

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEAMANAN,
KEPERCAYAAN DAN LITERASI DIGITAL TERHADAP MINAT PENGGUNAAN BANK
DIGITAL BLU BY BCA

(STUDI KASUS PADA GENERASI Z DI KOTA SEMARANG)

Durotun Nasechah

12221588

Program Studi Manajemen Universitas BPD

nasechahdurotun@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, keamanan, kepercayaan dan literasi digital terhadap minat penggunaan bank digital Blu by BCA pada generasi Z di Kota Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z di Kota Semarang yang belum menggunakan bank digital Blu by BCA. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik pengumpulan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Teori yang digunakan adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Alat analisis menggunakan IBM SPSS 26. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Variabel keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Variabel literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan.

Kata Kunci : Persepsi Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Kepercayaan, Literasi Digital, Minat Penggunaan, Bank Digital

Abstrak

This study aims to analyze the influence of perceived ease of use, security, trust, and digital literacy on the intention to use the blu by BCA Digital banking application among Generation Z in Semarang City. The population of this study consists of Generation Z individuals in Semarang City who have not yet used the blu by BCA Digital banking application. The sampling technique employed was purposive sampling, resulting in a total sample of 96 respondents. This study is based on the Technology Acceptance Model (TAM) and the Theory of Planned Behavior (TPB). Data were analyzed using IBM SPSS Statistics 26. The results indicate that perceived ease of use has a positive and significant effect on the intention to use the blu by BCA Digital banking application. Security also has a positive and significant effect on the intention to use. Likewise, trust has a positive and significant effect on the intention to use. Furthermore, digital literacy has a positive and significant effect on the intention to use the blu by BCA Digital banking application.

Keywords: Perceived Ease of Use, Security, Trust, Digital Literacy, Intention to Use, Digital Banking.

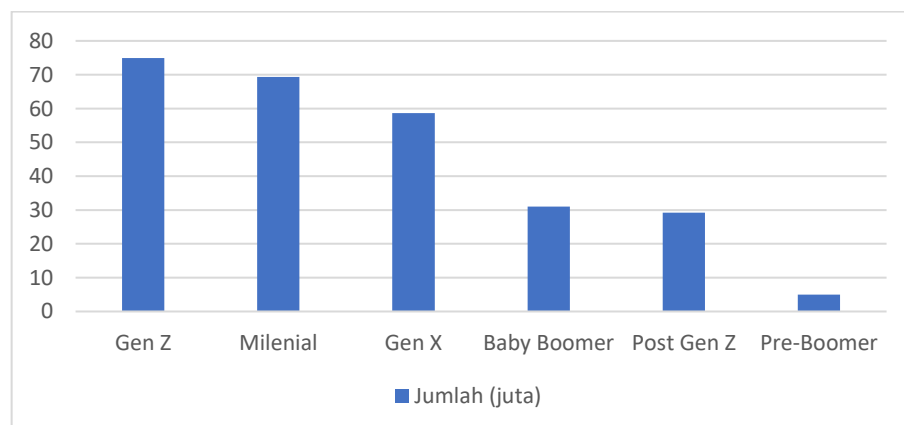
1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini kondisi perekonomian terus mengalami pertumbuhan dan perubahan sesuai dengan perkembangan ekonomi modern. Salah satu faktor utama pertumbuhan ekonomi modern adalah perkembangan teknologi digital di berbagai sektor termasuk sektor perbankan. Saat ini sektor perbankan sedang menuju era digitalisasi. Transformasi industri perbankan merupakan jawaban dari fenomena perkembangan *financial technology* dan revolusi teknologi digital (4th *revolution industry-digital industry*). Bank- bank harus meningkatkan layanan digital bankingnya dan meraih peluang dari digital ekonomi dan era industri revolusi 4.0 (Pramitasari et al., 2025). Perkembangan ini mendorong perbankan untuk mengubah manajemen dan operasinal dari konsep tradisional menuju bank yang berkonsep dengan menyelaraskan strategi bisnis dan meningkatkan aktivitas perbankan digital melalui internet.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat, mengarahkan perbankan untuk lebih meningkatkan layanan dengan membentuk perbankan digital. Hal ini bertujuan agar bank dapat memaksimalkan pelayanan kepada nasabah dan meningkatkan mutu operasionalnya. Layanan yang dahulu mengharuskan kehadiran fisik nasabah kini telah beralih ke sistem digital seperti pembukaan rekening online, transaksi melalui aplikasi mobile banking, hingga pengajuan kredit secara daring (Rizieq, 2024). Berdasarkan POJK No.12/POJK.03/2021 bank digital adalah bank berbadan hukum Indonesia yang menyediakan dan menjalankan kegiatan usaha terutama melalui saluran elektronik tanpa kantor fisik selain kantor pusat atau menggunakan kantor fisik yang terbatas. Berdasarkan laporan Bank Indonesia (BI), nilai transaksi bank digital pada tahun 2024 mencapai Rp5.570,49 triliun, meningkat 10,82% dibanding tahun sebelumnya. Data ini memperlihatkan bahwa layanan bank digital kini menjadi salah satu pilar utama sistem pembayaran nasional dan berperan penting dalam memperluas inklusi keuangan.

