pengguna Generasi Z, seperti perluasan integrasi ekosistem digital, penawaran manfaat finansial (cashback, suku bunga kompetitif, bebas biaya administrasi), dan pengembangan fitur pengelolaan keuangan yang relevan dengan kebutuhan mahasiswa, dibandingkan strategi yang semata berfokus pada akuisisi pengguna baru melalui promosi jangka pendek yang tidak berkelanjutan.

2. **Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Continuance Intention Generasi Z pada SeaBank dan Bank Jago**

   Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Perceived Ease of Use memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap Continuance

Intention Generasi Z dalam penggunaan bank digital SeaBank dan Bank Jago, dibuktikan dengan hasil pengujian statistik melalui prosedur bootstrapping yang menghasilkan nilai t-statistik sebesar 6,053 yang melampaui ambang batas 1,96 dan nilai p-value sebesar 0,000 yang berada di bawah taraf signifikansi 0,05, dengan koefisien jalur sebesar 0,419. Sehingga, hipotesis kedua (H2) diterima.

Kondisi ini dapat dijelaskan melalui konsep Perceived Ease of Use yang dikemukakan oleh (Davis, 1989) bahwa pengguna cenderung mempertahankan penggunaan suatu teknologi apabila mereka merasakan kemudahan dalam mengoperasikannya tanpa memerlukan usaha yang berlebihan. Dalam penelitian ini, antarmuka SeaBank dan Bank Jago yang intuitif dan mudah dinavigasi menjadi faktor pendukung yang kuat bagi Generasi Z untuk terus menggunakan layanan tersebut. Kemudahan dalam melakukan registrasi, navigasi fitur, penyelesaian transaksi, hingga pengelolaan akun secara mandiri memberikan pengalaman pengguna yang menyenangkan dan mendorong penggunaan berkelanjutan.

Mengingat komposisi responden penelitian ini didominasi mahasiswa pada rentang usia 22-23 tahun (65% dari total responden) yang berada pada tahap akhir masa studi dan secara umum telah terpapar berbagai aplikasi finansial pada umumnya relatif tinggi pada kelompok responden ini. Signifikansi perceived ease of use dalam penelitian ini justru menegaskan bahwa kemudahan pengguna bukan sekedar prasyarat dasar yang diabaikan begitu terpenuhi pada tahap awal, melainkan tetap menjadi pertimbangan aktif dan berkelanjutan sepanjang siklus penggunaan, khususnya pada proses-proses yang kerap menjadi titik gesekan seperti verifikasi identitas, top-up saldo, dan penyelesaian transaksi multi-langkah.

Temuan ini memperkaya pemahaman atas TAM dalam konteks pengguna yang sudah berpengalaman, berbeda dengan fokus umum studi-studi TAM klasik yang lebih banyak meneliti pengguna pemula.

Pada populasi Generasi Z yang tergolong digital natives, perceived ease of use tidak serta merta kehilangan relevansinya seiring meningkatnya kompetensi digital pengguna, melainkan bertransformasi dari sekedar kemudahan mempelajari sistem di awal menjadi kemudahan mempertahankan efisiensi interaksi dalam jangka panjang, sebuah nuansa yang memperkaya penggunaan TAM pada konteks continuance intention dibanding adoption intention semata.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai effect size (f^2) Perceived Ease of Use sebesar 0,304 yang tergolong dalam kategori sedang turut mengonfirmasi bahwa variabel ini memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap pembentukan Continuance Intention. Meskipun Generasi Z dikenal sebagai digital natives yang telah terbiasa dengan teknologi digital, kemudahan penggunaan tetap menjadi faktor yang relevan dalam mempertahankan loyalitas pengguna terhadap suatu platform perbankan digital. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan SeaBank dan Bank Jago tidak hanya diterima begitu saja, melainkan tetap menjadi pertimbangan aktif Generasi Z dalam keputusan penggunaan berkelanjutan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Vaddhano, 2023) yang membuktikan bahwa perceived ease of use memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkelanjutan menggunakan aplikasi mobile banking. (Olivia & Marchyta, 2022) juga membuktikan bahwa perceived ease of use memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkelanjutan menggunakan e-wallet. (David et al., 2025) turut membuktikan bahwa perceived ease of use berpengaruh positif dan signifikan terhadap continuance intention pengguna SeaBank. Namun, temuan ini berbeda dengan penelitian (Virgiawan et al., 2024) yang menemukan bahwa perceived ease of use berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap adopsi pembayaran digital, serta (Indrarini, 2024) yang menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking

syariah. Perbedaan ini kemungkinan disebabkan oleh perbedaan objek penelitian dan karakteristik pengguna yang dikaji.

3. **Pengaruh Religiusitas terhadap Continuance Intention Generasi Z pada SeaBank dan Bank Jago**

   Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Religiusitas memiliki hubungan positif namun tidak signifikan terhadap Continuance Intention Generasi Z dalam penggunaan bank digital SeaBank dan Bank Jago, dibuktikan dengan hasil pengujian statistik melalui prosedur bootstrapping yang menghasilkan nilai t-statistik sebesar 1,401 yang berada di bawah ambang batas 1,96 dan nilai p-value sebesar 0,161 yang melampaui taraf signifikansi 0,05, dengan koefisien jalur sebesar 0,111. Sehingga, hipotesis ketiga (H3) ditolak.

