

**PENGARUH *EFFORT EXPECTANCY* DAN *PERFORMANCE EXPECTANCY*
TERHADAP PERILAKU *DIGITAL BANKING* DENGAN SIKAP SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA NASABAH MILENIAL DAN GENERASI Z DI KABUPATEN
BANYUMAS (STUDI BERBASIS TEORI UTAUT)**



TESIS

Karya Tulis ini sebagai salah satu syarat
Untuk memperoleh gelar Magister Manajemen

Disusun Oleh

AJENG WINDA HASANAH PUTRI
NIM. 22231511

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA dan BISNIS
UNIVERSITAS BPD
2026**

**PENGARUH *EFFORT EXPECTANCY* DAN *PERFORMANCE EXPECTANCY*
TERHADAP PERILAKU *DIGITAL BANKING* DENGAN SIKAP SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA NASABAH MILENIAL DAN GENERASI Z DI KABUPATEN
BANYUMAS (STUDI BERBASIS TEORI UTAUT)**

Ajeng Winda Hasanah Putri
NIM 22231511

Program Magister Manajemen Universitas BPD
ajengwindahasanahp@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh *performance expectancy* dan *effort expectancy* terhadap perilaku *digital banking* pada nasabah Milenial dan Generasi Z di Kabupaten Banyumas, dengan fokus pada peran mediasi sikap. Menggunakan teori Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), studi ini mengumpulkan data dari 400 responden melalui kuesioner daring dan dianalisis menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy* ($\beta=0,377$, $p<0,001$) dan *effort expectancy* ($\beta=0,283$, $p<0,001$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku *digital banking*. Kedua ekspektasi tersebut juga secara positif membentuk sikap nasabah terhadap *digital banking* (PE: $\beta=0,428$, $p<0,001$; EE: $\beta=0,277$, $p<0,001$), yang selanjutnya secara signifikan mendorong Perilaku ($\beta=0,242$, $p<0,001$). Temuan krusial adalah sikap berperan sebagai mediator parsial yang signifikan, memperkuat dampak *performance expectancy* ($\beta=0,104$, $p<0,001$) dan *effort expectancy* ($\beta=0,067$, $p<0,001$) terhadap Perilaku *digital banking*. Model ini berhasil menjelaskan 61,8% varians dalam Perilaku *digital banking*, menggarisbawahi interaksi penting antara persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, sikap, dan perilaku aktual. Implikasinya, institusi keuangan perlu memprioritaskan demonstrasi manfaat nyata dan antarmuka yang ramah pengguna untuk menumbuhkan sikap positif dan meningkatkan perilaku layanan perbankan digital di kalangan demografi muda.

Kata Kunci: *Perilaku Digital Banking*, UTAUT, *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, Sikap, Milenial, Generasi Z

Abstract

This study investigates the influence of performance expectancy and effort expectancy on digital banking use behavior among Millennials and Gen Z in Banyumas Regency, exploring the mediating role of attitude. Utilizing the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), the research surveyed 400 respondents, employing Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Findings indicate that both performance expectancy ($\beta=0.377$, $p<0.001$) and effort expectancy ($\beta=0.283$, $p<0.001$) significantly and positively influence digital banking use behavior. Furthermore, these expectancies also positively shape users' attitudes towards digital banking (PE: $\beta=0.428$, $p<0.001$; EE: $\beta=0.277$, $p<0.001$), which in turn significantly drives use behavior ($\beta=0.242$, $p<0.001$). Importantly, attitude acts as a significant partial mediator, amplifying the impact of both performance expectancy ($\beta=0.104$, $p<0.001$) and effort expectancy ($\beta=0.067$, $p<0.001$) on digital banking use behavior. The model explains 61.8% of the variance in digital banking use behavior, highlighting the crucial interplay between perceived benefits, ease of use, attitudes, and actual use behavior. These results underscore the importance for financial institutions to focus on demonstrating tangible benefits and ensuring

user-friendly interfaces to foster positive attitudes, ultimately enhancing digital banking uptake among younger demographics.

Keywords: Digital banking Use behavior, UTAUT, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Attitude, Millennials, Gen Z

1. Pendahuluan

Era digital telah mengubah lanskap kehidupan masyarakat secara fundamental, dengan generasi Milenial dan Generasi Z sebagai garda terdepan penggunaan dan pemanfaatan teknologi digital. Karakteristik demografis dan preferensi budaya dari kedua generasi ini mendorong mereka untuk berinteraksi dengan dunia digital dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal pengelolaan keuangan. Fenomena ini diperkuat oleh data statistik yang menunjukkan peningkatan pesat dalam transaksi perbankan digital. Pada November 2024, tercatat pertumbuhan sebesar 40,1% (YoY) untuk transaksi perbankan digital yang didominasi oleh generasi Milenial dan Gen Z. Bank Indonesia sendiri memproyeksikan tren positif ini akan terus berlanjut, didukung oleh kenaikan volume transaksi BI-Fast sebesar 34,1% menurut data CNBC (2024.), yang mengindikasikan pergeseran signifikan dari metode transaksi konvensional ke platform digital. Potensi pasar yang sangat besar ini membuka peluang bagi institusi keuangan untuk mengoptimalkan layanan perbankan digital, namun di sisi lain juga memunculkan pertanyaan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku dan pemanfaatan layanan tersebut oleh kedua generasi tersebut.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Banyumas Tahun 2024, terdapat populasi signifikan yang termasuk dalam kategori Gen Z (usia 13-28 tahun) sebanyak sekitar 385.060 penduduk, serta generasi Milenial (usia 28-43 tahun) yang berjumlah sekitar 290.555 penduduk. Kombinasi kedua generasi ini mewakili segmen konsumen yang tidak hanya dominan secara jumlah pada saat ini, tetapi juga akan menjadi tulang punggung ekonomi dan pengguna utama layanan keuangan di masa depan. Meskipun potensi pasar ini besar, perilaku *digital banking* pada kedua generasi ini ditentukan oleh sejauh mana layanan tersebut mampu memenuhi ekspektasi mereka. Dalam konteks ini, *performance expectancy (PE)* dan *effort expectancy (EE)* menjadi faktor penting yang menentukan apakah teknologi tersebut dianggap bernilai atau tidak. Ini menjadi faktor utama yang meruntuhkan keraguan dan membentuk sikap positif untuk beralih sepenuhnya dari transaksi konvensional ke platform digital. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai faktor tersebut menjadisesensial bagi perbankan dalam mengoptimalkan layanan *digital banking*.

Teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* oleh Venkatesh et al. 2003, menawarkan kerangka kerja yang komprehensif. Teori ini mengidentifikasi empat konstruk utama yang memengaruhi niat berperilaku dan perilaku penggunaan teknologi: *Performance Expectancy (PE)*, *Effort Expectancy (EE)*, *Social Influence (SI)* dan *Facilitating Conditions (FC)*. Namun, pada penelitian ini hanya diambil dua variable utama yaitu *performance expectancy* dan *effort expectancy* untuk memfokuskan penelitian secara mendalam dari sisi perspsi langsung pengguna terhadap teknologi tersebut dan menghindari bias dari faktor luar. Dalam konteks *digital banking*, PE dapat merujuk pada persepsi kemudahan transaksi dan efisiensi waktu, sementara EE terkait dengan kemudahan navigasi aplikasi dan proses otentikasi. Meskipun teori UTAUT memberikan landasan yang kuat, secara empiris dalam konteks Perilaku *digital banking* di Indonesia khususnya pada segmen Milenial dan Gen Z, menunjukkan adanya variasi temuan yang menarik dan mengindikasikan kesenjangan penelitian yang signifikan.

Beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan di Indonesia, seperti studi oleh Pramana et al. (2024); Rithmaya, Ardianto, and Sistiyanini (2024) justru menemukan bahwa *performance*

expectancy dan *effort expectancy* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku *digital banking* pada generasi muda. Temuan ini sangat kontradiktif jika dibandingkan dengan studi yang dilakukan di konteks internasional. Misalnya, penelitian di Arab Saudi oleh Alnemer (2022) dan di Yordania oleh Mansour et al. (2022) secara konsisten menjelaskan bahwa PE dan EE merupakan prediktor yang kuat dalam perilaku layanan *digital banking*. Perbedaan hasil ini menimbulkan pertanyaan krusial, mengapa faktor-faktor yang terbukti penting di negara lain tampaknya kurang berpengaruh di Indonesia pada segmen yang sama? Kesenjangan ini mengindikasikan adanya faktor-faktor kontekstual, seperti perbedaan budaya literasi digital, preferensi pengguna yang spesifik, kualitas infrastruktur teknologi yang bervariasi, atau bahkan karakteristik demografis dan sosio-ekonomi yang belum sepenuhnya dijelaskan.

Pada penelitian sebelumnya telah menguji berbagai prediktor dalam model UTAUT, namun masih terdapat kesenjangan yang jelas terkait pengujian peran mediasi variabel "sikap" (*attitude*) terhadap *digital banking*. Model UTAUT asli dan modifikasinya, termasuk UTAUT2 yang sering digunakan, umumnya menguji hubungan langsung antara ekspektansi (PE, EE) dan niat berperilaku, secara eksplisit memediasi pengaruh tersebut melalui pembentukan sikap. Kesenjangan ini sangat relevan mengingat penelitian ini mengusulkan sikap sebagai variabel mediasi. Penelitian oleh Ng, Schweitzer, and Lyons (2010; Santos and Ponchio (2021) menyoroti pentingnya faktor psikologis, namun tidak secara spesifik menguji sikap sebagai mediator dalam kerangka UTAUT. Dengan demikian, belum ada studi empiris yang komprehensif yang menguji secara mendalam bagaimana *performance expectancy* dan *effort expectancy* memengaruhi sikap nasabah Milenial dan Generasi Z terhadap *digital banking*. Kesenjangan ini penting untuk dijawab guna memahami mekanisme psikologis yang mendasari keputusan Perilaku.

Mayoritas penelitian yang ada cenderung berfokus pada cakupan geografis yang luas atau negara lain, seperti yang ditunjukkan oleh studi di Swedia oleh Dimitrova (2024), atau tinjauan sistematis yang mencakup berbagai konteks Shanti, Avianto, and Wibowo (2022). Meskipun studi di Indonesia juga telah dilakukan Pramana et al. (2024); Rithmaya, Ardianto, and Sistiyaning (2024), namun studi-studi tersebut seringkali tidak spesifik membatasi sampel pada demografi Milenial dan Generasi Z secara bersamaan, apalagi dalam konteks geografis yang terbatas seperti Kabupaten Banyumas. Hal ini menciptakan *gap* empiris yang kuat terkait pemahaman mengenai Perilaku *digital banking* pada segmen Milenial dan Generasi Z di wilayah Kabupaten Banyumas. Perbedaan dalam literasi digital, akses teknologi, preferensi budaya, serta persepsi terhadap layanan perbankan digital di daerah seperti Kabupaten Banyumas mungkin berbeda secara signifikan dari temuan studi yang dilakukan di kota-kota besar atau negara lain. Belum terdapat penelitian yang secara eksplisit menguji mekanisme psikologi (sikap) sebagai variabel mediasi PE dan EE di daerah non-metropolitan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan penelitian dengan menganalisis pengaruh *performance expectancy* dan *effort expectancy* terhadap Perilaku *digital banking* dengan sikap sebagai variabel mediasi menggunakan kerangka teori UTAUT.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diidentifikasi adanya kesenjangan penelitian baik secara teoritis maupun empiris. Pada penelitian ini terdapat beberapa pertanyaan penelitian (i) bagaimana pengaruh *performance expectancy* terhadap perilaku *digital banking* pada nasabah milenial dan Generasi Z di Kabupaten Banyumas (ii) bagaimana pengaruh *effort expectancy* terhadap perilaku *digital banking* pada nasabah milenial dan Generasi Z di Kabupaten Banyumas (iii) bagaimana pengaruh *performance expectancy* terhadap sikap dalam menggunakan *digital banking* pada nasabah milenial dan Generasi Z di Kabupaten Banyumas (iv) bagaimana pengaruh *effort expectancy* terhadap sikap dalam menggunakan *digital banking* pada nasabah milenial dan Generasi Z di Kabupaten Banyumas (v) bagaimana pengaruh sikap terhadap perilaku *digital banking* pada nasabah milenial dan Generasi Z di Kabupaten Banyumas (vi) bagaimana pengaruh *performance expectancy* terhadap perilaku *digital banking* melalui sikap sebagai variabel

mediasi pada nasabah milenial dan Generasi Z di Kabupaten Banyumas (vii) bagaimana pengaruh *effort expectancy* terhadap perilaku *digital banking* melalui sikap sebagai variabel mediasi pada nasabah milenial dan Generasi Z di Kabupaten Banyumas.