Pertumbuhan perbankan digital di Indonesia terus mengalami peningkatan yang signifikan. Berdasarkan data Bank Indonesia (BI), hingga Juli 2025 nilai transaksi pembayaran digital meningkat sebesar 45,3% dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya (year-on-year/YoY). Sejalan dengan pertumbuhan tersebut, kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi menjadi faktor utama yang mendorong masyarakat untuk semakin memanfaatkan layanan pembayaran digital. Di sisi lain, demografi pengguna juga menunjukkan pergeseran signifikan. Menurut *Beresfod Research* Generasi Z adalah individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Generasi Z menjadi segmen dominan pengguna layanan keuangan digital.



Gambar 1. Diagram Data BPS Komposisi Penduduk Indonesia

Sumber : GoodStats 2023

Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa Generasi Z menyumbang sekitar 27,94% dari total populasi Indonesia, dengan jumlah yang diperkirakan mencapai 74,93 juta jiwa. Generasi Z dikenal sebagai *digital natives*, yaitu kelompok yang tumbuh bersama teknologi dan cenderung lebih cepat beradaptasi dengan sistem berbasis digital. Oleh karena itu, bank digital seperti Blu by BCA menempatkan Gen Z sebagai target utama untuk memperluas basis nasabah di masa depan.

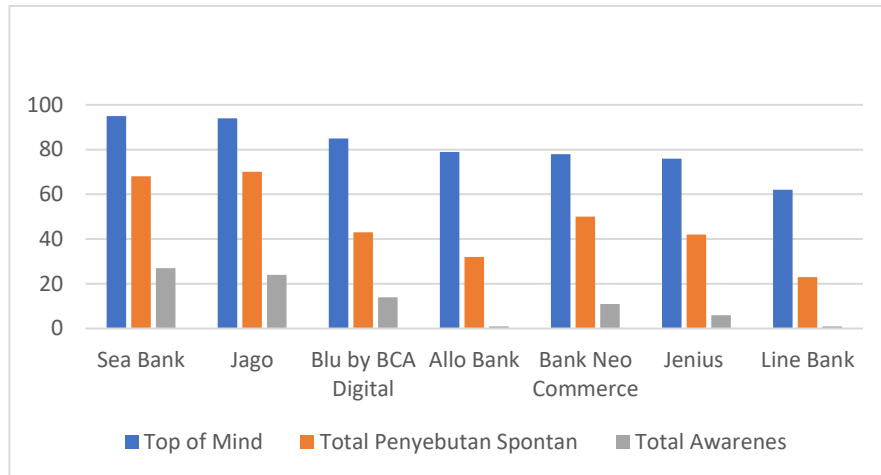
Tabel 1 Data Penduduk Kota Semarang berdasarkan Usia

Kelompok Umur	Jenis Kelamin		Jumlah Total
	Laki-laki	Perempuan	
0–4	58.107	55.817	113.924
5–9	60.107	57.108	117.215
10–14	63.281	59.945	123.226
15–19	65.455	61.718	127.173
20–24	66.912	63.570	130.482
25–29	64.368	62.697	127.065
30–34	64.606	65.073	129.679
35–39	65.603	66.556	132.159
40–44	66.326	67.962	134.288
45–49	64.953	67.741	132.694
50–54	57.135	60.932	118.067
55–59	49.318	54.408	103.726
60–64	40.437	46.088	86.525
65–69	31.061	35.622	66.683
70–74	20.180	24.668	44.848
75+	13.788	20.879	34.667

Sumber : BPS Kota Semarang, 2025

Blu by BCA Digital secara strategis memfokuskan segmen pasar utamanya pada generasi Z dan milenial. Hal ini tercermin dari komposisi portofolio nasabahnya, di mana sekitar 49% berasal dari kelompok generasi Z. Sementara itu, berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2025, Kota Semarang memiliki jumlah penduduk generasi Z yang cukup besar, yaitu sebanyak 389.120 jiwa yang terdiri atas laki-laki dan perempuan. Besarnya populasi tersebut menunjukkan bahwa Kota Semarang merupakan pasar yang potensial bagi Blu by BCA Digital untuk memperluas basis nasabah, khususnya dari kalangan generasi Z. Potensi pasar yang besar tersebut menunjukkan adanya peluang bagi Blu by BCA Digital untuk meningkatkan jumlah pengguna di Kota Semarang. Karakteristik generasi Z yang dekat dengan perkembangan teknologi juga menjadikan mereka memiliki preferensi dan ekspektasi yang berbeda dalam memilih layanan keuangan digital.