   Kondisi ini dapat dijelaskan melalui karakteristik objek penelitian yang dikaji. SeaBank dan Bank Jago merupakan bank digital yang beroperasi dengan sistem konvensional, bukan bank syariah yang secara eksplisit menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam seluruh produk dan layanannya. Dalam penilitian ini, pertimbangan religiusitas seperti kehalalan produk, penerapan prinsip bebas riba, dan kesesuaian layanan dengan nilai-nilai Islam kurang relevan untuk dijadikan faktor penentu dalam keputusan Generasi Z untuk terus menggunakan SeaBank dan Bank Jago. Generasi Z Muslim pengguna kedua bank digital tersebut tampaknya lebih mendahulukan pertimbangan fungsional seperti manfaat dan kemudahan layanan dibandingkan pertimbangan keagamaan terkait dengan continuance intention pada bank digital konvensional.

   Hasil pengujian menunjukkan nilai effect size (f^2) Religiusitas sebesar 0,021 yang tergolong dalam kategori kecil turut mengonfirmasi bahwa kontribusi variabel ini terhadap pembentukan Continuance Intention sangat terbatas dalam model struktural penelitian ini. Meskipun arah hubungan yang positif menunjukkan bahwa secara substantif religiusitas tetap memiliki kecenderungan untuk mendukung

continuance intention, namun pengaruhnya belum cukup kuat untuk dibuktikan secara statistik dalam layanan bank digital konvensional. Penelitian ini dapat menjadi temuan yang menarik mengingat mayoritas responden merupakan mahasiswa UII yang memiliki latar belakang beragama Islam (Muslim), namun pertimbangan religiusitas tidak terbukti secara signifikan mendorong mereka untuk terus menggunakan SeaBank dan Bank Jago.

Temuan ini konsisten dengan konsep pragmatisme digital (digital pragmatism) Generasi Z yang diidentifikasi (Izzaturrahman et al., 2025) yaitu kecenderungan Generasi Z memprioritaskan pertimbangan utilitas dan kemudahan dibanding doktrin keagamaan dalam keputusan transaksi finansial harian, sebuah pola yang turut dikonfirmasi (Rahmi, 2021) pada minat investasi produk syariah, di mana persepsi kemudahan justru lebih menentukan dibanding religiusitas semata. Dari perspektif Maqasid al-Shari‘ah yang telah diuraikan, temuan ini juga dapat dimaknai bahwa Generasi Z Muslim dalam penelitian ini cenderung menilai kemaslahatan (maṣlaḥah) suatu layanan finansial dari manfaat fungsional yang dirasakan secara langsung, bukan dari status syariah formal produk, sejalan dengan pandangan (Omar & Rahman, 2021) bahwa evaluasi Maqasid al-Shari‘ah semestinya melampaui label “syariah vs konvensional” semata. Kondisi ini turut diperkuat oleh keterbatasan struktural: hingga saat ini belum tersedia bank digital berbasis syariah dengan user experience, ekosistem, dan skala pengguna yang setara dengan SeaBank atau Bank Jago, sehingga Generasi Z Muslim yang mengutamakan kepraktisan cenderung tidak memiliki alternatif syariah yang sepadan untuk dipertimbangkan (Izzaturrahman et al., 2025).

Dari sudut pandang Maqasid al-Shari‘ah temuan ini dapat dimaknai lebih lanjut bahwa dimensi konsekuensial *(consequential)* dari religiusitas, yakni sejauh mana keyakinan agama termanifestasi dalam perilaku ekonomi sehari-hari (Glock & Stark, 1965), belum sepenuhnya

terwujud dalam praktik pemilihan instrumen keuangan digital Generasi Z Muslim, meskipun dimensi keyakinan *(ideological)* dan pengetahuan *(intellectual)* mereka relatif tinggi. Kesenjangan ini sejalan dengan argumen (Dusuki & Abdullah, n.d.) bahwa maslahah sejati baru tercapai ketika nilai-nilai syariah terintegrasi secara substantif dalam keputusan ekonomi sehari-hari, bukan sekedar dipahami secara kognitif-normatif semata.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Virgiawan et al., 2024) yang menemukan bahwa religiusitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap adopsi pembayaran digital di kalangan mahasiswa universitas Islam di Yogyakarta. Namun temuan ini berbeda dengan penelitian (N & Sutarso, 2021) yang menemukan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan berkelanjutan dompet digital, serta (Dahlan et al., 2025) yang membuktikan religiusitas berdampak positif dan signifikan terhadap continuance intention perbankan syariah. Perbedaan hasil ini dapat dipahami karena penelitian tersebut mengkaji layanan keuangan berbasis syariah yang secara langsung berkaitan dengan nilai-nilai keagamaan, sehingga religiusitas menjadi faktor yang lebih relevan dan determinan. Sehingga temuan ini memberikan kontribusi ilmiah bahwa religiusitas lebih berperan signifikan terhadap layanan keuangan syariah dibandingkan pada bank digital konvensional seperti SeaBank dan Bank Jago.