2. Kajian Pustaka

2.1 Telaah Pustaka

1. *Unified of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT)

Penelitian ini didukung oleh perspektif *Unified of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang merupakan sebuah model untuk menjelaskan perilaku pengguna terhadap teknologi informasi (Apaua and Lallie, 2022). Teori ini lahir dari delapan model teori Perilaku teknologi termasuk *Technology Acceptance Model* (TAM), *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan *Innovation Diffusion Theory* (IDT) yang meneliti tentang perilaku dan pengaruh yang dapat mendorong seseorang untuk menerima system teknologi. Tujuan dalam menggunakan model ini adalah untuk memahami bagaimana individu bereaksi terhadap pengenalan teknologi baru. Terdapat empat variable utama yang memengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan teknologi adalah sebagai berikut :

1. *Performance expectancy* (PE) : merupakan harapan pengguna mengenai seberapa besar teknologi yang digunakan akan meningkatkan kinerjanya atau memberikan manfaat lebih. Dalam konteks ini merujuk pada bagaimana individu merasakan bahwa layanan *digital banking* dapat memudahkan mereka dalam melakukan transaksi perbankan, menghemat waktu dan biaya, serta meningkatkan efisiensi.
2. *Effort expectancy* (EE) : mengacu pada seberapa mudah atau sulitnya teknologi tersebut digunakan. Pengguna akan cenderung menggunakan teknologi jika mereka merasa teknologi tersebut mudah digunakan.
3. *Social Influence* (SI) : mencerminkan sejauh mana individu merasa bahwa keberadaan orang lain penting bagi hidupnya, seperti keluarga, teman, rekan kerja memengaruhi keputusan tiap individu dalam menggunakan teknologi.
4. *Facilitating Conditions* (FC) : merupakan faktor eksternal yang dapat mendukung penggunaan teknologi, seperti pelatihan, dan adanya dukungan teknis. Dalam konteks ini berkaitan dengan tersedianya perangkat yang memadai, koneksi internet yang stabil serta kemudahan akses.

Dalam penelitian ini, model UTAUT digunakan sebagai dasar teoritis untuk menjelaskan perilaku *digital banking* pada nasabah Milenial dan Gen Z. Variabel yang diuji pada penelitian ini adalah *Performance expectancy* (PE) dan *Effort expectancy* (EE) secara konseptual sebagai *barrier breakers* yang memecahkan hambatan perilaku *digital banking*. Variabel lain seperti *social influence* dan *facilitating conditions* tidak disertakan karena penelitian ini ingin melihat bagaimana persepsi nasabah terhadap kegunaan dan kemudahan aplikasi dapat membentuk sikap tanpa dipengaruhi oleh dukungan eksternal. Dengan menggunakan teori UTAUT, penelitian ini memiliki landasan teoritis yang kuat untuk mengidentifikasi serta menguji faktor-faktor inti yang mendorong nasabah untuk berperilaku *digital banking*.

2. *Performance expectancy (PE)*

Pada kerangka teori UTAUT, *performance expectancy (PE)* mengacu pada keyakinan pengguna bahwa perilaku dalam menggunakan suatu teknologi akan berkontribusi pada peningkatan efektivitas dan efisiensi dalam pekerjaan atau aktivitas mereka (Venkatesh et al. 2003). Hal ini mencakup persepsi manfaat nyata yang akan diperoleh dari penggunaan teknologi tersebut. Menurut Fachrudin et al. (2025) *performance expectancy (PE)* adalah sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi akan membantu dalam meningkatkan kinerja dan efektivitasnya. Faktor ini memainkan peran yang lebih signifikan dalam memprediksi perilaku teknologi bagi nasabah generasi yang lebih muda. (Fazi, Zaniboni, and Wang 2025). Pada konteks penelitian *digital banking* PE menggambarkan keyakinan nasabah bahwa penggunaan layanan *digital banking* memberikan banyak manfaat, seperti kemudahan transaksi, efisiensi waktu transaksi, serta peningkatan dalam efektivitas pengelolaan keuangan. Sehingga, semakin besar manfaat yang dirasakan oleh nasabah maka semakin positif sikap yang diberikan sehingga kemungkinan mereka untuk menggunakan *digital banking* secara berkelanjutan akan semakin tinggi.

3. *Effort expectancy (EE)*

Effort expectancy (EE) merupakan salah satu variable utama dalam *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* yang didefinisikan sebagai sejauh mana individu merasakan kemudahan dalam menggunakan suatu teknologi (Venkatesh et al. 2003). Menurut Fachrudin et al. (2025) *effort expectancy (EE)* adalah tingkat kemudahan yang dirasakan oleh individu saat menggunakan suatu sistem atau teknologi. Konsep EE memiliki kesamaan dengan *perceived ease of use* dalam *Technology Acceptance Model (TAM)*, kemudahan penggunaan teknologi akan mengurangi usaha yang diperlukan oleh nasabah sehingga meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan *digital banking* secara berkelanjutan. Secara sederhana, semakin mudah suatu teknologi dirasakan oleh pengguna maka semakin tinggi ekspektasi usaha yang dimiliki, sehingga hal ini diharapkan akan mendorong perilaku nasabah dalam penggunaan teknologi digital. *Effort expectancy* diukur melalui indikator *perceived ease of use*, *complexity*, dan kemudahan interaksi.

4. *Attitude (Sikap)*

Sikap dalam psikologi diartikan sebagai kecenderungan individu dalam merespons suatu objek, individu, kelompok atau situasi dengan cara tertentu yang mencerminkan perasaan, keyakinan, dan kecenderungan perilaku (Fahmi 2025). Sikap merupakan faktor sentral yang memediasi hubungan antara keyakinan individu dan niat perilaku (*behavioral intentions*). Dalam kerangka UTAUT sikap dipandang sebagai mekanisme psikologis yang menjembatani antara persepsi awal dengan perilaku aktual. PE dan EE berperan sebagai keyakinan, sedangkan sikap menjadi respon evaluatif yang muncul dari respon tersebut.

Pada penelitian ini, *digital banking* memiliki beberapa hambatan seperti isu keamanan dan aksesibilitas. Dengan adanya faktor *performance expectancy* dan *effort expectancy* yang tinggi, keyakinan ini akan membentuk sikap positif yang dapat mengimbangi kekhawatiran yang ada. Oleh karena itu, sikap positif nasabah menjadi faktor yang memperbesar perilaku *digital banking*. Hasil penelitian dalam konteks teknologi digital menunjukkan bahwa literasi digital dan dukungan memediasi sikap (Harris et al. 2025). Dalam konteks ini, sikap tidak hanya berfungsi sebagai respons afektif tetapi mekanisme kognitif yang merepresentasikan persepsi kemudahan dan kegunaan.

5. Perilaku *Digital Banking*

Perilaku *digital banking* merujuk pada proses penerimaan dan penggunaan layanan perbankan yang ditawarkan melalui platform digital oleh individu maupun organisasi. Fenomena ini bukan hanya perubahan trend, melainkan sebuah pergeseran fundamental pada masyarakat dari cara berinteraksi dengan perbankan yang didorong oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat. Dalam konteks perbankan, perilaku *digital banking* mencakup pemanfaatan aplikasi mobile banking, internet banking, dompet digital, hingga berbagai solusi keuangan berbasis teknologi yang memungkinkan nasabah lebih mudah melakukan transaksi perbankan (Rajuroy n.d.). *Digital banking* didefinisikan sebagai transformasi kegiatan perbankan tradisional dari konvensional menjadi berbasis daring, dimana nasabah melakukan transaksi keuangan secara elektronik tanpa perlu mengunjungi kantor cabang secara langsung (Cele and Kwenda 2024). Transformasi ini menawarkan kenyamanan, kecepatan, dan aksesibilitas yang tinggi, memungkinkan nasabah mengelola keuangan mereka kapan dan dimana saja melalui platform digital.

Lebih luas, perilaku *digital banking* tidak hanya terbatas pada penggunaan aplikasi *mobile banking* atau *internet banking*, tetapi mencakup pemanfaatan berbagai fitur dan layanan yang ditawarkan seperti solusi pembayaran *cashless*. Oleh karena itu, pemahaman mengenai persepsi nasabah terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan menjadi krusial dalam menganalisis laju perilaku *digital banking*. Kajian ini masih memiliki berbagai keterbatasan, beberapa penelitian terdahulu seperti Dimitrova (2024; Mansour et al. (2022) fokus pada negara maju sehingga generalisasinya ke pasar negara berkembang perlu untuk dipertimbangkan. Selain itu, dinamika perkembangan teknologi yang sangat cepat menuntut model - model teoritis yang terus diperbaharui agar tetap relevan dalam menjelaskan perilaku yang kompleks.

6. Karakteristik Generasi Milenial dan Generasi Z

a) Generasi Milenial

Generasi milenial atau biasa disebut gen Y merupakan kelompok demografis yang lahir antara tahun 1981 – 1996 (Ng et al. 2010). Milenial dikenal sebagai generasi yang mengalami banyak transisi besar dalam perkembangan teknologi, dari era analog ke era digital. Generasi ini tumbuh bersama perkembangan pesat internet, telepon genggam serta media social. Berikut merupakan karakteristik utama dari generasi Milenial meliputi :

- Kecenderungan untuk menggunakan teknologi dalam aktivitas sehari-hari;
- Harapan terhadap kecepatan dan kemudahan dalam layanan;
- Lebih menghargai fleksibilitas ;
- Cenderung kritis dan membutuhkan transparansi dari institusi atau organisasi

b) Generasi Z

Generasi Z merupakan kelompok demografis yang lahir setelah generasi Milenial yaitu sekitar tahun 1997 – 2012 (Dimock 2019). Generasi ini dikenal sebagai “*digital natives*” karena sejak lahir sudah akrab dengan teknologi, smartphone, media social dan inovasi digital lainnya.

Karakteristik dari generasi Z sebagai berikut :

- Sangat adaptif terhadap teknologi baru;
- Memiliki perhatian tinggi terhadap keamanan dan privasi data;
- Menginginkan pengalaman pengguna (*user experience*) yang cepat dan personal;
- Cenderung lebih individualis namun mengutamakan keragaman dan keadilan social;
- Menggunakan berbagai platform digital untuk berbagai aktivitas.

Generasi Z menunjukkan potensi yang besar sebagai pengguna utama di masa yang akan datang, mereka juga memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap kualitas layanan digital dibandingkan generasi sebelumnya.

c) Karakteristik perilaku Milenial dan Gen Z terhadap *Digital banking*

Generasi Milenial dan Generasi Z menunjukkan Perilaku yang tinggi terhadap penggunaan layanan *digital banking*. Berikut beberapa perbedaan perilaku antara generasi Milenial dan generasi Z :

- Milenial : cenderung menggunakan *digital banking* untuk memudahkan transaksi sehari-hari seperti pembayaran, transfer uang, dan pengelolaan keuangan pribadi.
- Gen Z : lebih focus kepada pengalaman teknologi yang seamless, privasi keamanan data, preferensi platform yang inovatif seperti *e-wallet*, *virtual account*, *Q-RIS*, dan produk investasi digital.

Generasi Z memiliki loyalitas terhadap layanan keuangan dan sangat bergantung pada seberapa cepat dan mudah layanan tersebut digunakan. Memahami karakteristik dan perilaku kedua generasi ini sangat penting untuk mengembangkan strategi dan fitur layanan *digital banking* sehingga dapat terus meningkatkan jumlah nasabah aktif pada segmen ini.

2.2 Definisi Konsep Variabel

Definisi konsep adalah penjelasan teoritis dari suatu variabel yang digunakan dalam penelitian. Tujuan dari definisi konsep adalah untuk menjelaskan makna suatu istilah berdasarkan teori atau literatur.

1. *Performance expectancy*

Sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan suatu system atau teknologi akan membantu dalam meningkatkan kinerja dan efektivitasnya (Fachrudin et al. 2025). Variabel ini mengukur keyakinan pengguna bahwa layanan perbankan digital akan meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas nasabah dalam mengelola keuangan. Ini mencakup keyakinan bahwa transaksi akan lebih cepat, biaya yang dikeluarkan lebih rendah, aksesibilitas lebih baik, dibandingkan layanan perbankan tradisional.