Blu by BCA telah memiliki lebih 3 juta nasabah, dan mayoritas berasal dari Gen Z dan Milenial (Kompas.com, 2026). Meskipun jumlah pengguna tumbuh, tingkat adopsi aktif dan loyalitas masih tergolong rendah. Sebagai anak perusahaan BCA tentu menjadi kesempatan yang sangat besar bagi BLU by BCA Digital untuk dapat berkembang dan menarik hati para nasabah perbankan di Indonesia. Keberadaan BLU by BCA sebagai bank digital yang berada di bawah naungan Grup BCA belum sepenuhnya mampu mendorong bank tersebut mencapai posisi sebagai salah satu perbankan dengan kinerja terbaik.



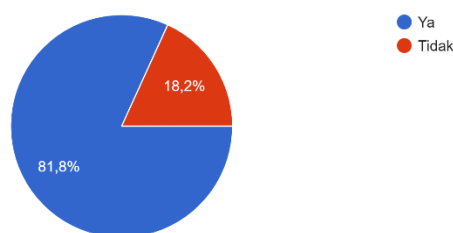
Gambar 2. Diagram Performa Bank Digital Di Indonesia 2024

Sumber : Goodstast 2024

Laporan Populix pada Juli 2024 menunjukkan bahwa Blu by BCA Digital menempati posisi ketiga dalam kategori *Top of Mind* dan *Total Awareness* di antara layanan bank digital di Indonesia. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun Blu by BCA Digital telah dikenal oleh masyarakat, tingkat kesadaran mereknya masih belum sekuat beberapa kompetitor utama. Dibandingkan dengan SeaBank dan Bank Jago yang berada pada posisi pertama dan kedua, Blu by BCA Digital masih tertinggal dalam membangun asosiasi merek yang kuat di benak konsumen. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa keberadaan Blu by BCA Digital di pasar bank digital belum menjadi pilihan utama ketika konsumen memikirkan layanan perbankan digital. Persaingan yang semakin kompetitif di industri bank digital menunjukkan bahwa keberhasilan suatu layanan tidak hanya ditentukan oleh tingginya *brand awareness*, tetapi juga oleh kemampuan bank dalam membangun minat masyarakat untuk menggunakan layanannya.

Hasil pra-survei terhadap 22 responden Generasi Z di Kota Semarang menunjukkan bahwa mayoritas memiliki ketertarikan tinggi terhadap bank digital.

Apakah Anda tertarik menggunakan bank digital?
22 jawaban



Gambar 3. Ketertarikan Penggunaan Bank Digital

Sumber : Data Primer Pra Survei

Saat ini, masyarakat telah semakin familier dengan pemanfaatan teknologi digital dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari, termasuk dalam melakukan transaksi dan mengakses layanan keuangan. Perkembangan teknologi tersebut mendorong perubahan perilaku masyarakat menuju layanan yang lebih praktis, cepat, dan efisien. Generasi Z menjadi salah satu kelompok yang paling adaptif terhadap perkembangan teknologi karena sejak lahir telah

hidup berdampingan dengan internet dan perangkat digital. Karakteristik tersebut membuat generasi Z cenderung memilih layanan perbankan yang mudah diakses melalui perangkat seluler, memiliki proses yang sederhana, serta dapat digunakan kapan saja dan di mana saja tanpa harus mengunjungi kantor cabang. Dalam konteks perbankan digital, kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) menjadi salah satu faktor yang berperan penting dalam membentuk minat dan keputusan penggunaan suatu layanan. Semakin mudah suatu aplikasi dipahami, dipelajari, dan dioperasikan, semakin besar kemungkinan pengguna akan menerima dan menggunakannya secara berkelanjutan. Sebaliknya, aplikasi yang dianggap rumit atau memerlukan usaha lebih dalam pengoperasiannya berpotensi menurunkan minat pengguna untuk mengadopsi layanan tersebut. Oleh karena itu, penyedia bank digital perlu memastikan bahwa aplikasi yang dikembangkan memiliki antarmuka yang intuitif, fitur yang mudah digunakan, serta proses transaksi yang sederhana agar mampu memenuhi ekspektasi generasi Z sebagai salah satu segmen pasar utamanya.