4. Temuan Keseluruhan

Secara keseluruhan, ketiga temuan hipotesis dalam penelitian im membentuk satu pola yang terintegritas, yaitu continuance intention Generasi Z terhadap SeaBank dan Bank Jago dibentuk oleh evaluasi rasional dan fungsional, utilitas dan kemudahan, sebagaimana diprediksi TAM (Davis, 1989) dan ECM-IS (Bhattacherjee, 2001), sementara pertimbangan nilai personal (religius) belum terbukti berperan signifikan pada bank digital konvensional. Nilai koefisien

determinasi (R^2) sebesar 0,429 menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara simultan mampu menjelaskan hampir separuh variasi continuance intention, sebuah capaian yang tergolong wajar mengingat kompleksitas perilaku keberlanjutan penggunaan teknologi finansial yang secara realistis juga dipengaruhi faktor-faktor di luar model penelitian ini, seperti kepercayaan (trust), keamanan yang dirasakan (perceived security) dan pengaruh sosial (social influence), sebagaimana turut direkomendasikan untuk dikaji peneliti selanjutnya. Pola temuan ini menggarisbawahi bahwa dalam ekosistem bank digital konvensional, faktor pendorong loyalitas generasi Z Muslim bersifat lebih universal (utilitarian) dibanding religius, sebuah wawasan yang relevan bagi pengembang strategi bisnis penyedia layanan bank digital (SeaBank dan Bank Jago).

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Perceived Usefulness (X1), Perceived Ease of Use (X2), dan Religiusitas (X3) terhadap Continuance Intention (Y) Generasi Z dalam penggunaan bank digital SeaBank dan Bank Jago di Universitas Islam Indonesia. Berdasarkan hasil pengumpulan data dari 100 responden dan analisis menggunakan metode Partial Least Squares – Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS 4, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perceived Usefulness berpengaruh positif dan signifikan terhadap Continuance Intention Generasi Z dalam penggunaan bank digital SeaBank dan Bank Jago. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai t-statistik sebesar 6,128 yang melampaui ambang batas 1,96 dan nilai p-value sebesar 0,000 yang berada di bawah taraf signifikansi 0,05, dengan koefisien jalur sebesar 0,438. Temuan ini mengonfirmasi bahwa semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan oleh Generasi Z dalam menggunakan layanan SeaBank dan Bank Jago, seperti kemudahan mengelola transaksi, peningkatan produktivitas, dan efektivitas aktivitas keuangan sehari-hari, maka semakin kuat pula niat mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) diterima.
2. Perceived Ease of Use berpengaruh positif dan signifikan terhadap Continuance Intention Generasi Z dalam penggunaan bank digital SeaBank dan Bank Jago. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai t-statistik sebesar 6,053 yang melampaui ambang batas 1,96 dan nilai p-value sebesar 0,000 yang berada di bawah taraf signifikansi 0,05, dengan koefisien jalur sebesar 0,419. Temuan ini mengonfirmasi bahwa semakin mudah aplikasi SeaBank dan Bank Jago digunakan oleh

Generasi Z, maka semakin kuat pula niat mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) diterima.

3. Religiusitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Continuance Intention Generasi Z dalam penggunaan bank digital SeaBank dan Bank Jago. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai t-statistik sebesar 1,401 yang berada di bawah ambang batas 1,96 dan nilai p-value sebesar 0,161 yang melampaui taraf signifikansi 0,05, dengan koefisien jalur sebesar 0,111. Temuan ini bermakna bahwa pada bank digital konvensional seperti SeaBank dan Bank Jago, nilai religiusitas belum menjadi pertimbangan determinan dalam keputusan penggunaan berkelanjutan Generasi Z, sebuah pola yang konsisten dengan fenomena pragmatisme digital Generasi Z, di mana pertimbangan utilitas dan kemudahan lebih dominan dibanding doktrin keagamaan dalam keputusan transaksi finansial harian. Dari perspektif Maqasid al-Syariah, temuan ini dapat dimaknai bahwa Generasi Z menilai kemaslahatan (maslahah) suatu layanan finansial dari manfaat fungsional yang dirasakan secara langsung, bukan dari status syariah. populasi yang secara umum memiliki paparan pengetahuan keislaman relatif tinggi ini pun tetap tidak menunjukkan pengaruh religiusitas yang signifikan, sehingga mengindikasikan adanya kesenjangan antara pengetahuan normatif dan praktik konsumsi keuangan digital sehari-hari. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) ditolak.