2. *Effort expectancy* (EE)

Tingkat kemudahan yang dirasakan oleh individu saat menggunakan suatu system atau teknologi (Fachrudin et al. 2025). Variabel ini bertujuan untuk mengukur persepsi bahwa penggunaan *digital banking* tidak memerlukan usaha yang besar untuk menggunakannya. Semakin rendah usaha yang dibutuhkan, semakin tinggi tingkat *effort expectancy* yang dirasakan oleh nasabah. Indikator konsep pada variabel ini mencakup kemudahan dalam mempelajari, mengoperasikan, serta adanya ketersediaan panduan yang jelas terhadap fitur-fitur *digital banking*.

3. *Attitude* (Sikap)

Attitude (Sikap) diartikan sebagai kecenderungan individu dalam merespons suatu objek, individu, kelompok atau situasi dengan cara tertentu yang mencerminkan perasaan, keyakinan, dan kecenderungan perilaku (Fahmi 2025). Dalam konteks penelitian ini, sikap merupakan evaluasi secara keseluruhan terhadap penggunaan layanan *digital banking*. Sikap sebagai variabel mediasi yang menjelaskan faktor *performance expectancy* dan *effort expectancy* memengaruhi niat Perilaku *digital banking*. Indikator konsep pada variabel ini berkaitan dengan keyakinan dan manfaat *digital banking*, perasaan nasabah dalam menggunakan *digital banking* serta referensi bagi orang lain.

4. Perilaku *Digital Banking*

Perilaku *digital banking* mencakup pemanfaatan aplikasi mobile banking, internet banking, dompet digital, hingga berbagai solusi keuangan berbasis teknologi yang memungkinkan nasabah lebih mudah melakukan transaksi perbankan (Rajuroy n.d.). Perilaku dalam penelitian ini mencakup bukan hanya niat (*behavioral intention*) tetapi perilaku nasabah yang menunjukkan bawa layanan *digital banking* sudah menjadi bagian dari rutinitas keuangan. Indikator variable ini mengukur seberapa sering nasabah terlibat dalam berbagai aktivitas perbankan.

2.3 Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh *Performance Expectancy* (PE) terhadap Perilaku *Digital banking*

Unified of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2003) memposisikan *performance expectancy* sebagai faktor utama niat dan perilaku penggunaan teknologi *digital banking*. PE membentuk keyakinan bahwa teknologi meningkatkan kinerja, efisiensi, dan hasil pekerjaan nasabah. Semakin kuat persepsi manfaat maka semakin tinggi kecenderungan individu untuk mengPerilaku teknologi *digital banking*. Dalam konteks penelitian ini, nasaba melihat bahwa *digital banking* dapat mempercepat transaksi, mengurangi biaya, dan memperluas akses layanan, hal ini menunjukkan niat dan perilaku Perilaku yang tinggi. Sehingga UTAUT memiliki hubungan positif antara PE dan Perilaku *digital banking*.

Hasil penelitian oleh Rithmaya et al. (2024) yang menyatakan bahwa *performance expectancy* secara signifikan memiliki dampak marginal terhadap keputusan Perilaku di sector perbankan. Selain itu, hasil ini juga mendukung penelitian oleh Dimitrova (2024) juga menjelaskan bahwa PE atau kegunaan merupakan pemecah hambatan yang secara positif memengaruhi niat Perilaku penuh pada teknologi digital. Serta Alnemer (2022), yang menempatkan *performance expectancy* sebagai pemecah hambatan utama dalam Perilaku teknologi digital. Maka hipotesis yang diajukan:

H1. *Performance expectancy* (PE) berpengaruh positif terhadap perilaku *digital banking*

2. Pengaruh *effort expectancy* (EE) terhadap perilaku *digital banking*

Pada teori *Unified of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*, *effort expectancy* menjelaskan sejauh mana teknologi dianggap mudah untuk dipelajari dan digunakan. Kemudahan dalam penggunaan menurunkan hambatan kognitif sehingga meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan diri pengguna ketika berinteraksi dengan system. Pada layanan *digital banking* seperti alur yang sederhana, aplikasi yang mudah dipelajari dan dimengerti, panduan yang jelas akan memperkuat persepsi kemudahan sehingga akan mendorong niat dan perilaku Perilaku. Ketika nasabah menilai upaya yang dibutuhkan rendah maka akan semakin besar niat Perilaku dan mempertahankan penggunaan layanan tersebut. Bagi generasi Milenial dan Gen Z yang akrab dengan teknologi, nilai guna yang tinggi akan menjadi pertimbangan utama dalam keputusan Perilaku.

Hasil penelitian oleh Fachrudin et al. (2025) menunjukan EE berdampak positif terhadap niat dalam menggunakan mobile banking. Schrank and Lee (2025) juga menunjukan bahwa EE memperkuat intensi terhadap penggunaan mobile banking. Selain itu Shanti et al. (2022) dalam tinjauan sistematisnya menekankan bahwa penyederhanaan operasional dan kemudahan navigasi adalah strategi krusial bagi bank untuk memenangkan pasar ditengah persaingan transformais digital yang ketat. Konsistensi pada beberapa penelitian tersebut memperkuat dugaan bahwa arah pengaruh EE terhadap perilaku *digital banking* adalah positif. Maka hipotesis yang diajukan:

H2. *Effort expectancy* (EE) berpengaruh positif terhadap perilaku *digital banking*

3. Pengaruh *performance expectancy* (PE) terhadap sikap dalam perilaku *digital banking*

Menurut teori *Unified of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*, PE membentuk evaluasi kognitif yang akan memengaruhi sikap individu terhadap Perilaku teknologi. Apabila nasabah melihat bahwa *digital banking* meningkatkan efektifitas dan produktivitas maka akan terbentuk sikap positif dari nasabah untuk memperkuat perilaku digital bankin. Sikap sebagai variable mediasi dipandang sebagai penilaian afektif-kognitif yang terbentuk dari keyakinan manfaat penggunaan teknologi digital. Bahwa penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan kinerja, hal ini membentuk sikap positif terhadap penggunaan *digital banking*.

Dari jurnal penelitian oleh Fazi et al. (2025) yang menemukan bahwa *performance expectancy* merupakan faktor utama yang membentuk sikap positif antar kelompok usia. Selain itu, penelitian oleh Dimitrova (2024) yang menjelaskan bahwa *performance expectancy* mendorong sikap positif dalam metode pembayaran digital. Penelitian ini juga didukung oleh Susantho and Hasan (2024) yang menyatakan bahwa *performance expectancy* adalah landasan fundamental dalam pembentukan sikap nasabah terhadap layanan keuangan digital. Konsistensi pada beberapa hasil penelitian tersebut memperkuat arah hubungan positif PE terhadap sikap dalam perilaku *digital banking*. Maka hipotesis yang diajukan:

H3. *Performance expectancy* (PE) berpengaruh positif terhadap sikap dalam perilaku *digital banking*

4. Pengaruh *Effort expectancy* (EE) terhadap sikap dalam Perilaku *digital banking*

Pada kerangka *Unified of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* EE memengaruhi evaluasi nasabah karena kemudahan dalam penggunaan layanan. System yang mudah dipelajari dan dioperasikan cenderung menghasilkan sikap positif oleh nasabah. Pada konteks *digital banking*, indikator seperti kemudahan login, navigasi fitur, dan proses transaksi yang sederhana akan memperkuat penilaian dan menghasilkan sikap positif oleh nasabah. Sikap ini penting karena menjadi landasan psikologis sebelum nasabah memutuskan untuk terus menggunakan layanan *digital banking*.

Berdasarkan penelitian penelitian Harris et al. (2025) yang menemukan bahwa *effort expectancy* meningkatkan sikap positif sebelum membentuk niat perilaku pada teknologi digital. Hasil hipotesis ini juga sejalan dengan Alnemer (2022) bahwa kemudahan system akan mengurangi beban kognitif pengguna hingga meningkatkan perasaan positif terhadap teknologi. Selain itu, Kurniawan et al. (2025) menunjukan bahwa pemahaman yang baik atas alur kerja penggunaan *digital banking* menjadi syarat penting agar nasabah memiliki persepsi sikap yang stabil terhadap layanan *digital banking*. Sehingga memperkuat arah dugaan positif antara EE dengan sikap dalam Perilaku *digital banking*. Maka hipotesis yang diajukan:

H4. *Effort expectancy* (EE) berpengaruh positif terhadap sikap dalam perilaku *digital banking*

5. Pengaruh sikap terhadap Perilaku *digital banking*

Teori *Unified of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* menempatkan sikap sebagai evaluasi afektif-kognitif yang berperan sebagai jembatan antara PE, EE dan niat Perilaku. Sikap positif terhadap teknologi meningkatkan kemungkinan Perilaku teknologi. Dalam konteks *digital banking*, perasaan aman, nyaman, dan kebermanfaatan memperkuat niat nasabah untuk menggunakan Perilaku teknologi. Sehingga disimpulkan bahwa sikap positif nasabah dapat memperkuat niat Perilaku *digital banking*.

Hasil penelitian oleh Amin et al. (2025) yang menunjukan bahwa sikap berperan sentral dalam meningkatkan niat Perilaku *digital banking*. Selain itu, hasil temuan ini mendukung penelitian Harris et al. (2025) yang membuktikan bahwa sikap merupakan faktor pendorong utama Perilaku teknologi. Serta penelitian Kurniawan et al. (2025) yang menemukan adanya korelasi positif antara sikap dengan minat menggunakan layanan bank digital. Sehingga memperkuat arah dugaan positif antara sikap dengan Perilaku digital bankin. Maka hipotesis yang diajukan :

H5. Sikap berpengaruh positif terhadap Perilaku *digital banking*

6. Pengaruh Performance Expectancy (PE) terhadap Perilaku *digital banking* dimediasi oleh sikap

Pada kerangka *Unified of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*, PE bukan hanya memengaruhi Perilaku *digital banking* secara langsung tetapi melalui sikap yang terbentuk dari persepsi kebermanfaatan. PE mendorong terbentuknya sikap positif yang kemudian meningkatkan kecenderungan Perilaku teknologi, selain itu PE juga menciptakan keyakinan bahwa layanan teknologi ini layak untuk digunakan sehingga akan terbentuk niat positif untuk Perilaku layanan *digital banking*.

Hasil penelitian oleh Amin et al. (2025) menjelaskan sikap berperan sebagai mediator antara *trialability* dan niat menggunakan *digital currency*. Selain itu, juga terdapat penelitian oleh Harris et al. (2025) bahwa sikap memediasi pengaruh faktor teknis terhadap Perilaku teknologi pertanian digital. Kemudian penelitian oleh Rithmaya et al. (2024) dimana variable sikap memberikan penjelasan tambahan mengapa *performance expectancy* sangat penting Sehingga memperkuat arah dugaan positif antara PE dan Perilaku *digital banking* dimediasi oleh sikap. Maka hipotesis yang diajukan.

H6. Performance Expectancy (PE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku *digital banking* dimediasi oleh sikap

7. Pengaruh *Effort Expectancy* (EE) terhadap Perilaku *digital banking* dimediasi oleh sikap

Pada kerangka UTAUT, *effort expectancy* (EE) menggambarkan sejauh mana individu percaya bahwa penggunaan terhadap suatu teknologi mudah dipahami (Venkatesh et al. 2003). EE ini bukan hanya memengaruhi niat Perilaku secara langsung tetapi membentuk evaluasi secara positif pada pengguna layanan. Ketika nasabah merasakan bahwa layanan *digital banking* sederhana, praktis, dan tidak menimbulkan hamatan maka akan muncul sikap positif dari teknologi tersebut. Sikap positif ini yang akan memperkuat niat Perilaku nasabah, sehingga EE dipandang memiliki pengaruh tidak langsung terhadap perilaku melalui sikap sebagai variabel mediasi.