Gambar 4. Ketertarikan Terhadap Blu By BCA

Sumber : Data Primer Pra Survei diolah 2026

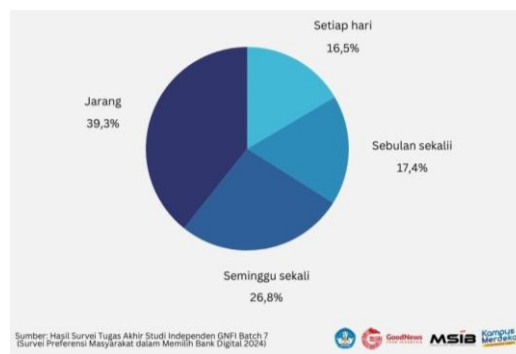
Ketertarikan terhadap bank digital Blu By BCA masih minim, Hasil pra-survei yang dilakukan terhadap minat penggunaan bank digital blu by BCA menunjukkan bahwa sebagian besar responden, yaitu sebanyak 50% menyatakan tidak tertarik untuk menggunakan layanan tersebut. Sementara itu, 22,7% berada pada posisi ragu-ragu dengan jawaban “mungkin tertarik,” yang menandakan adanya potensi minat apabila diberikan informasi atau pengalaman yang lebih meyakinkan. Sebanyak 27% responden menyatakan tertarik untuk menggunakan blu by BCA, sehingga dapat disimpulkan bahwa meskipun terdapat peluang pasar yang cukup signifikan, tantangan terbesar terletak pada bagaimana mengubah persepsi kelompok yang tidak tertarik serta meyakinkan kelompok yang masih ragu agar lebih percaya terhadap manfaat dan keunggulan layanan bank digital blu by BCA.



Gambar 5. Alasan Responden Belum Menggunakan Bank Digital blu by BCA

Sumber : Data Primer diolah 2026

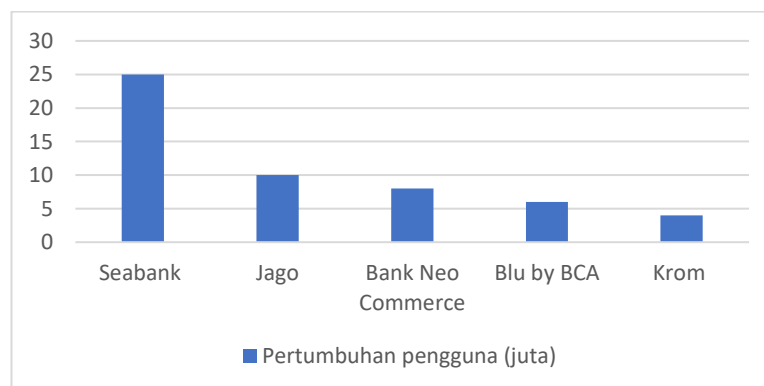
Berdasarkan Gambar 5, diketahui bahwa terdapat 12 responden yang memberikan jawaban mengenai alasan kurang tertarik menggunakan bank digital blu by BCA, dengan responden diperbolehkan memilih lebih dari satu jawaban. Alasan yang paling banyak dipilih adalah sudah menggunakan bank digital lain, yaitu sebanyak 7 responden (58,3%). Selanjutnya, 4 responden (33,3%) menyatakan lebih nyaman menggunakan bank konvensional karena lebih familiar, sedangkan 3 responden (25%) mengaku kurang familiar dengan blu by BCA. Sementara itu, alasan kurang percaya terhadap keamanan dan takut kebocoran data masing-masing dipilih oleh 1 responden (8,3%). Secara keseluruhan, hasil tersebut menunjukkan bahwa rendahnya minat menggunakan blu by BCA lebih banyak dipengaruhi oleh penggunaan bank digital lain, preferensi terhadap layanan yang sudah familiar, serta rendahnya tingkat pengenalan terhadap blu by BCA. Berdasarkan hasil tersebut, Blu by BCA Digital perlu mengoptimalkan edukasi mengenai kemudahan penggunaan aplikasi, keamanan transaksi, serta membangun kepercayaan masyarakat terhadap layanan yang ditawarkan. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan literasi digital dan mendorong minat masyarakat, khususnya generasi Z untuk menggunakan Blu by BCA Digital.