Secara keseluruhan, model struktural dalam penelitian ini mampu menjelaskan 42,9% varians dari variabel Continuance Intention ($R^2 = 0,429$) yang berada pada kategori lemah (weak) menurut Hair et al. (2022). Hal ini mengindikasikan bahwa masih terdapat 57,1% varians Continuance Intention yang dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian ini. Di antara ketiga variabel independen, Perceived Usefulness merupakan prediktor dengan kontribusi paling dominan dengan nilai f^2

sebesar 0,326 (kategori sedang), diikuti Perceived Ease of Use sebesar 0,304 (kategori sedang), dan Religiusitas sebesar 0,021 (kategori kecil).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan, dan keterbatasan yang telah diuraikan di atas, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. **Saran bagi SeaBank dan Bank Jago**

   Berdasarkan temuan penelitian ini, Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terbukti menjadi faktor utama yang mendorong Continuance Intention Generasi Z. Oleh karena itu, SeaBank dan Bank Jago disarankan untuk terus mengembangkan dan meningkatkan fitur-fitur yang memberikan manfaat nyata bagi Generasi Z, seperti integrasi layanan pembayaran yang lebih luas, fitur pengelolaan keuangan personal, serta mempertahankan antarmuka aplikasi yang intuitif dan responsif agar pengalaman pengguna tetap optimal.

2. **Saran bagi Otoritas Jasa Keuangan (OJK)**

   OJK disarankan untuk mendorong inovasi layanan perbankan digital yang berorientasi pada manfaat nyata bagi Generasi Z melalui regulasi yang mendukung pengembangan fitur perbankan digital yang inklusif, serta memperkuat program literasi keuangan digital guna mendukung tercapainya target inklusi keuangan nasional sebesar 98% pada tahun 2045.

3. **Saran bagi peneliti selanjutnya**

   Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat menjadi peluang bagi peneliti selanjutnya. Pertama, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel mediasi seperti kepuasan pengguna (user satisfaction) atau kepercayaan (trust) ke dalam model penelitian sesuai ECM-IS (Bhattacherjee, 2001). Kedua, memperluas cakupan populasi penelitian di luar lingkungan UII agar temuan dapat lebih digeneralisasikan. Ketiga, bagi peneliti yang ingin mengkaji pengaruh religiusitas terhadap continuance intention, disarankan untuk memilih objek penelitian berupa bank syariah digital agar relevansi

variabel religiusitas lebih kuat secara teoritis dan empiris. Keempat, menambahkan variabel lain seperti persepsi keamanan (perceived security), kualitas layanan (service quality), atau nilai yang dirasakan (perceived value) untuk menghasilkan model penelitian yang lebih komprehensif dan memiliki daya prediksi yang lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Afghani, M. F., & Yulianti, E. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking Di Bank Bri Surabaya. *Journal of Business & Banking*, *6*(1), 113. https://doi.org/10.14414/jbb.v6i1.898

Amelia, C., Fitri, H. S., Keuangan, D., Akuntansi, J., & Jakarta, P. N. (2025). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat , dan Fitur Pada Minat Menggunakan Bank Digital Seabank*. *4*(2), 6884–6891.

Amoroso, D., & Lim, R. (2017). *The mediating e ff ects of habit on continuance intention*. *37*(January), 693–702. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.05.003

Ashur, I. (2001). *Maqāṣid al-Sharī'ah al-Islāmiyyah*.

Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). *Pengaruh Manfaat , Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater : Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta (The Influence of Perceived Usefulness , Ease of Use and Income on Interest in Using Paylater : A Case Study of People in DKI Jakarta*. *2*(4), 309–325.

Bagus, M., Wibowo, S., Iqbal, M., & Info, A. (2021). *Faktor Pengetahuan dan Religiusitas Generasi Z Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*. *13*(1), 93–106.

Bhattacherjee. (2001). *Understanding Information Systems Continuance: An Expectation Confirmation Model*. *25*(3), 351–370.

Dahlan, R., Susanto, E., Fauzi, A., & Fauzi, M. (2025). *Is the Continuity of Islamic Banking Usage Related to Customer Religiosity ?* *2*(2), 173–198. https://doi.org/10.24235/jiesbiv1i3

David, F., Kerans, D., Widyastuti, U., & Berutu, M. B. (2025). *Pengaruh Perceived usefulness , Perceived ease of use , dan Perceived security terhadap Continuance Intention melalui Trust*. *4*(9), 2275–2291.

Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Technology Information*. *13*(3), 319–340.

Dhiza, R. (2026). *Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan bank digital seabank pada generasi z dan milenial*. *5*(2), 189–202.

Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (n.d.). *Corporate Social Responsibility*.

Fauzi. (2024). *Peran literasi keuangan, promosi, dan religiusitas terhadap minat generasi z pada bank syariah di kabupaten kudus*. *4*(1), 41–54. https://doi.org/10.55252/annawawi.v4i1.45

Friska. (2026). *Analisis Minat Penggunaan QRIS secara Berkelanjutan di kalangan Generasi Z: Mengintegrasikan TAM dan ECM dengan Kepercayaan dan Persepsi Risiko sebagai Moderator*. *8*(1), 115–130.

Hafizh, M. D., Suroso, A. I., & Ratono, J. (2024). *Factor Affecting Continuance Intention Towards Adoptions of LINKAJA Mobile Payment*. *10*(3), 768–779.

Hair et al. (2022). *A Prime On Partial Least Aquare Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.

Hari, Rizky, H. (2025). *The Influance Of Customer Religiosity Commitment On Continuance Intention of Shariah Mobile Banking With Trust In Mobile Banking As A Mediator Among Millenial Generation In Klaten Regency*. *11*(03), 142–152.