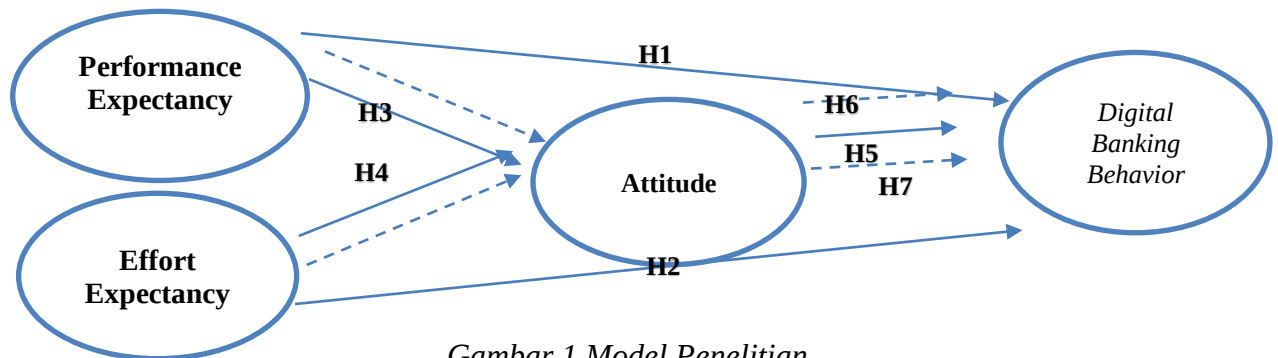
Amin et al. (2025) menegaskan sikap mediasi yang penting diantara EE dan *behavioral intentions* pada CBDC. Hasil penelitian Alnemer (2022), menunjukkan bahwa kenyamanan operasional adalah gerbang utama menuju penerimaan system secara luas. Dimitrova (2024) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan menjadi *barrier breaker* yang memengaruhi niat adopsi pembayaran digital melalui sikap positif. Dalam konteks penelitian tersebut, sikap terbukti menghubungkan antar EE dengan niat Perilaku teknologi. Dengan demikian hubungan antara EE dan Perilaku *digital banking* semakin kuat apabila dimediasi oleh sikap. Maka hipotesis yang diajukan:

H7. *Effort expectancy* (EE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku *digital banking* dengan dimediasi oleh sikap

2.4 Model Penelitian

Untuk meningkatkan Perilaku layanan *digital banking*, perbankan sebagai penyedia jasa layanan keuangan daerah perlu memahami bahwa generasi Milenial dan generasi Z adalah kelompok yang sudah akrab dengan perkembangan teknologi digital. Keputusan nasabah dalam menggunakan layanan digital tidak hanya dipengaruhi oleh fitur-fitur dasar aplikasi tersebut, namun ditentukan oleh indikator lain seperti kemudahan penggunaan, kegunaan, rasa aman, pengaruh social lingkungan disekitarnya. Generasi Milenial dan generasi Z memiliki tingkat ekspektasi yang tinggi terhadap layanan yang efisien, aman, dan praktis. Sehingga mereka cenderung menolak system yang rumit dan kurang terpercaya. Oleh karena itu, menjadi hal yang penting bagi bank untuk terus melakukan evaluasi sejauh mana persepsi nasabah generasi Milenial dan generasi Z terhadap *performance expectancy* (PE) dan *effort expectancy* (EE)

memengaruhi keinginan mereka untuk mengPerilaku layanan *digital banking*. Sikap memiliki peran penting sebagai variable mediasi dalam menjelaskan hubungan antara persepsi pengguna dan perilaku *digital banking*. Dalam konteks penelitian ini, pengaruh persepsi pengguna (*performance expectancy* dan *effort expectancy*) terhadap perilaku *digital banking* tidak bersifat langsung melainkan melalui pembentukan sikap yang kemudian mendorong perilaku penggunaan. Dengan demikian, sikap berpotensi memediasi hubungan antara persepsi pengguna dengan keputusan mereka dalam menggunakan *digital banking*. Dibawah ini adalah model pemikiran teoritis.



Gambar 1 Model Penelitian

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer data primer dan sekunder. Data primer sebagai sumber utama informasi penelitian akan dikumpulkan melalui kuesioner daring (online) kepada responden. Pemilihan kuesioner sebagai data primer didasari oleh kebutuhan perspektif langsung dari kelompok Milenial dan Gen Z terhadap faktor-faktor pendorong Perilaku *digital banking*. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dari Komdigi, BPS yang dapat diakses melalui sumber internet. Metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini ada 2 (dua) yaitu analisis deskriptif untuk deskripsi karakteristik demografi responden serta memberikan gambaran umum mengenai persepsi responden terhadap variable penelitian, untuk menguji hubungan kausalitas dan hipotesis antar variable penelitian akan menggunakan pendekatan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Pendekatan ini dipilih karena mampu menguji model kompleks yang relative kecil yang relevan dalam penelitian perilaku.

3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah individu Milenial (kelahiran 1981-1996) dan Gen Z (kelahiran 1997-2012) yang berdomisili atau sedang menetap di wilayah Kabupaten Banyumas yang memiliki rekening bank. Pemilihan populasi didasari oleh peran strategis kedua generasi ini dan potensi pengPerilaku utama layanan *digital banking* di wilayah Kabupaten Banyumas.

3.2 Sampel dan Teknik Sampling

Data akan dikumpulkan melalui kuesioner online dengan nasabah milenial dan Gen Z di Kabupaten Banyumas untuk mengidentifikasi variable penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling*, yaitu *stratified random sampling* untuk memastikan perwakilan yang proporsional dari sub kelompok berdasarkan usia dalam generasi Milenial dan generasi Z, dimana semua elemen dalam populasi mempunyai peluang yang sama dalam hal dipilih untuk dijadikan sampel. Ukuran sampel akan ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat toleransi kesalahan sebesar 5% (Sugiyono 2012). Dengan populasi sebanyak 675.615, perhitungan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e : tingkat toleransi kesalahan

$$n = \frac{675.615}{1 + 675.615 * (0,05)^2}$$

$$n = \frac{675.615}{1 + 675.615 * 0,0025}$$

$$n = \frac{675.615}{1690,0375}$$

$$n = 399,76$$

Dengan demikian, ukuran sampel minimal yang dibutuhkan adalah 400 responden.
Berikut merupakan kriteria responden :

- Berusia antara 13-43 tahun
- Berdomisili atau sedang menetap di wilayah Kabupaten Banyumas
- Memiliki rekening bank dan pernah/sedang menggunakan layanan *digital banking* seperti mobile banking, internet banking, sms banking.
- Bersedia berpartisipasi dan mengisi kuesioner secara lengkap

3.3 Variabel Penelitian

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Pengertian dan Referensi	Indikator
1.	<i>Performance expectancy</i> (PE)	<i>Performance expectancy</i> (PE) adalah sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi akan membantu dalam meningkatkan kinerja dan efektivitasnya (Fachrudin 2025)	• Transaksi menggunakan <i>digital banking</i> mudah dilakukan • <i>Digital banking</i> membuat perencanaan keuangan semakin efektif • <i>Digital banking</i> membantu membuat keputusan keuangan dengan cepat • <i>Digital banking</i> membantu produktivitas keuangan • <i>Digital banking</i> sebagai kebutuhan perbankan (Fachrudin et al. 2025) • <i>Digital banking</i> mudah dipelajari • <i>Digital banking</i> mudah digunakan
2.	<i>Effort expectancy</i> (EE)	<i>Effort expectancy</i> (EE) adalah tingkat kemudahan yang dirasakan oleh individu saat menggunakan suatu sistem atau teknologi. (Fachrudin 2025)	• Mudah menggunakan <i>digital banking</i> dengan terampil • Menu dan tools yang terdapat di mobile banking mudah dimengerti • Secara keseluruhan penggunaan <i>digital banking</i> memudahkan kehidupan (Fachrudin et al. 2025)
3.	<i>Attitude</i> (Sikap)	Sikap diartikan sebagai kecenderungan individu dalam merespons suatu objek, individu, kelompok atau situasi dengan cara tertentu yang mencerminkan perasaan, keyakinan dan kecenderungan perilaku (Reza Fahmi 2025)	• Penggunaan <i>digital banking</i> merupakan sesuatu yang baik • Penggunaan <i>digital banking</i> menyenangkan • <i>Digital banking</i> nyaman untuk digunakan • Layanan digital lebih efektif daripada layanan konvensional • <i>Digital banking recommended</i> untuk semua kalangan (Fahmi 2025)
4.	Perilaku <i>digital banking</i>	Perilaku <i>digital banking</i> adalah sebuah penerimaan dan penggunaan layanan perbankan yang sepenuhnya berbasis daring nasabah dapat melakukan kegiatan transaksi keuangan secara elektronik tanpa perlu mengunjungi kantor cabang (Cele & Kwenda, 2024)	• Menggunakan <i>digital banking</i> secara rutin • Menggunakan <i>digital banking</i> untuk masa kini dan masa mendatang • Kenyamanan dan kepuasan dalam penggunaan <i>digital banking</i> • Menggunakan <i>digital banking</i> memberikan banyak manfaat dan efektivitas • <i>Digital banking</i> sebagai platform utama transaksi keuangan (Cele and Kwenda 2024)

3.4 Metode Pengumpulan Data

Data untuk penelitian ini diperoleh melalui kuesioner daring. Kuesioner merupakan daftar dari pertanyaan – pertanyaan yang didalamnya terdapat berbagai pertanyaan yang berfungsi untuk mendapatkan data guna menunjang penelitian. Penyebaran kuesioner ini dilaksanakan dengan cara menyebarkan kuesioner online kepada responden sebanyak jumlah sampel pada penelitian. Penelitian ini menggunakan jenis pengukuran data ordinal dengan teknik skala Likert. Skala yang

digunakan menggunakan rentang nilai 1 sampai dengan 5, dimana nilai 1 sangat tidak setuju sedangkan 5 sangat setuju.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data digunakan untuk mengolah dan menafsirkan data yang telah dikumpulkan. Tujuannya untuk menjawab semua pertanyaan penelitian dalam rangka menelaah fenomena yang terjadi yang akan diteliti sebagai objek penelitian. Dalam melakukan analisis data metode yang digunakan harus sesuai dengan pola penelitian serta variable penelitian yang digunakan. Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menguji hubungan kausal dan mediasi. Analisis data menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) adalah metode multivariate yang kuat untuk menguji hubungan antara konstruk laten yang diukur melalui indikator (Rahadi, 2023). Proses analisis ini dibagi menjadi 2 (dua) tahap utama yang saling terkait yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan evaluasi model struktural (*inner model*).

A. Tahap Persiapan : Pengembangan Model Teoritis dan Pengumpulan Data

1) Pengembangan Model Konseptual/Teoritis (*Conceptual Model Development*)

- a. Identifikasi Konstruk Laten : langkah awal adalah melakukan identifikasi secara jelas variable-variable tidak teramati yang relevan dengan tujuan penelitian berdasarkan tinjauan pustakan dan kerangka teori yang kuat.
- b. Perumusan Hipotesis : susun hipotesis penelitian yang menggambarkan hubungan kausalitas yang dihipotesiskan antar konstruk. Hipotesis ini akan menjadi dasar pengujian dalam model struktural.
- c. Visualisasi Model (*Path Diagram*) : gambarkan model dalam bentuk diagram jalur, hal ini membantu memvisualisasikan hubungan antar konstruk dan indikatornya.

2) Spesifikasi Model Pengukuran (*Measurement Model Specification- Outer Model*)

- a. Definisi operasional dan indikator : untuk setiap konstruk laten, tentukan indikator-indikator teramati yang akan digunakan untuk mengukurnya. Pastikan setiap indikator secara operasional terdefinisi dengan baik dan sesuai dengan dimensi konstruk yang ingin diukur.
- b. Penentuan Tipe Indikator : pahami apakah indikator penelitian bersifat reflektif atau formatif.
- c. Spesifikasi Model Struktural (*Structural Model Specification – Inner Model*)
- d. Penentuan Jalur Kausalitas : Menentukan hubungan langsung dan tidak langsung antar konstruk laten sesuai dengan hipotesis penelitian.

B. Tahap Analisis : Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Setelah data terkumpul dan dimasukkan dalam perangkat lunak PLS-SEM langkah pertama adalah melakukan evaluasi kualitas model pengukuran. Tahap ini krusial untuk memastikan bahwa variable laten penelitian diukur secara valid dan reliabel oleh indikator-indikatornya.

1. Uji Reliabilitas Indikator Individual (*Outer Loadings*)

- a. Prosedur : periksa nilai loading faktor (korelasi) antara setiap indikator dengan konstruk laten yang diukur.
- b. Kriteria : nilai loading yang baik harus ≥ 0.707 . Indikator dengan loading dibawah 0.707 (terutama dibawah 0.50) sebaiknya dipertimbangkan untuk dihilangkan jika tidak secara substansial berkontribusi pada konstruk atau menyebabkan masalah validitas/reliabilitas lainnya

2. Uji Reliabilitas Konstruk

- a. *Cronbach's Alpha* : meskipun sering digunakan, dalam PLS-SEM nilai ini cenderung meremehkan reliabilitas. Namun, jika > 0.70 umumnya dapat diterima.
- b. *Composite Reliability* (CR) : ini adalah ukuran yang lebih akurat untuk reliabilitas internal konsistensi dalam PLS-SEM.