Gambar 6. Frekuensi Penggunaan Bank Digital

Sumber : Goodstats.id 2024

Mayoritas pengguna bank digital masih menggunakan layanan secara tidak teratur, dengan 39,3% jarang memanfaatkannya dan 17,4% hanya satu bulan sekali, sementara 26,8% mulai mengintegrasikan secara mingguan dan 16,5% rutin setiap hari. Hal ini menunjukkan bahwa meski adopsi sudah cukup luas, ketergantungan harian masih terbatas sehingga terdapat peluang untuk meningkatkan minat terhadap penggunaan layanan bank digital.



Gambar 7. Bank Digital Paling Bertumbuh Tahun 2021-2025

Sumber : Kabarbursa.com 2025

Berdasarkan data bank digital paling bertumbuh tahun 2021-2025 di Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang sangat positif dan kompetitif, dengan SeaBank tampil sebagai pemimpin pasar berkat integrasi ekosistem Shopee yang mendorong kemudahan transaksi harian. SeaBank mencatat sekitar 25 juta pengguna baru. Bank Jago dengan 10 juta pengguna dan Neo Bank dengan 8 juta pengguna juga menunjukkan perkembangan kuat. Sementara itu, blu by BCA dengan 6 juta pengguna dan Krom Bank mengalami pertumbuhan bertahap, mulai menguat di segmen anak muda dan pengguna digital pemula. Kondisi ini semakin memperkuat peran bank digital sebagai salah satu pilar utama dalam mendorong transformasi digital di sektor perbankan Indonesia.

Menurut (Oktaviana et al., 2023) minat menggunakan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang ingin menggunakan layanan bank digital sebagai alat pembayaran. Minat menggunakan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kemudahan penggunaan, risiko yang mungkin timbul dari kegagalan sistem, dan fitur layanan yang tersedia pada dompet digital. Minat penggunaan adalah suatu keinginan seseorang atau alasan untuk melakukan perilaku tertentu jika mempunyai keinginan yang kuat untuk melakukannya (Bahtiar et al., 2025). Minat individu dalam mengadopsi suatu teknologi baru dapat dijelaskan melalui *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis (1986). Model ini merupakan pengembangan dari teori psikologi yang menjelaskan bahwa penerimaan terhadap teknologi dipengaruhi oleh hubungan antara keyakinan, sikap, minat, dan perilaku pengguna dalam menggunakan sistem komputer. TAM dikembangkan untuk memberikan pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi sekaligus menjadi landasan teoritis dalam pengujian penerimaan sistem. Dengan demikian, model ini dapat dimanfaatkan oleh pengembang maupun organisasi untuk mengevaluasi efektivitas suatu sistem sebelum diterapkan secara luas.

Dalam perkembangannya, TAM banyak digunakan untuk menjelaskan hubungan antara individu dengan penerimaan teknologi melalui dua konstruk utama, yaitu *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) dan *perceived usefulness* (persepsi kegunaan). Kedua konstruk tersebut dipandang sebagai faktor yang berperan penting dalam memprediksi penerimaan serta penggunaan sistem informasi. Selain memiliki dasar teoritis yang kuat, TAM juga dikenal sebagai model yang memiliki validitas pengukuran yang baik, sederhana, dan telah terbukti secara empiris dalam berbagai penelitian (Pavlou dalam Kurnia & Tandijaya, 2023). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan salah satu variabel utama dalam TAM, yaitu *perceived ease of use*, kemudian menambahkan beberapa variabel eksternal, yaitu keamanan, kepercayaan, dan literasi digital, untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan teknologi.

Salah satu faktor terpenting yang perlu dipertimbangkan dalam menggunakan bank digital yaitu kemudahan penggunaan karena dapat mempengaruhi minat konsumen. Semakin mudah suatu aplikasi digunakan, semakin tinggi kemungkinan pengguna untuk mengadopsi layanan tersebut. Semakin tinggi kemungkinan pengguna untuk mengadopsi layanan tersebut. Kemudahan dalam penggunaan, registrasi, dan transaksi tanpa hambatan mendorong pengguna untuk lebih tertarik dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital (Zubaidi, 2025). Aplikasi bank digital Blu by BCA menawarkan kemudahan bagi penggunanya dalam melakukan segala transaksi digital. Dengan menggunakan Blu by BCA, masyarakat tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah banyak untuk keperluan transaksi. Namun, berdasarkan data yang diperoleh dari playstore terdapat beberapa keluhan pada tanggal (17/10/25) terjadi ketidaknyamanan akibat gangguan transaksi yang lambat, kesulitan dalam melakukan login dan beberapa calon pengguna tidak jadi mendaftar karena kesulitan saat melakukan pendaftaran padahal sudah mengikuti arahan yang diberikan. Jika masalah ini tidak