Hsu, C., & Lin, J. C. (2015). *What drives purchase intention for paid mobile apps?– An expectation confirmation model with perceived value*. *14*, 46–57.

Ida, A. &. (2025). *Perilaku Keuangan Generasi Z: Peran Penerapan Financial Technology, Literasi Keuangan dan Efeksi diri*. 365–379.

Indrarini, A. &. (2024). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Religiusitas terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah pada Masyarakat Kabupaten Sidoarjo*. *7*, 158–171.

Indraweari, N. K., Wahyudi, D. Y., Suryadi, N., & Indonesia, D. (2025). *The Determinants in The Adoption of Banking Application Technology (Wondr by BNI)*. *17*, 92–110. https://doi.org/10.26740/jaj.v17n1.p.92-110

Izzaturrahman, M. D., Syahputri, N. A., & Prasetyo, H. (2025). *Practical Motivation : The Dominant Factor in Generation Z ' s Adoption of Sharia Fintech*. *4*, 1772–1779. https://doi.org/10.59525/jess.1288

Limayem, M., Hirt, S. G., Cheung, C. M. K., & Hirt, S. G. (2007). *How Habit Limits the Predictive Power of Intention: The Case of Information Systems Continuance*. *31*(4), 705–737.

Murobbi, M. N. (n.d.). *Analisis Tingkat Pendidikan , Pendapatan dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumen Muslim di Kota Tangerang*. 32–46.

N, A. R. A., & Sutarso, Y. (2021). *Peran Kepercayaan, Manfaat dan Religiusitas dalam Meningkatkan Niat Menggunakan Kembali Dompet Digital*. *10*(2), 181–196. https://doi.org/10.14414/jbb.v10i2.2172

Nguyen, G., & Dao, T. T. (n.d.). *Factors influencing continuance intention to use mobile banking: an extended expectation-confirmation model with moderating role of trust*. *2024*. https://doi.org/10.1057/s41599-024-02778-z

Nurahmasari, M., Silfiyah, S. N., & Pangaribuan, C. H. (2023). *The Intention to Use Digital Banking Services among Gen Z in Indonesia Based on the Technology Acceptance Model (TAM)*. *5*(1), 15–31.

Nurmajid, D. N., Fitriati, A., Dirgantari, N., & Winarni, D. (2023). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan, Keandalan dan Religiusitas pada Pengguna Mobile Banking Bank Syariah Indonesia*. *9*(2), 127–141.

OJK. (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) OJK*.

Olivia, M., & Marchyta, N. K. (2022). *The Influence of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on E-Wallet Continuance Intention : Intervening Role of Customer Satisfaction*. *24*(1). https://doi.org/10.9744/jti.24.1

Piolita Zulfa. (2024). *Pengaruh pengetahuan tentang riba nasiah dan religiusitas terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah*. *2*(1), 115–131.

Populix. (2024). *Studi Analisis Ekosistem dan Persepsi terhadap Bank Digital di Indonesia Daftar Isi*.

Poromatikul, C., Mayer, P. De, Pemasaran, D., Manajemen, F., Mahidol, U., Zaby, S., Keuangan, D., & Manajemen, F. (2021). *Faktor-faktor yang Mendorong Niat untuk Terus Menggunakan Aplikasi Bank Digital*. https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2018-0224

Putri, J., Br, N., Sihombing, N. E. T., & Manalu, D. (2026). *Pengaruh Keamanan Data Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi*

Bale by BTN Pada Masyarakat Kec . Medan Timur. *13*(1), 57–66.

Rahmawati, M., & Rosa, A. (2024). *Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital DANA (Studi Kasus pada Generasi Z di Kota Palembang) Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*. *6*(3), 1395–1406. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.3785

Riska Selvia, Femei Purnama Sari, & Anggun Okta Fitri. (2025). Pengembangan Layanan Perbankan Digital dalam Perbankan Syariah. *Jurnal Bersama Ilmu Ekonomi (EKONOM)*, *1*(2), 103–110. https://doi.org/10.55123/ekonom.v1i2.111

Sugiyono. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*.

Tulung, P. H. & J. (2023). *Dampak Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Perceived Value terhadap Niat Pengguna untuk Terus Menggunakan ShopeePay*. *11*(3), 1473–1486.

Ubaidillah, M. Y., Pramana, E., & Chandra, H. (2023). *Continuance Intention pada Aplikasi Mobile Payment dengan Menggunakan Extended Expectation Confirmation Model*. *5*(2), 149–161.

Vaddhano, N. (2023). *Niat Berkelanjutan Aplikasi Mobile Banking di Indonesia : Model TAM-Delone dan Mclean Terintegrasi Machine*. *7*(12), 1–22.

Virgiawan, R., Aditya, A., & Mohamad, R. D. (2024). *The Impact of Religiosity and User Perceptions on Mobile Payment Adoption Among Atudents at Islamic Universitas in Yogyakarta*. *07*(02), 220–243.

Yulianti, D. (2025). *Analisis Penerimaan Pengguna Terhadap Layanan SeaBank dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. *19*(2), 180–191.