Tujuannya untuk memastikan bahwa indikator-indikator yang membentuk suatu konstruk secara konsisten mengukur hal yang sama.

3. Uji Validitas Konvergen (*Discriminant Validity*)

Average Variance Extracted (AVE) : mengukur sejauh mana suatu konstruk menjelaskan varian dari indikator-indikatornya.

- a. Prosedur : dihitung dari kuadrat loading faktor indikator dan error variance;
 - b. Kriteria : nilai $AVE \geq 0.50$ menunjukkan bahwa konstruk menjelaskan lebih dari 50% varian dari indikator-indikatornya, sehingga menunjukkan validitas konvergen yang lebih baik.
 - c. Tujuan : memastikan bahwa suatu set indikator benar- benar mengukur konstruk yang sama.
4. Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)
- a. Tujuan : memastikan bahwa suatu konstruk benar – benar berbeda dari konstruk-konstruk lain dalam model. Artinya, suatu konstruk tidak berkorelasi terlalu tinggi dengan konstruk lain yang seharusnya berbeda.
 - b. Metode pengujian :
 1. *Fornell- Lacker Criterion* : bandingkan akar kuadrat AVE dari setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya. Akar kuadrat AVE suatu konstruk harus lebih tinggi dari nilai korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lain.
 2. *Cross-Loadings* : periksa bahwa setiap indikator memiliki loading yang jauh lebih tinggi pada konstruknya sendiri dibandingkan dengan loading pada konstruk lain.
 3. *Heterotrait-Monotrait* (HTMT) Ratio : metode yang lebih baru dan direkomendasikan dengan kriteria nilai HTMT idealnya harus < 0.90 (untuk konstruk yang sangat mirip, < 0.85). Jika melebihi ambang batas ini validitas diskriminan diragukan.

C. Tahap Analisis : Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Setelah model pengukuran divalidasi, langkah selanjutnya adalah mengevaluasi hubungan antar konstruk laten dan menguji hipotesis.

1. Koefisien Jalur (*Path Coefficients*)

- a. Prosedur : ini adalah nilai standar (*beta*) yang menunjukkan kekuatan dan arah hubungan (positif atau negative) antara satu konstruk laten ke konstruk laten lainnya.
- b. Interpretasi : semakin besar nilai absolut koefisien jalur, maka semakin kuat hubungan tersebut.
- c. Uji signifikansi (*Boostratpping*) : ini dilakukan untuk mendapatkan nilai t-statistik dan p-value untuk setiap koefisien jalur.
- d. Kriteria : jika *p-value* < 0.05 (untuk tingkat signifikansi 5%) atau *t-statistik* > 1.96 , maka hubungan tersebut dianggap signifikan secara statistic dan hipotesis dapat diterima.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

- a. Prosedur : dihitung untuk setiap variable dependen dalam model
- b. Interpretasi : menunjukkan proporsi varian dalam variable dependen yang dapat dijelaskan oleh variable independen dalam model
- c. Kriteria : nilai R^2 bervariasi dari 0 hingga 1. Umumnya R^2 0.25 dianggap lemah, 0.50 moderat dan 0.75 kuat dalam ilmu social.

3. Ukuran Efek (f^2)

- a. Prosedur : diperoleh melalui prosedur *blindfolding*

- b. Kriteria : nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang relevan untuk konstruk dependen yang dimodelkan. Jika nilai $Q^2 \leq 0$ maka relevansi model tidak memiliki relevansi prediktif. (Rahadi 2023)

4. Hasil Dan Pembahasan

4.1 Statistik Deskriptif

Gambaran umum penelitian akan diuraikan secara deskriptif mencakup deskripsi obyek penelitian hingga karakteristik responden sebagaimana berikut ini:

1. Deskripsi Obyek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah nasabah generasi Milenial dan Generasi Z yang menggunakan layanan *digital banking* di wilayah Kabupaten Banyumas. Responden dipilih karena kedua generasi tersebut merupakan kelompok usia yang paling dominan dalam penggunaan teknologi digital, termasuk layanan perbankan berbasis digital. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 400 responden yang telah memenuhi kriteria penelitian, sehingga data yang diperoleh diharapkan mampu *merepresentasikan kondisi aktual Perilaku digital banking di Kabupaten Banyumas*. Gambaran umum responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

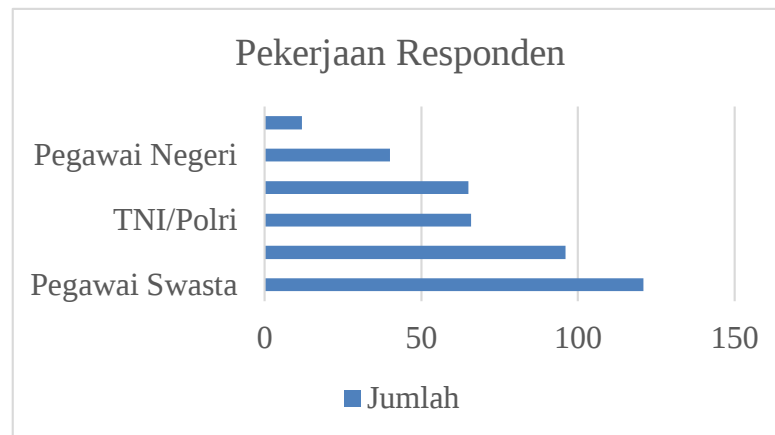
Tabel 2. Demografi Responden

No.	Demografi	Kategori	Jumlah	%	Total
1	Usia	13 s.d 29 tahun (Generasi Z)	269	67,3%	400
		30 s.d 43 tahun (Generasi Milenial)	131	32,8%	
2	Jenis Kelamin	Laki – laki	208	52,0%	400
		Perempuan	192	48,0%	
3	Pengalaman	< 6 bulan	22	5,5%	400
		6 – 12 bulan	90	22,5%	
		>12 bulan	288	72,0%	

Sumber : Data diolah penulis 2025

Hasil penelitian terhadap 400 responden di Kabupaten Banyumas menunjukkan bahwa mayoritas pengguna didominasi oleh kelompok usia 24 – 29 tahun sebesar 36,5% dengan komposisi jenis kelamin yang relative seimbang antara laki – laki dan perempuan. Sebagian besar responden dengan persentase 72% memiliki pengalaman menggunakan *digital banking* lebih dari 12 bulan. Hal ini menunjukkan bahwa layanan *digital banking* telah menjadi bagian dari keseharian masyarakat di Kabupaten Banyumas. Responden juga diminta untuk menginformasikan pekerjaan mereka, untuk menunjukkan data yang proposional dari berbagai sector yang masing- masing memiliki karakteristik finansial dan kebutuhan transaksi yang berbeda- beda. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa analisis penelitian ini bukan hanya mencakup satu profesi saja namun ada keberagaman profil ekonomi yang ada di masyarakat. Berikut data profil pekerjaan responden:

Diagram 1 Profil Pekerjaan Responden



Sumber : Data diolah penulis 2025

Secara keseluruhan, komposisi responden didominasi oleh kelompok aktif dan produktif secara ekonomi, sehingga relevan untuk dapat merepresentasikan pandangan pengguna layanan perbankan digital, khususnya dalam konteks Perilaku *digital banking*.

2. Indeks Respon Responden terhadap Variabel Penelitian

Indeks respon responden digunakan untuk mengetahui kecenderungan penilaian responden terhadap masing-masing variabel penelitian berdasarkan seluruh indikator yang diukur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Five Box Method*, yang mengelompokkan nilai indeks ke dalam lima kategori penilaian, yaitu sangat rendah hingga sangat tinggi.

Perhitungan indeks dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Indeks} = \frac{\sum(\text{Skor Jawaban Responden})}{\text{Skor Maksimum}} \times 100$$

Adapun kriteria penilaian indeks berdasarkan *Five Box Method* adalah sebagai berikut:

Tabel 3. *Five Box Method*

Rentang Indeks	Kategori
0-20	Sangat Rendah
21-40	Rendah
41-60	Sedang
61-80	Tinggi
81-100	Sangat Tinggi

2.1 Indeks Respon Responden Variabel *Performance Expectancy*

Performance expectancy menggambarkan tingkat keyakinan responden bahwa penggunaan *digital banking* dapat meningkatkan kinerja dan efektivitas dalam aktivitas keuangan. Variabel ini diukur menggunakan beberapa indikator, antara lain kemudahan menyelesaikan transaksi, peningkatan produktivitas, dan manfaat fungsional layanan *digital banking*.

Tabel 4. *Indeks Respon Responden Variabel Performance Expectancy*

Indikator	Skor Indeks
<i>Digital banking</i> membantu menyelesaikan transaksi lebih cepat	82,4
<i>Digital banking</i> meningkatkan efektivitas aktivitas keuangan	80,6
<i>Digital banking</i> mempermudah pengelolaan keuangan	83,1
<i>Digital banking</i> memberikan manfaat nyata dalam kehidupan sehari-hari	81,9
Rata-rata Indeks <i>Performance Expectancy</i>	82,0

Sumber : Data diolah penulis 2025

Berdasarkan tabel di atas, rata-rata indeks respon responden terhadap variabel *performance expectancy* sebesar 82,0, yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Milenial dan Gen Z di Kabupaten Banyumas memiliki keyakinan yang kuat bahwa penggunaan *digital banking* mampu memberikan manfaat nyata dan meningkatkan kinerja dalam pengelolaan keuangan mereka.

2.2 Indeks Respon Responden Variabel *Effort Expectancy*

Effort expectancy mencerminkan persepsi responden mengenai tingkat kemudahan penggunaan layanan *digital banking*. Variabel ini diukur melalui indikator kemudahan memahami fitur, kemudahan pengoperasian, serta fleksibilitas penggunaan aplikasi *digital banking*.

Tabel 5. Indeks Respon Responden Variabel *Effort Expectancy*

Indikator	Skor Indeks
<i>Digital banking</i> mudah dipelajari	84,0
Fitur <i>digital banking</i> mudah dipahami	82,7
<i>Digital banking</i> mudah digunakan dalam berbagai kondisi	83,5
Proses transaksi <i>digital banking</i> tidak rumit	81,8
Rata-rata Indeks <i>Effort Expectancy</i>	83,0

Sumber : Data diolah penulis 2025

Nilai rata-rata indeks sebesar 83,0 menunjukkan bahwa *effort expectancy* berada pada kategori sangat tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa responden menilai *digital banking* sebagai layanan yang mudah digunakan dan tidak memerlukan usaha yang besar untuk dioperasikan.

2.3 Indeks Respon Responden Variabel Sikap (*Attitude*)

Sikap menggambarkan evaluasi positif atau negatif responden terhadap penggunaan *digital banking*. Variabel ini diukur melalui indikator kesenangan menggunakan layanan, persepsi positif, dan preferensi penggunaan *digital banking* dibandingkan layanan konvensional.

Tabel 6. Indeks Respon Responden Variabel Sikap (*Attitude*)

Indikator	Skor Indeks
Saya merasa nyaman menggunakan <i>digital banking</i>	81,2
Saya memiliki pandangan positif terhadap <i>digital banking</i>	82,5
<i>Digital banking</i> menjadi pilihan utama dalam transaksi keuangan	80,9
Saya merasa puas menggunakan <i>digital banking</i>	83,0
Rata-rata Indeks Sikap	81,9

Sumber : Data diolah penulis 2025

Rata-rata indeks variabel sikap sebesar 81,9, yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki sikap yang sangat positif terhadap penggunaan *digital banking*, baik dari sisi kenyamanan maupun kepuasan penggunaan.

2.4 Indeks Respon Responden Variabel Perilaku *Digital banking*

Variabel Perilaku *digital banking* menggambarkan tingkat penerimaan dan keberlanjutan penggunaan layanan *digital banking* oleh responden. Indikator yang digunakan meliputi intensitas penggunaan, niat menggunakan secara berkelanjutan, serta kesediaan merekomendasikan kepada pihak lain.

Tabel 7. Indeks Respon Responden Variabel Perilaku *Digital banking*

Indikator	Skor Indeks
Saya menggunakan <i>digital banking</i> secara rutin	82,8
Saya berniat terus menggunakan <i>digital banking</i>	84,1
Saya merekomendasikan <i>digital banking</i> kepada orang lain	81,5
<i>Digital banking</i> menjadi bagian dari aktivitas keuangan saya	83,2
Rata-rata Indeks Perilaku <i>Digital banking</i>	82,9

Sumber : Data diolah penulis 2025

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa rata-rata indeks variabel Perilaku *digital banking* sebesar 82,9, yang berada pada kategori sangat tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa *digital banking* telah diterima dengan baik dan digunakan secara berkelanjutan oleh generasi Milenial dan Gen Z di Kabupaten Banyumas.