segera diatasi pengguna akan mulai kehilangan kepercayaan terhadap layanan yang disediakan oleh bank digital Blu by BCA. Hal ini dapat mengakibatkan nasabah pindah ke bank lain yang juga dapat membuat brand kehilangan reputasi. Ketika pengguna merasakan pengalaman memuaskan dalam menggunakan bank digital, mereka menjadi lebih termotivasi dan bersemangat untuk terus menggunakan layanan tersebut. Pengalaman positif dari pengguna akan lebih menarik minat nasabah yang belum pernah menggunakan. Dalam penelitian (Meliana & Supriyadi, 2025) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan bank digital. Namun penelitian oleh (Cupian et al., 2022) menunjukkan bahwa tidak adanya signifikansi antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan bank digital.

Persepsi keamanan dalam suatu teknologi merupakan salah satu hal yang mempengaruhi minat penggunaan bank digital. Keamanan mengacu pada keyakinan nasabah bahwa bank memiliki kemampuan untuk menjaga kerahasiaan serta melindungi informasi pribadi yang diperoleh melalui transaksi elektronik dari penyalahgunaan atau akses oleh pihak yang tidak berwenang. Keamanan menjadi salah satu faktor yang dapat menentukan kepercayaan pengguna dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital (Zubaidi, 2025). Keamanan yang tinggi dan terjaga akan membuat pengguna merasa yakin dan terlindungi, dan ulasan keamanan yang positif dapat menarik minat calon pengguna. Meskipun bank digital sudah menerapkan sistem keamanan nasabah, bank digital tetap memiliki resiko seperti phishing. Phishing adalah teknik penipuan di mana pelaku berpura-pura menjadi pihak resmi untuk mencuri informasi login. Biasanya, penipuan ini dilakukan melalui email, pesan singkat, atau bahkan situs web palsu yang menyerupai bank digital asli. Dalam rangka meningkatkan layanan blu by BCA berkomitmen untuk menjaga kerahasiaan dan melindungi data diri nasabah menggunakan teknologi yang memiliki kelayakan, keandalan dan keamanan untuk melindungi data diri. Penelitian (Aditya & Mahyuni, 2022) menemukan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Dalam penelitian (Supoyo, 2024) menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat penggunaan bank digital.

Kepercayaan merupakan tingkat keyakinan seseorang terhadap penggunaan digital banking yang mereka gunakan akan terjamin keamanannya. Kepercayaan sangat diperlukan oleh individu ketika akan menggunakan sistem teknologi untuk meningkatkan kinerja serta produktivitas. Blu by BCA adalah layanan perbankan yang dikembangkan oleh anak perusahaan Bank BCA yang bernama PT Bank Digital BCA, ini akan menjadikan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap minat penggunaan. Penelitian oleh (Kurnia & Tandijaya, 2023) menemukan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat penggunaan bank digital. Hal ini sejalan oleh (Azkiyah, 2025) yang juga menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan bank digital. Namun, bertolak belakang dengan penelitian (Maharani & Sundari, 2024) yang menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap minat penggunaan bank digital. Menurut (Meuthia, 2024) tingginya tingkat kepercayaan pengguna tidak secara otomatis meningkatkan minat untuk menggunakan bank digital. Hal ini disebabkan karena keputusan penggunaan turut dipengaruhi oleh berbagai faktor lain, seperti kemudahan dan kenyamanan layanan, fitur yang ditawarkan, serta kebutuhan praktis pengguna.

Literasi Digital adalah faktor selanjutnya yang mempengaruhi minat penggunaan bank digital. Literasi digital yang baik dapat membuat seseorang lebih percaya diri dan aktif menggunakan aplikasi pembayaran digital. Literasi digital masyarakat Indonesia berada pada kategori sedang. Ekonom Senior INDEF Aviliani menyebutkan bahwa pada tahun 2023, tingkat literasi digital Indonesia masih rendah, yaitu 62%, dibandingkan dengan rata-rata negara ASEAN yang mencapai 70%. Blu by BCA memiliki program yang mampu meningkatkan

literasi digital penggunanya, yaitu program blu Academy yang mengajarkan peserta cara mengelola keuangan secara bijak. Penelitian oleh (Rahayu dan Fitriani, 2023) menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif terhadap minat penggunaan bank digital. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh (Adji & Widyaningrih, 2025) juga menjelaskan bahwa literasi digital berpengaruh positif terhadap minat penggunaan bank digital. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh (Puteri et al., 2024) menyatakan bahwa literasi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi dalam memilih bank digital. Namun, literasi digital masyarakat Indonesia mengalami penurunan, rendahnya literasi digital menghambat upaya membendung misinformasi dan disinformasi. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian dari (Pradini & Susanti, 2021) yang menyatakan bahwa literasi digital secara parsial tidak berpengaruh signifikan pada penggunaan mobile banking.