LAMPIRAN

A. Kuesioner

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat,

Perkenalkan saya Nova Rahmawati (22423055), mahasiswi Program Studi Ekonomi Islam, Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang menyusun tugas akhir (skripsi) dengan judul: **"Faktor-Faktor yang Memengaruhi Continuance Intention Generasi Z terhadap Penggunaan Bank Digital (Studi pada SeaBank dan Bank Jago)"**

Melalui kuesioner ini, saya mengharapkan kesedian Saudara/i untuk berpartisipasi sebagai responden. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat Generasi Z untuk terus menggunakan layanan bank digital, khususnya SeaBank dan Bank Jago.

Kriteria responden:

1. Beragama Islam (Muslim)
2. Mahasiswa aktif Universitas Islam Indonesia
3. Termasuk Generasi Z (berusia 18-25 tahun)
4. Pengguna aktif SeaBank atau Bank Jago

Seluruh data yang diberikan akan dijaga kerahasiannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Tidak ada jawaban yang benar ataupun salah. Oleh karena itu, saya berharap Saudara/i memberikan jawaban yang jujur sesuai dengan pengalaman dan kondisi yang sebenarnya.

Apabila terdapat pertanyaan terkait penelitian maupun pengisian kuesioner, Saudara/i dapat menghubungi peneliti melalui email: **22423055@students.uii.ac.id**.

Atas waktu, perhatian, dan kesediaan Saudara/i untuk berpartisipasi dalam penelitian ini, saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

1. **Petunjuk Pengisian Kuesioner**

   Silahkan beri tanda atau pilih kolom sesuai dengan pendapat anda terhadap setiap pernyataan.

   5. Sangat Setuju
   4. Setuju
   3. Netral
   2. Tidak Setuju
   1. Sangat Tidak Setuju

2. **Screening**

   a. Apakah Anda seorang muslim?
   b. Apakah anda mahasiswa aktif Universitas Islam Indonesia?
   c. Apakah anda termasuk Generasi Z?
   d. Apakah anda pengguna aktif bank digital?

3. **Identitas Responden**

   a. Apakah Anda seorang muslim?
   b. Apakah anda mahasiswa aktif Universitas Islam Indonesia?
   c. Apakah anda termasuk Generasi Z?
   d. Apakah anda pengguna aktif bank digital?

5. **Identitas responden**

   a. Nama
   b. Usia
   c. NIM
   d. Fakultas

B. Pernyataan Penelitian

1. **Perceived Usefulness (X1)**

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1	Menggunakan bank digital membantu saya mengelola transaksi keuangan dengan lebih baik.					
2	Menggunakan bank digital membuat aktivitas transaksi keuangan saya menjadi lebih efisien.					
3	Menggunakan bank digital membantu saya menyelesaikan transaksi keuangan dengan lebih cepat.					
4	Menggunakan bank digital membantu saya menyelesaikan transaksi keuangan secara lebih tepat dan efektif.					

2. **Perceived Ease of Use (X2)**

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
5	Saya merasa bahwa mempelajari cara menggunakan fitur-fitur bank digital sangat mudah.					
6	Bank digital memenuhi keinginan saya dalam bertransaksi					
7	Saya bisa menguasai cara menggunakan fitur-fitur bank digital dalam waktu singkat.					
8	Saya merasa mudah menyelesaikan transaksi keuangan melalui aplikasi bank digital.					

3. **Religiusitas (X3)**

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
9	Saya merasa lebih tenang ketika					

	menggunakan layanan bank digital karena tidak bertentangan dengan nilai-nilai agama					
10	Saya merasakan kemudahan menjalankan kewajiban keagamaan, seperti membayar zakat atau infak, ketika menggunakan layanan bank digital.					
11	Keyakinan agama saya memengaruhi cara saya dalam mempertimbangkan penggunaan layanan bank digital.					
12	Pengetahuan agama membantu saya menilai apakah suatu layanan bank digital sesuai dengan prinsip yang saya yakini.					
13	Nilai-nilai agama yang saya yakini memengaruhi keputusan saya untuk terus menggunakan atau tidak menggunakan layanan bank digital					

4. **Continuance Intention (Y)**

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
14	Saya berniat untuk terus menggunakan bank digital di masa mendatang.					
15	Saya akan tetap menggunakan bank digital untuk mendukung kebutuhan transaksi keuangan					
16	Saya akan merekomendasikan penggunaan bank digital kepada orang lain.					