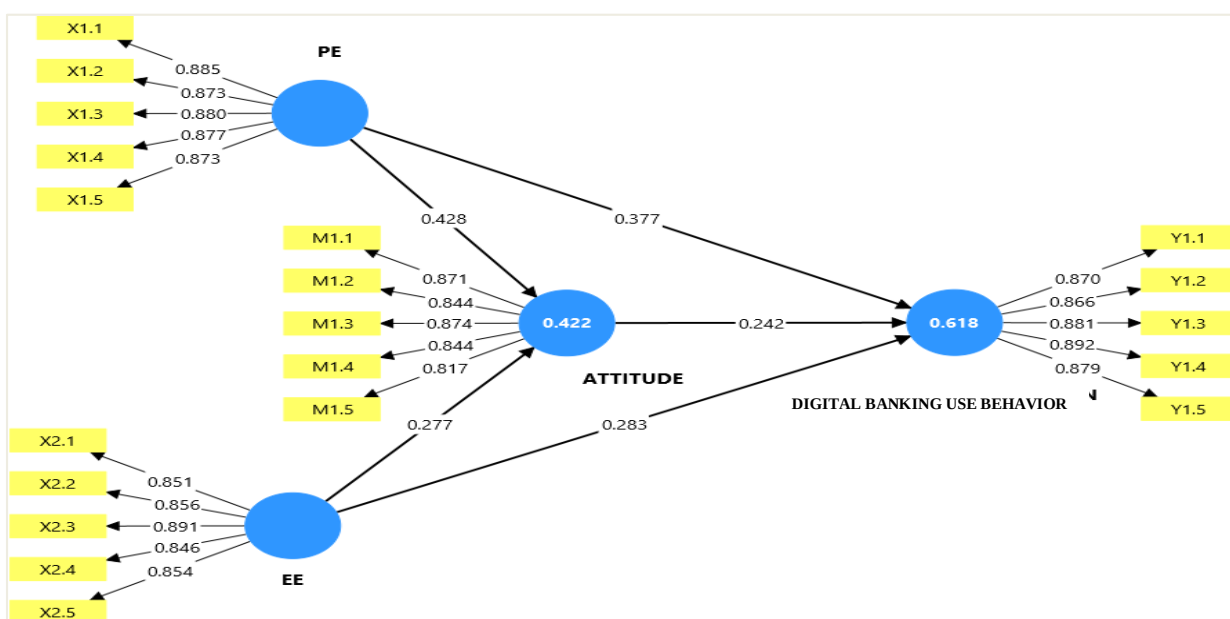
3. Pengujian Persyaratan Analisis Data

Teknik pengolahan data yang diterapkan dalam penelitian ini menggunakan aplikasi *Smart PLS v.4.1.0.2* yang diterapkan melalui tahap Perencanaan Model Pengukuran (*Outer Model*) dan Perencanaan Model Struktural (*Inner Model*). Tahap-tahap tersebut sebagai berikut:

1. Perencanaan Model Pengukuran (Outer Model)

Terdapat tiga kriteria dalam penggunaan teknik analisis data dengan *Smart PLS* untuk menilai *outer model*, yaitu *Convergent Validity*, *Discriminant Validity* dan *Composite Reliability*. Berikut merupakan skema model program *Smart PLS* dengan penilaian *Outer Model*:

Gambar 2 Skema model program *Smart PLS*



Sumber : Data diolah penulis melalui Smart-PLS 4

A. Uji Validitas Konvergen

Analisis data *Partial Least Squares* (PLS) mengonfirmasi validitas konstruk. Seluruh indikator *performance expectancy* (PE) memiliki *outer loading* yang signifikan. Angkanya berkisar antara 0,873 hingga 0,885. Ini lebih tinggi dari batas minimum 0,70 (Hair, Hult, and Ringle n.d.; Rahadi 2023). Indikator ini mampu merepresentasikan konstruk laten persepsi manfaat dan peningkatan kinerja nasabah dalam penggunaan *digital banking*. Indikator *effort expectancy* (EE) juga menunjukkan hasil yang baik. Nilai *outer loading*-nya 0,846 – 0,891. Ini membuktikan validitas konvergen dan reliabilitas. Indikator ini mengukur persepsi kemudahan penggunaan *digital banking* yang mencakup aspek belajar, kejelasan fitur, dan transaksi *digital banking*. Konstruk *attitude* juga terbukti valid. Nilai *outer loading*-nya 0,817–0,874. Ini mencerminkan perasaan positif nasabah terhadap layanan. Indikator *digital banking use behavior* memiliki nilai 0,866–0,892. Indikator ini secara akurat mencerminkan perilaku Perilaku aktual dan berkelanjutan. Evaluasi model pengukuran secara keseluruhan menunjukkan hasil yang memuaskan. Seluruh indikator pada setiap konstruk memenuhi kriteria validitas konvergen dan reliabilitas.

Tabel 8. Hasil Uji Convergent Validity Outer Loading

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Attitude	M1.1	0.871	Valid
	M1.2	0.844	Valid
	M1.3	0.874	Valid
	M1.4	0.844	Valid
	M1.5	0.817	Valid
Performance Expectancy (PE)	X1.1	0.885	Valid
	X1.2	0.873	Valid
	X1.3	0.88	Valid
	X1.4	0.877	Valid
	X1.5	0.873	Valid
Effort Expectancy (EE)	X2.1	0.851	Valid
	X2.2	0.856	Valid
	X2.3	0.891	Valid
	X2.4	0.846	Valid
	X2.5	0.854	Valid
Digital banking use behavior	Y1.1	0.877	Valid
	Y1.2	0.866	Valid
	Y1.3	0.881	Valid
	Y1.4	0.892	Valid
	Y1.5	0.879	Valid

Sumber : Data diolah Smart-PLS 4

Evaluasi ini digunakan untuk mengukur hubungan sebab-akibat antara variable dengan item indikatornya. Ukuran validitas digambarkan dalam nilai outer loading dimana nilai loading actor yang diterima adalah $(LF) \geq 0,70$. Pada tabel. dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator valid dalam merefleksikan variable karena nilai outer loading seluruh indikator ≥ 70 .

B. Evaluasi tingkat Reliabilitas Konsistensi Internal

Evaluasi selanjutnya yaitu tingkat reliabilitas yang diukur menggunakan *Cronbach's Alpha* dan nilai *Composite Reliability*. Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* lebih dari 0,70 menunjukan bahwa variable memiliki konsistensi internal yang diterima atau seluruh indikator dinyatakan reliabel. Tabel 9. merupakan hasil olah data untuk seluruh variable beserta indikatornya :

Tabel 9. Cronbach's Alpha & Composite Reliability

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan	Composite Reliability	Keterangan
Attitude	0,904	Reliabel	0,929	Reliabel
PE	0,925	Reliabel	0,944	Reliabel
EE	0,912	Reliabel	0,934	Reliabel
Digital banking use behavior	0,926	Reliabel	0,944	Reliabel

Sumber : Data diolah Smart-PLS 4

Pengujian reliabilitas internal, seperti pada tabel 9. membuktikan bahwa semua konstruk memiliki reliabilitas yang baik. Nilai *Cronbach's Alpha* tiap konstruk lebih tinggi dari batas minimum. Ini menunjukan indikator-indikatornya mempunyai kesamaan internal yang kuat, sesuai dengan Hair et al. n.d.(2019). Alat ukur penelitian ini bisa mengukur konstruk secara stabil dan dapat dipercaya. Pengujian composite reliability juga menunjukan reliabilitas yang kuat pada semua konstruk. Nilainya melewati batas minimum yang sudah ditetapkan. Hair et al. n.d.(2019)

menjelaskan *composite reliability* penting di PLS-SEM karena memperhitungkan bobot indikator, ini yang membuat model pengukuran lebih reliable.

C. Evaluasi Validitas Konvergen

Evaluasi ini digunakan untuk mengukur indikator yang digunakan mengukur variable seharusnya yang memiliki korelasi tinggi, nilai AVE lebih dari 0,50 = valid. Tabel akan memaparkan hasil dari pengolahan data untuk evaluasi AVE.

Tabel 10. Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
<i>Attitude</i>	0,723
<i>Digital banking use behavior</i>	0,771
PE	0,770
EE	0,739

Sumber : Data diolah Smart-PLS 4

Dari tabel tersebut, dapat dilihat bahwa validitas konvergen juga terpenuhi. Nilai *average variance extracted (AVE)* untuk setiap konstruk cukup memadai yaitu $\geq 0,50$, artinya varian indikator lebih banyak dijelaskan oleh konstruk laten daripada kesalahan pengukuran (Rahadi 2023).

D. Evaluasi Validitas Diskriminan

Uji *Fornell* dan *Lacker* digunakan untuk mengetahui validitas diskriminan. Suatu variable dikatakan memiliki validitas diskriminan yang sangat baik jika akar AVE –nya lebih besar dibandingkan korelasinya dengan variable lain. Berikut hasil dari pengolahan data untuk uji *Fornell* dan *Lacker*.

Tabel 11. Fornell dan Lacker

Variabel	<i>Attitude</i>	<i>Digital banking use behavior</i>	EE	PE
<i>Attitude</i>	0,850			
<i>Digital banking use behavior</i>	0.636	0.878		
EE	0.569	0.678	0.860	
PE	0.617	0.720	0.683	0.878

Sumber : Data diolah Smart-PLS 4

Pengujian validitas diskriminan menunjukkan bahwa konstruk sikap memiliki nilai kuadrat AVE sebesar 0,850 melebihi korelasi dengan Perilaku *digital banking*, EE, dan PE. Hal ini membuktikan bahwa konstruk sikap secara lebih kuat menjelaskan indikatornya dibandingkan hubungannya dengan konstruk lain, sehingga validitas diskriminannya terpenuhi. Perilaku perbankan digital dengan nilai kuadrat AVE 0,878 melampaui korelasinya dengan sikap, EE (0,678), dan PE menandakan perbedaan yang jelas. Konstruk EE, dengan akar kuadrat AVE 0,860, juga lebih tinggi dari korelasinya dengan sikap, Perilaku perbankan digital dan PE, menegaskan perbedaan persepsi. Konstruk PE, dengan akar kuadrat AVE 0,878, terbukti lebih tinggi dari korelasinya dengan sikap, perilaku perbankan digital, dan EE mengindikasikan validitas diskriminan yang baik. Secara keseluruhan, kriteria *Fornell–Larcker* untuk validitas diskriminan terpenuhi untuk semua konstruk, karena nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar dari korelasi antar konstruk.

2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Tahap selanjutnya setelah beberapa evaluais dilakukan maka perlu melakukan evaluasi model structural yang memiliki hubungan dengan uji hipotesis beserta pengaruh antar variable penelitian yang ada pada hipotesis.

A. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi berperan dalam menilai sejauh mana variable endogen dapat direpresentasikan oleh variable eksogen, atau mengindikasikan kemampuan variable endogen.

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi

	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
<i>Attitude</i>	0.422	0.419
<i>Digital banking use behavior</i>	0.618	0.615

Sumber : Data diolah Smart-PLS 4

Nilai *R-square* untuk variable *attitude* adalah 0,422 artinya sikap terhadap perbankan digital menjelaskan 42,2 % variasi dalam Perilaku layanan ini. *R-square adjusted* sebesar 0,419 menunjukkan model tetap konsisten setelah penyesuaian.

B. Ukuran Efek

Evaluasi lanjutan pada model struktural dalam penelitian ini dilakukan dengan menguji *effect size* (*f-square*). Uji *f-square* bertujuan untuk mengetahui besarnya kontribusi masing-masing variabel eksogen terhadap variabel endogen, baik secara langsung maupun dalam model keseluruhan. Menurut Hair et al. n.d.(2019) nilai *f-square* dikategorikan sebagai kecil (0,02), sedang (0,15), dan besar (0,35). Hasil pengujian *f-square* dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut.