Dari tinjauan di atas terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian sebelumnya, Sebagian besar studi menggunakan sampel umum atau nasional namun sedikit yang fokus pada segmen Gen Z secara spesifik di kota menengah seperti Kota Semarang. Variabel literasi digital kurang mendapat perhatian dalam adopsi bank digital, padahal literasi digital dapat mempengaruhi kepercayaan dan minat penggunaan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis dan menjelaskan adanya faktor Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1), Keamanan (X2), Kepercayaan(X3) dan Literasi Digital(X4) berpengaruh terhadap Minat penggunaan(Y) bank digital Blu by BCA pada generasi Z di Kota Semarang. Dengan mengajukan pertanyaan mengenai (i)bagaimana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan bank digital Blu by BCA pada Gen Z di Kota Semarang, (ii) bagaimana pengaruh keamanan terhadap minat penggunaan bank digital Blu by BCA pada Gen Z di Kota Semarang, (iii) bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan bank digital Blu by BCA pada Gen Z di Kota Semarang dan (iv) bagaimana pengaruh literasi digital terhadap minat penggunaan bank digital Blu by BCA pada Gen Z di Kota Semarang.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Landasan Teori

1. *Theory Of Planned Behavior (TPB)*

Theory of Planned Behavior merupakan teori yang dikembangkan dari Theory of Reasoned Action oleh Ajzen pada tahun 1991. Dalam TPB terdapat penambahan variabel persepsi kontrol perilaku untuk menjelaskan situasi ketika individu tidak memiliki kontrol atas perilaku yang diinginkan. Theory Of Planned Behavior (TPB) atau Teori Perilaku yang direncanakan merupakan teori yang menjelaskan tentang penyebab timbulnya intensi berperilaku. Menurut TPB, intensi berperilaku ditentukan oleh tiga determinan utama, yaitu sikap, norma subjektif, dan control perilaku yang dirasakan. TPB mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhi niat individu akan memberikan pandangan yang komprehensif tentang mengapa seseorang mungkin tertarik untuk menggunakan teknologi tertentu(Purwanto et al., 2022).

2. *Theory Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989 merupakan model teoretis yang digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi oleh individu. TAM merupakan pengembangan dari Theory of Reasoned Action (TRA), yang berasumsi bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku ditentukan oleh sikap individu terhadap perilaku tersebut serta norma subjektif yang memengaruhi pengambilan keputusan. TAM berfokus pada bagaimana pengguna teknologi informasi menggunakannya, dengan penekanan pada bagaimana mereka melakukannya berdasarkan persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan. Menurut teori ini, kesiediaan individu untuk

menggunakan suatu sistem teknologi informasi tertentu dipengaruhi oleh persepsinya terhadap kemudahan penggunaan dan kegunaannya(Wicaksono, 2022).

3. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Kemudahan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya(Vankatesh dan Davis dalam Junaedi & Neneng, 2023). Persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu bentuk kepercayaan mengenai pengambilan keputusan, apabila seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah untuk digunakan maka ia akan menggunakannya(Oktaviana et al., 2023). Menurut Davis dalam (Lestari et al., 2023), beberapa bukti kemudahan penggunaan teknologi informasi adalah sebagai berikut: sistem sangat mudah dioperasikan, sistem dapat melakukan apa yang diinginkan pengguna, dan sistem sangat mudah dipelajari dan digunakan. Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi kemudahan penggunaan berkaitan dengan minat penggunaan bank digital karena ketika individu meyakini bahwa layanan bank digital mudah dipelajari, mudah dipahami dan tidak memerlukan banyak usaha untuk dioperasikan, mereka akan memiliki kecenderungan atau minat yang lebih besar untuk menggunakan bank digital. Menurut (Oktaviana et al., 2023) indikator persepsi kemudahan penggunaan sebagai berikut :

- a. *Easy to learn*, yakni individu dapat mempelajari suatu teknologi dengan mudah.
- b. *Easy to understand*, yakni individu yang merasa suatu teknologi mudah untuk dipahami.
- c. *Effortless*, yakni individu yang merasa suatu teknologi dapat dilakukan secara ringkas atau fleksibel.
- d. *Easy to use*, yakni individu yang merasa suatu teknologi mudah untuk dioperasikan.