C. Hasil Data Kuesioner

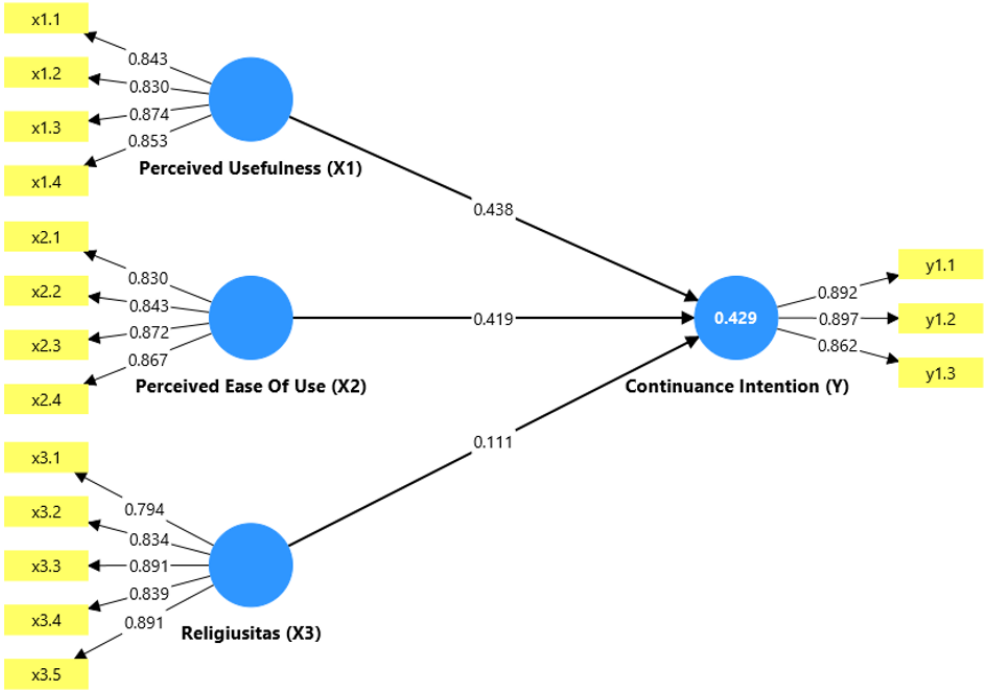
	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	y1.1	y1.2	y1.3
1																
2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
3	3	2	2	1	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	1
4	2	2	2	2	3	4	3	4	1	1	1	1	1	2	2	2
5	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	1	1	3	2	3
6	4	4	4	5	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3
7	3	2	3	2	3	3	3	3	2	1	1	1	1	4	4	3
8	4	3	2	2	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3
9	3	3	3	1	3	1	2	3	4	3	4	3	3	3	4	4
10	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	4	4	5	4	5	4
11	3	4	3	4	5	5	5	5	3	2	2	2	1	4	4	5
12	3	2	2	3	3	4	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2
13	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	4	2	2	3
14	2	2	2	3	4	5	3	4	3	4	3	3	3	2	4	3
15	2	1	1	1	2	3	2	2	3	2	3	3	2	1	1	2
16	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	4	2	2	2
17	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	4	3	4	5
18	3	1	2	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	4	3	4
19	4	3	3	3	3	2	2	2	4	4	5	5	4	3	3	2
20	4	4	5	4	4	4	5	3	3	4	3	3	3	4	3	3
21	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	3	3	5
22	4	3	4	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3
23	2	2	1	1	4	4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2
24	2	4	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	4
25	3	3	4	4	1	1	2	2	3	1	3	2	3	4	3	3
26	2	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	2	3	4	4	4
27	3	3	2	2	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4
28	3	2	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	2
29	4	5	4	3	2	2	2	2	1	1	1	2	1	3	3	3
30	2	3	3	2	4	2	2	3	4	4	4	4	4	2	2	4
31	2	4	3	4	3	2	3	2	4	5	3	4	4	2	2	2
32	3	3	4	3	4	4	5	4	4	3	3	3	3	3	3	2
33	3	4	3	2	1	1	1	1	5	3	4	4	3	1	1	1
34	3	4	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3
35	3	3	2	3	4	3	3	2	5	5	4	5	4	2	2	3

36	4	2	4	2	3	2	2	3	3	3	4	4	3	4	4	4
37	2	2	2	3	5	5	4	4	2	3	4	3	4	4	4	3
38	3	2	2	3	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3
39	5	5	4	5	3	4	4	4	1	1	1	1	1	4	4	4
40	3	3	2	2	3	3	1	3	4	4	4	3	4	4	3	4
41	4	3	3	3	4	4	5	4	2	3	2	3	1	4	4	3
42	2	3	2	2	3	3	4	2	4	4	4	4	4	3	3	4
43	3	4	3	2	2	2	2	2	3	4	3	3	3	2	2	1
44	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4
45	4	4	5	3	1	2	2	1	3	3	3	4	2	3	2	3
46	1	1	2	2	2	2	1	2	3	3	2	3	2	1	2	1
47	3	3	2	3	1	1	1	1	3	3	3	3	2	2	1	2
48	2	3	3	2	3	4	4	3	2	2	4	2	3	3	3	3
49	4	3	4	3	5	3	4	4	2	2	3	3	3	3	4	3
50	4	4	4	5	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2
51	3	4	4	3	4	2	4	4	5	4	3	5	4	3	4	4
52	4	2	3	3	2	3	4	2	4	3	3	4	4	3	4	4
53	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5
54	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	4	4	4	3	2	2
55	5	3	4	5	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	4
56	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5
57	3	4	4	4	3	1	2	2	2	3	2	2	3	4	3	3
58	2	2	3	3	5	4	4	3	3	3	1	1	2	3	3	2
59	2	4	3	2	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
60	4	2	2	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	2	2	3
61	2	2	3	2	1	2	1	2	4	5	4	3	4	1	2	1
62	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	5	5	3
63	3	2	3	3	2	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3
64	5	4	4	4	4	4	3	4	1	2	3	2	3	4	4	4
65	3	4	4	4	3	3	4	3	2	3	2	3	4	2	2	3
66	2	2	1	2	1	2	2	2	3	3	2	3	3	3	1	3
67	3	4	2	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5
68	5	5	4	5	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3
69	2	2	2	2	3	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	3
70	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	1	2	4	3	3