Tabel 13. Hasil Pengujian Efek Size (*f-Square*)

Hubungan antar Variabel	Ukuran efek (<i>F2</i>)	Ket
<i>Attitude -> Digital banking Use behavior</i>	0.089	Lemah
<i>Effort Expectancy (Ee) -> Attitude</i>	0.071	Lemah
<i>Effort Expectancy (Ee) -> Digital banking Use behavior</i>	0.104	Lemah
<i>Performance Expectancy (Pe) -> Attitude</i>	0.169	Sedang
<i>Performance Expectancy (Pe) -> Digital banking Use behavior</i>	0.17	Sedang

Sumber : Data diolah Smart-PLS 4

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan Smart-PLS sebagaimana ditunjukkan pada Tabel , diperoleh nilai *f-square* untuk setiap jalur hubungan antar variabel sebagai berikut. Pengaruh *attitude* terhadap *digital banking use behavior* memiliki nilai *f-square* sebesar 0,089, yang berada pada kategori pengaruh kecil hingga mendekati sedang. Hasil ini menunjukkan bahwa sikap nasabah memberikan kontribusi yang nyata dalam menjelaskan variasi Perilaku *digital banking*, meskipun kekuatan pengaruhnya tidak dominan dibandingkan variabel lainnya. Pengaruh *effort expectancy* (EE) terhadap *attitude* menunjukkan nilai *f-square* sebesar 0,071, yang termasuk dalam kategori pengaruh kecil. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki kontribusi terhadap pembentukan sikap positif nasabah, namun bukan sebagai faktor utama yang berdiri sendiri dalam membentuk sikap terhadap *digital banking*.

Pengaruh *effort expectancy* (EE) terhadap *digital banking adoption* memiliki nilai *f-square* sebesar 0,104, yang juga berada dalam kategori pengaruh kecil. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan secara langsung berkontribusi terhadap Perilaku *digital banking*, meskipun pengaruhnya relatif terbatas jika dibandingkan dengan variabel *performance expectancy*. Pengaruh *performance expectancy* (PE) terhadap *attitude* menunjukkan nilai *f-square* sebesar 0,169, yang berada pada kategori pengaruh sedang. Hasil ini menandakan bahwa persepsi manfaat dan peningkatan kinerja memiliki peran yang cukup kuat dalam membentuk sikap positif nasabah terhadap penggunaan *digital banking*. Pengaruh *performance expectancy* (PE) terhadap *digital banking adoption* memiliki nilai *f-square* sebesar 0,170, yang juga termasuk dalam kategori pengaruh sedang. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi manfaat merupakan salah satu faktor utama yang berkontribusi secara substansial dalam mendorong Perilaku *digital banking* oleh generasi Milenial dan Gen Z di Kabupaten Banyumas.

C. Predictive Relevance (Q-Square)

Q-square bertujuan untuk mengetahui seberapa baik nilai dari variabel dependen dapat diprediksi oleh model yang digunakan. Jika $Q^2 > 0$, maka model memiliki relevansi prediktif, jika $Q^2 > 0,25$ berarti relevansinya sedang (*moderate predictive relevance*) sedangkan jika $Q^2 > 0,50$ berarti relevansi sangat kuat (*strong predictive relevance*). Namun Jika $Q^2 \leq 0$, maka model tidak memiliki relevansi prediktif (Hair et al. n.d). Berikut hasil uji *Q-square* :

Tabel 14.. Hasil Uji *Q-Square*

Variabel	Q-square	Ket
Attitude	0,414	<i>moderate predictive relevance</i>
Digital banking use behavior	0,578	<i>strong predictive relevance</i>

Sumber : Data diolah Smart-PLS 4

D. Koefisien Jalur (*Path Coefficients*)

Tabel 15.. Hasil Uji *Path Coefficients*

Hipotesis	Pernyataan Hipotesis	Original Sample (O)	P values	Ket
H1	PE -> Digital banking use behavior	0.377	0.000	Signifikan
H2	EE -> Digital banking use behavior	0.283	0.000	Signifikan
H3	PE -> Attitude	0.428	0.000	Signifikan
H4	EE -> Attitude	0.277	0.000	Signifikan
H5	Attitude -> Digital banking use behavior	0.242	0.000	Signifikan
H6	E -> Attitude -> Digital banking use behavior	0.104	0.000	Signifikan
H7	E -> Attitude -> Digital banking use behavior	0.067	0.001	Signifikan

Sumber : Data diolah Smart-PLS 4

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa attitude berpengaruh signifikan terhadap *digital banking adoption* dengan koefisien sebesar 0,242, nilai *t-statistics* 6,334, dan *p-values* 0,000. Selain itu, *effort expectancy* (EE) terbukti berpengaruh signifikan terhadap attitude ($\beta = 0,277$; $t = 4,582$; $p = 0,000$) serta berpengaruh langsung terhadap *digital banking use behavior* ($\beta = 0,283$; $t = 7,007$; $p = 0,000$). *Performance expectancy* (PE) juga menunjukkan pengaruh yang lebih kuat terhadap attitude ($\beta = 0,428$; $t = 6,933$; $p = 0,000$) dan terhadap *digital banking use behavior* secara langsung ($\beta = 0,377$; $t = 7,493$; $p = 0,000$). Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat memiliki peran penting dalam membentuk sikap positif nasabah sekaligus mendorong keputusan untuk terus menggunakan layanan perbankan digital.

Hasil pengujian pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa attitude berperan sebagai mediator parsial dalam hubungan antara *effort expectancy* dan *performance expectancy* terhadap *digital banking adoption*. Pengaruh tidak langsung EE melalui attitude memiliki koefisien sebesar 0,067 dengan *t-statistics* 3,238 dan *p-values* 0,001, sedangkan pengaruh tidak langsung PE melalui attitude memiliki koefisien sebesar 0,104 dengan *t-statistics* 5,108 dan *p-values* 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun EE dan PE berpengaruh langsung terhadap Perilaku *digital banking*, pengaruh tersebut juga diperkuat melalui pembentukan sikap positif pengguna. Secara teoritis, hasil ini konsisten dengan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang dikemukakan oleh Venkatesh et al. (2003), yang menyatakan bahwa *effort expectancy* dan *performance expectancy* merupakan determinan utama dalam membentuk sikap dan niat perilaku terhadap penggunaan teknologi. Persepsi kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha yang dirasakan sehingga meningkatkan sikap positif terhadap sistem (Priambodo, 2016) sedangkan persepsi manfaat mencerminkan keyakinan bahwa teknologi mampu meningkatkan kinerja dan efektivitas, yang pada akhirnya memperkuat sikap dan niat Perilaku (Sahbani, 2025).

3. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan menggunakan SmartPLS 4, seluruh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima. Model penelitian mampu menjelaskan variabilitas *digital banking use behavior* sebesar 61,8% ($R^2 = 0,619$), termasuk dalam kategori kuat (*strong predictive relevance*). Berikut merupakan pembahasan mendalam untuk masing-masing hipotesis :

3.1 Pengaruh *Performance Expectancy (PE)* terhadap Perilaku *Digital banking* (H1)

Hasil pengujian hipotesis pertama diterima yang menunjukkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *digital banking* ($\beta = 0,377$; $t = 7,493$; $p = 0,000$). Hasil analisis data menunjukkan bahwa persepsi manfaat fungsional seperti kecepatan transaksi, efisiensi waktu, dan kemudahan pengelolaan keuangan secara signifikan. Nasabah merasa bahwa penggunaan *digital banking* memberikan keuntungan fungsional yang nyata, seperti proses transaksi transfer, pembayaran tagihan, dan pemantauan saldo menjadi lebih cepat dan efektif. Hal ini menjadi alasan utama nasabah untuk menggunakan layanan *digital banking* secara aktif.

Indikator dengan nilai indeks tertinggi pada variabel *performance expectancy* adalah pernyataan bahwa *digital banking* mempermudah pengelolaan keuangan dengan skor indeks sebesar 83,1. Temuan ini menunjukkan bahwa manfaat dalam aspek pengelolaan keuangan menjadi faktor dominan yang mendorong penggunaan layanan secara aktual. Persepsi bahwa *digital banking* meningkatkan efektivitas transaksi memperkuat kecenderungan penggunaan berkelanjutan. Temuan ini sejalan dengan konsep *performance expectancy* dalam UTAUT yang menekankan bahwa persepsi manfaat menjadi determinan utama perilaku penggunaan teknologi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan dari Rithmaya et al. (2024) yang menyatakan bahwa *performance expectancy* secara signifikan memiliki dampak marjinal terhadap keputusan Perilaku di sektor perbankan. Hasil ini juga mendukung penelitian oleh Dimitrova (2024) juga menjelaskan bahwa PE atau kegunaan merupakan pemecah hambatan yang secara positif memengaruhi niat Perilaku penuh pada teknologi digital. Serta Alnemer (2022), yang menempatkan *performance expectancy* sebagai pemecah hambatan utama dalam Perilaku teknologi digital. Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian oleh Pramana et al. (2024) yang sebelumnya menemukan tidak adanya pengaruh signifikan pada konteks serupa di Indonesia.

3.2 Pengaruh *Effort Expectancy (EE)* terhadap Perilaku *Digital banking* (H2)

Hasil pengujian hipotesis kedua ini diterima yang menunjukkan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku *digital banking* ($\beta = 0,283$; $t = 7,007$; $p = 0,000$). Hasil statistik membuktikan bahwa tingkat kemudahan penggunaan aplikasi merupakan faktor kunci yang mendorong nasabah generasi Milenial dan Gen Z di Kabupaten Banyumas untuk menggunakan *digital banking*. Ketika nasabah merasa fitur-fitur dalam perbankan digital memiliki navigasi yang intuitif dan tidak memerlukan usaha yang berat untuk dipelajari, nasabah tidak akan ragu untuk berpindah dari perbankan tradisional.

Indikator dengan nilai indeks tertinggi pada variabel *effort expectancy* adalah pernyataan bahwa *digital banking* mudah dipelajari dengan skor indeks sebesar 84,0. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam memahami dan mempelajari fitur layanan menjadi faktor paling dominan yang dirasakan responden. Persepsi bahwa layanan tidak memerlukan usaha yang besar untuk dipahami mendorong frekuensi dan konsistensi penggunaan. Hal ini memperkuat teori UTAUT yang menyatakan kemudahan penggunaan menjadi faktor penting dalam mendorong perilaku penggunaan teknologi.

Penelitian ini mendukung hasil studi dari Fachrudin et al. (2025) yang menemukan bahwa *effort expectancy* berdampak positif terhadap niat menggunakan perbankan digital. Hasil ini

konsisten terhadap penelitian Dimitrova (2024) serta Schrank and Lee (2025) yang menekankan bahwa *effort expectancy* memperkuat intensitas penggunaan teknologi. Selain itu Shanti et al. (2022) dalam tinjauan sistematisnya menekankan bahwa penyederhanaan operasional dan kemudahan navigasi adalah strategi krusial bagi bank untuk memenangkan pasar ditengah persaingan transformasi digital yang ketat.

3.3 Pengaruh *Performance Expectancy*(PE) terhadap sikap dalam Perilaku *Digital Banking* (H3)

Hasil pengujian hipotesis ketiga ini diterima yang menunjukkan pengaruh kuat dan signifikan antara *performance expectancy* terhadap *attitude* ($\beta = 0,428$; $t = 6,933$; $p = 0,000$). Hasil ini menginterpretasikan bahwa sikap nasabah generasi Milenial dan Gen Z di Kabupaten Banyumas terhadap perilaku *digital banking* sangat ditentukan oleh seberapa besar manfaat mereka rasakan, semakin besar manfaat yang dirasakan maka semakin positif sikap yang terbentuk. Nasabah akan memiliki keyakinan yang baik terhadap aplikasi digital jika fitur-fitur yang disediakan terbukti membantu urusan finansial mereka menjadi lebih praktis.

Indikator dengan nilai indeks tertinggi pada variabel *performance expectancy* adalah digital banking mempermudah pengelolaan keuangan dengan skor indeks sebesar 83,1. Manfaat yang nyata dalam pengelolaan keuangan membentuk evaluasi positif responden terhadap layanan digital banking. Persepsi manfaat tersebut mendorong terbentuknya sikap yang lebih mendukung terhadap penggunaan teknologi digital banking. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan maka semakin positif sikap yang terbentuk.

Evaluasi kognitif mengenai manfaat inilah yang kemudian bertransformasi menjadi sikap positif dan menerima teknologi tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini juga sejalan dengan Fazi et al. (2025) yang menemukan bahwa *performance expectancy* merupakan faktor utama yang membentuk sikap positif antar kelompok usia. Selain itu, penelitian oleh Dimitrova (2024) yang menjelaskan bahwa *performance expectancy* mendorong sikap positif dalam metode pembayaran digital. Penelitian ini juga didukung oleh Susantho and Hasan (2024) yang menyatakan bahwa *performance expectancy* adalah landasan fundamental dalam pembentukan sikap nasabah terhadap layanan keuangan digital. Konsistensi ini memperkuat teori UTAUT bahwa manfaat adalah determinan utama dalam pembentukan sikap.

3.4 Pengaruh *Effort Expectancy* (EE) terhadap sikap dalam Perilaku *Digital banking* (H4)

Hasil dari hipotesis keempat diterima dengan hasil bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude* ($\beta = 0,277$; $t = 4,582$; $p = 0,000$). Hasil ini menunjukkan bahwa sistem yang mudah dipelajari dan tidak membingungkan akan membentuk sikap positif bagi pengguna. Pada konteks penelitian, tinggi rata-rata indeks dari *effort expectancy* adalah 83,0 berkontribusi langsung pada tingginya indeks sikap yaitu sebesar 81,9. Hal ini menjelaskan bahwa pengalaman nasabah yang bebas kendala dalam mengoperasikan perbankan digital berkontribusi pada terciptanya perasaan nyaman. Kemudahan interaksi dengan sistem mengurangi rasa frustrasi, hal ini menumbuhkan sikap positif dalam keberlanjutan penggunaan *digital banking*.

Indikator dengan nilai indeks tertinggi pada variabel *effort expectancy* adalah digital banking mudah dipelajari dengan skor indeks sebesar 84,0. Kemudahan dalam memahami sistem dan fitur layanan memperkuat rasa nyaman dan keyakinan responden, sehingga membentuk sikap yang lebih positif terhadap penggunaan digital banking. Hal ini berarti kemudahan penggunaan membentuk evaluasi positif terhadap layanan digital banking. Kemudahan ini menjadi pondasi awal terbentuknya sikap positif nasabah dalam penggunaan *digital banking*.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Harris et al. (2025) yang menemukan bahwa *effort expectancy* meningkatkan sikap positif sebelum membentuk niat Perilaku pada teknologi digital. Hasil hipotesis ini juga sejalan dengan Alnemer (2022) bahwa kemudahan sistem akan mengurangi beban kognitif pengguna hingga meningkatkan perasaan positif terhadap teknologi. Selain itu, Kurniawan et al. (2025) menunjukkan bahwa pemahaman yang baik atas alur kerja

penggunaan *digital banking* menjadi syarat penting agar nasabah memiliki persepsi sikap yang stabil terhadap layanan *digital banking*. Penelitian tersebut memperkuat argument bahwa aspek *effort expectancy* dalam membentuk respon afektif pengguna.

3.5 Pengaruh sikap terhadap Perilaku *Digital banking* (H5)

Hasil dari hipotesis kelima diterima yang menyatakan bahwa *attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *digital banking use behavior* ($\beta = 0,242$; $t = 6,334$; $p = 0,000$). Hal ini menegaskan bahwa Perilaku teknologi digital bukan hanya aspek teknis namun juga terdapat aspek afektif. Sikap bertindak sebagai evaluasi internal nasabah sebelum memutuskan untuk terus menggunakan layanan tersebut dalam jangka panjang. Jika nasabah memiliki sikap positif, merasa bahwa *digital banking* merupakan ide yang bagus dan memberikan kenyamanan dalam bertransaksi, maka nasabah akan menunjukkan komitmen yang kuat untuk melakukan Perilaku secara berkelanjutan. Sikap berfungsi sebagai dorongan internal yang menggerakkan niat menjadi tindakan penggunaan yang konsisten.

Indikator dengan nilai indeks tertinggi pada variabel sikap adalah pernyataan bahwa responden merasa puas menggunakan digital banking dengan skor indeks sebesar 83,0. Kepuasan tersebut mencerminkan evaluasi afektif yang menjadi kuat dan menjadi faktor dominan dalam mendorong penggunaan layanan secara berkelanjutan. Selain itu, pada variabel penggunaan, indikator tertinggi adalah keberlanjutan penggunaan digital banking dengan skor indeks sebesar 84,1 yang menunjukkan bahwa layanan telah menjadi bagian dari kebiasaan transaksi responden. Hal ini menunjukkan bahwa semakin positif sikap nasabah maka akan semakin tinggi perilaku penggunaan layanan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian oleh Amin et al. (2025) yang menunjukkan bahwa sikap berperan sentral dalam meningkatkan niat Perilaku *digital banking*. Selain itu, hasil temuan ini mendukung penelitian Harris et al. (2025) yang membuktikan bahwa sikap merupakan faktor pendorong utama Perilaku teknologi. Serta penelitian Kurniawan et al. (2025) yang menemukan adanya korelasi positif antara sikap dengan minat menggunakan layanan bank digital. Hal ini mengkonfirmasi bahwa perilaku (*behavior*) sangat dipengaruhi oleh evaluasi afektif (*attitude*) seseorang terhadap objek tersebut.

3.6 Pengaruh *Performance Expectancy* (PE) terhadap Perilaku *Digital banking* dimediasi oleh sikap (H6)

Hasil analisis hipotesis keenam diterima yang menunjukkan bahwa *attitude* mampu memediasi hubungan antara *performance expectancy* dan Perilaku *digital banking* secara signifikan ($\beta = 0,104$; $t = 5,108$; $p = 0,000$). Sikap berfungsi sebagai mekanisme psikologis yang memperkuat dampak dari persepsi kegunaan terhadap keputusan nasabah dalam mengPerilaku *digital banking*. Ketika nasabah merasa aplikasi tersebut berguna, muncul perasaan positif, hasil dari perasaan positif memunculkan sikap untuk melakukan Perilaku menjadi lebih besar untuk dilakukan. Sikap bertindak sebagai jembatan yang mengubah nilai manfaat menjadi keyakinan nasabah untuk bertransaksi secara digital.

Indikator tertinggi pada *performance expectancy* adalah kemudahan pengelolaan keuangan 83,1, sedangkan indikator tertinggi pada sikap adalah kepuasan penggunaan 83,0. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat yang tinggi membentuk kepuasan sebagai evaluasi afektif, yang selanjutnya memperkuat perilaku digital banking secara berkelanjutan. Sikap berperan sebagai mekanisme psikologis yang menjembatani persepsi manfaat dengan perilaku penggunaan. Ini menunjukkan bahwa sikap mampu memediasi pengaruh *performance expectancy* terhadap perilaku penggunaan digital banking.

Mereka mengPerilaku teknologi tersebut karena mereka meyakini manfaatnya, dan merasa teknologi tersebut berpengaruh positif untuk kehidupannya sehingga sikap bertindak sebagai pemahaman kognitif tentang manfaat menjadi perilaku Perilaku. Mekanisme mediasi ini melengkapi kerangka kerja UTAUT yang digunakan oleh Rithmaya et al. (2024) dimana variable

sikap memberikan penjelasan tambahan mengapa *performance expectancy* sangat penting. Hal ini berkaitan dengan teori Rogers (2003) mengenai difusi inovasi dimana tahap persuasi (pembentukan sikap) harus dilalui sebelum tahap keputusan Perilaku.

3.7 Pengaruh *Effort Expectancy* (EE) terhadap Perilaku *Digital banking* dimediasi oleh sikap (H7)

Hasil dari hipotesis ketujuh diterima yang menunjukkan bahwa *attitude* juga berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan dalam hubungan antara *effort expectancy* dan Perilaku *digital banking* ($\beta = 0,067$; $t = 3,238$; $p = 0,001$). Hal ini menunjukkan bahwa *effort expectancy* menjadi faktor motivasi nasabah untuk terus menggunakan layanan *digital banking* secara terus menerus. Jika aplikasi mudah digunakan maka nasabah akan memiliki sikap positif, yang kemudian mendorong mereka untuk melakukan Perilaku penuh. Sikap menjadi faktor kunci yang memastikan kemudahan teknis diterjemahkan menjadi perilaku penggunaan yang berkelanjutan.

Indikator tertinggi pada *performance expectancy* adalah kemudahan pengelolaan keuangan 83,1 sedangkan indikator pada sikap adalah kepuasan penggunaan 83,0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat yang tinggi membentuk kepuasan sebagai evaluasi afektif, yang selanjutnya memperkuat perilaku penggunaan *digital banking* secara berkelanjutan. Sikap berperan sebagai mekanisme psikologis yang menjembatani persepsi manfaat dengan perilaku penggunaan secara aktual. Ini menunjukkan bahwa sikap mampu memediasi pengaruh *performance expectancy* terhadap perilaku penggunaan digital.

Hasil mediasi ini memberikan jawaban atas gap penelitian oleh Rithmaya et al. (2024) yang menemukan pengaruh tidak langsung kemudahan terhadap niat Perilaku. Penelitian ini selaras dengan Alnemer (2022), bahwa kenyamanan operasional adalah gerbang utama menuju penerimaan sistem secara luas. Peran mediasi sikap menjadi sangat vital di wilayah berkembang seperti kabupaten Banyumas karena bertugas mentransformasi kemudahan aplikasi menjadi rasa aman dan kepercayaan nasabah untuk sepenuhnya beralih ke *digital banking*.

4. Kesimpulan, Saran dan Keterbatasan Penelitian

4.1 Kesimpulan

Penelitian ini berhasil menjawab seluruh tujuan yang ditetapkan dan menemukan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan terbukti secara signifikan. Model penelitian secara keseluruhan mampu menjelaskan sebagian besar variabilitas dalam Perilaku *digital banking* sehingga menunjukkan relevansi prediktif yang kuat. Temuan utama menegaskan bahwa persepsi nasabah mengenai manfaat fungsional dari *digital banking* (*performance expectancy*) dan kemudahan penggunaan (*effort expectancy*) secara positif dan signifikan memengaruhi Perilaku *digital banking*. Lebih lanjut, *performance expectancy* dan *effort expectancy* ini juga membentuk sikap positif nasabah terhadap layanan perbankan digital. Sikap positif yang terbentuk ini, menjadi penentu utama dalam mendorong Perilaku *digital banking* secara berkelanjutan.

Secara mendalam, penelitian ini mengidentifikasi bahwa sikap memainkan peran mediasi yang krusial. Manfaat yang dirasakan dari *digital banking* serta kemudahan penggunaannya tidak hanya berdampak langsung pada Perilaku, tetapi juga memperkuat dampaknya melalui pembentukan sikap positif. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman nasabah yang positif dan pemahaman akan kegunaan layanan merupakan kunci dalam mentransformasikan potensi Perilaku menjadi perilaku penggunaan yang aktif dan berkelanjutan terutama bagi generasi Milenial dan Gen Z di Kabupaten Banyumas. Kontribusi penelitian ini terletak pada pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor psikologis dan fungsional yang mendorong Perilaku *digital banking* serta memperjelas mekanisme bagaimana faktor-faktor tersebut berinteraksi.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perbankan dan Praktisi

Pihak perbankan disarankan untuk terus meningkatkan kualitas fitur dan layanan *digital banking* yang mampu memberikan manfaat nyata bagi nasabah, seperti kecepatan transaksi, keamanan, serta kemudahan pengelolaan keuangan. Penekanan pada nilai guna dan efisiensi layanan perlu dikomunikasikan secara intensif agar persepsi *performance expectancy* nasabah semakin kuat. Selain itu, desain antarmuka yang sederhana dan ramah pengguna perlu terus dikembangkan untuk mempertahankan persepsi kemudahan penggunaan, khususnya bagi pengguna baru.

2. Bagi Pemerintah dan Regulator

Pemerintah daerah dan otoritas terkait diharapkan dapat mendorong peningkatan literasi keuangan dan literasi digital, khususnya bagi generasi muda, melalui program edukasi yang berkelanjutan. Upaya ini penting untuk memperkuat kepercayaan dan sikap positif masyarakat terhadap layanan perbankan digital.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan demografi dan geografis guna menguji generalisasi temuan ini, serta mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi perilaku *digital banking*.

4.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menafsirkan hasil dan generalisasi temuannya.

1. Lingkup geografis : Penelitian ini berfokus di Kabupaten Banyumas sehingga hasil penelitian ini mungkin memiliki nuansa perilaku yang berbeda jika dibandingkan dengan nasabah di kota-kota metropolitan atau di daerah dengan infrastruktur internet yang belum merata.
2. Variabel penelitian : penelitian ini terbatas pada kerangka PE, EE, dan sikap. Merujuk pada penelitian oleh Rithmaya et al. (2024), penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti kebiasaan atau kepervayaan yang mungkin juga berperan penting bagi generasi Milenial maupun Gen Z.
3. Fokus generasi : penelitian ini terbatas pada generasi Milenial dan Gen Z, tantangan penggunaan digital banking mungkin akan sangat berbeda pada generasi yang lebih tua karena mungkin mereka menghadapi risiko eksklusi finansial digital lebih tinggi.