71	3	3	3	2	4	3	3	3	2	1	2	2	2	3	2	3
72	1	1	1	1	5	4	3	5	1	1	2	1	2	1	2	2
73	5	4	5	5	3	2	3	4	3	2	4	3	3	3	3	3
74	2	3	2	2	1	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2
75	5	5	4	3	4	3	4	3	5	5	5	5	5	4	3	4
76	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2
77	1	1	1	1	4	4	4	4	2	3	3	3	3	2	1	2
78	2	3	2	1	4	5	4	4	2	2	2	2	3	3	3	3
79	2	3	2	2	2	3	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2
80	4	3	4	4	2	4	3	2	5	4	4	4	4	3	3	3
81	3	4	4	4	2	2	2	3	3	3	4	4	2	1	2	1
82	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	5	4
83	4	5	4	5	2	3	4	2	3	3	3	3	2	4	4	3
84	4	5	4	3	3	4	4	4	3	2	2	3	3	4	3	4
85	3	4	4	5	3	3	3	2	5	4	4	3	4	3	4	3
86	5	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	2	4	5	4	4
87	3	2	3	2	2	3	2	2	3	4	4	4	4	3	2	3
88	2	2	2	3	4	4	2	4	3	2	2	2	3	2	3	2
89	3	3	4	3	2	3	3	3	1	2	3	3	2	3	3	3
90	3	3	4	3	3	4	3	2	2	2	3	2	3	4	3	3
91	2	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	2
92	4	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	3	2	2	2
93	2	3	3	4	3	3	4	4	2	3	2	2	2	3	2	3
94	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4
95	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	4	2	3	3	3
96	5	4	3	4	1	2	2	2	1	2	3	2	2	3	4	4
97	2	1	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	1	1	1
98	3	3	2	3	5	2	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3
99	3	2	3	4	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3
100	3	2	1	1	2	3	4	4	3	3	3	2	3	4	2	3
101	3	3	2	2	4	3	3	3	3	2	2	3	4	3	2	3

D. Hasil Uji Analisis Data

1. OuterModel



AVE

Construct reliability and validity - Overview

	Cronbach's alpha	Composite reliability (r...	Composite reliability (r...	Average variance extrac...
Continuance Intention (Y)	0.860	0.865	0.915	0.781
Perceived Ease Of Use (X2)	0.876	0.895	0.914	0.728
Perceived Usefulness (X1)	0.872	0.873	0.913	0.723
Religiusitas (X3)	0.911	1.005	0.929	0.724

HTMT

Discriminant validity - Heterotrait-monotrait ratio (HTMT) - Matrix

	Continuance Intention (Y)	Perceived Ease Of Use (...	Perceived Usefulness (X1)	Religiusitas (X3)
Continuance Intention (Y)				
Perceived Ease Of Use (X2)	0.513			
Perceived Usefulness (X1)	0.561	0.105		
Religiusitas (X3)	0.205	0.100	0.186	

Reliabilitas

Construct reliability and validity - Overview

	Cronbach's alpha	Composite reliability (r...	Composite reliability (r...	Average variance extrac...
Continuance Intention (Y)	0.860	0.865	0.915	0.781
Perceived Ease Of Use (X2)	0.876	0.895	0.914	0.728
Perceived Usefulness (X1)	0.872	0.873	0.913	0.723
Religiusitas (X3)	0.911	1.005	0.929	0.724

2. Inner Model

Koefisien Determinasi (R^2)

R-square - Overview

	R-square	R-square adjusted
Continuance Intention (Y)	0.429	0.411

Predictive Relevance (Q^2)

PLSpredict LV summary - PLS-SEM

	Q^2predict	RMSE	MAE
Continuance Intention (Y)	0.391	0.799	0.634

Effect Size (f^2)

f-square - Matrix

	Continuance Intention (Y)	Perceived Ease Of Use (...	Perceived Usefulness (X1)	Religiusitas (X3)
Continuance Intention (Y)				
Perceived Ease Of Use (X2)	0.304			
Perceived Usefulness (X1)	0.326			
Religiusitas (X3)	0.021			

Hipotesis

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values

Copy to

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (ST...	T statistics (|O/STDEV|)	P values
Perceived Ease Of Use (X2) -> Continuance Intention (Y)	0.419	0.419	0.069	6.053	0.000
Perceived Usefulness (X1) -> Continuance Intention (Y)	0.438	0.437	0.072	6.128	0.000
Religiusitas (X3) -> Continuance Intention (Y)	0.111	0.128	0.079	1.401	0.161