4. Keamanan

Keamanan merupakan salah satu faktor krusial dalam layanan digital, terutama yang melibatkan data pribadi dan transaksi keuangan. Keamanan dapat diartikan sebagai suatu upaya yang bertujuan untuk mencegah terjadinya penipuan (cheating), atau paling tidak mengidentifikasi adanya indikasi penipuan dalam sistem yang berbasis informasi (Marlinda et al., 2025). Keamanan adalah kemampuan untuk melindungi informasi internet banking dari ancaman dan penyalahgunaan rekening nasabah. Adanya tingkat keamanan yang baik maka akan menumbuhkan rasa percaya pengguna karena konsumen merasa privasi mereka selalu terjaga sesuai harapan. Dalam pengembangan *Technology Acceptance Model*(TAM), keamanan dipandang sebagai variabel eksternal yang memengaruhi minat penggunaan, sistem yang mampu melindungi data pribadi dan dana pengguna dapat meningkatkan rasa aman. Keamanan berkaitan dengan kemampuan suatu sistem dalam melindungi data dan informasi, menjaga kerahasiaan, serta meminimalkan risiko yang dapat terjadi dalam proses penggunaan teknologi. Keberadaan mekanisme keamanan yang memadai dapat mengurangi hambatan dalam penerimaan teknologi karena individu akan mempertimbangkan sejauh mana suatu sistem mampu memberikan perlindungan terhadap kemungkinan permasalahan yang muncul. Semakin baik tingkat keamanan yang dimiliki oleh suatu layanan berbasis teknologi, maka semakin besar kemungkinan individu memiliki minat untuk menggunakan layanan tersebut. Faktor-faktor menjadi pertimbangan ketika mempertimbangkan keamanan menurut (Maharani & Sundari, 2024) sebagai berikut :

- a. Authentication, mengarah pada verifikasi identitas dari pengguna dan mengkonfirmasi benar tidaknya bahwa dialah pengguna yang sebenarnya.

- b. Confidentiality, memastikan bahwa hanya pengirim dan penerima pesan yang dapat membaca isi pesan.
- c. Integrity, memastikan bahwa isi pesan dan transaksi yang sesungguhnya tidak diubah, baik secara sengaja maupun tidak disengaja.
- d. Non-repudiation, menyediakan mekanisme yang dapat menjamin bahwa pihak yang bersangkutan tidak dapat mengklaim bahwa dirinya tidak bersangkutan dalam transaksi yang sudah dilakukan.

5. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan suatu pemikiran yang ada pada seseorang dengan memberikan gambaran mengenai suatu hal. Kepercayaan didefinisikan sebagai evaluasi subjektif pengguna terhadap tingkat perlindungan yang ditawarkan oleh suatu sistem transaksi digital terhadap potensi risiko finansial dan informasi (Sahabuddin et al., 2025). Semakin besar persepsi pengguna terhadap kegunaan suatu sistem, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan yang terbentuk. Kondisi ini terjadi karena kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pengguna dalam melakukan transaksi, baik secara online maupun offline. Kepercayaan memiliki peran penting dalam membentuk minat penggunaan bank digital karena kepercayaan menciptakan keyakinan bahwa layanan tersebut dapat diandalkan dan memberikan manfaat bagi pengguna. Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior*, keyakinan positif terhadap suatu perilaku akan membentuk sikap yang lebih baik terhadap perilaku tersebut. Semakin tinggi kepercayaan calon pengguna terhadap bank digital, semakin tinggi pula minat untuk menggunakan layanan bank digital. Faktor-faktor kunci yang dapat membentuk persepsi kepercayaan terhadap layanan bank digital menurut Yasin et al., dalam (Meliana & Supriyadi, 2025).

- a. Ability, Hal ini ditujukan kepada penyedia layanan seluler yang memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk melakukan pekerjaan mereka dengan cara yang etis dan benar untuk membangun kepercayaan.
- b. Integrity, khususnya operasi-operasi di mana penyedia layanan seluler dapat memenuhi komitmen mereka untuk melaksanakan tugasnya secara akurat dan sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.
- c. Benevolence, yaitu keadaan dimana penyedia mobile service bukan hanya peduli dengan kepentingannya sendiri tetapi penyedia juga memiliki rasa kepedulian terhadap kepentingan penggunanya.

6. Literasi Digital

Literasi digital adalah pengetahuan dan kecakapan untuk menggunakan media digital, alat-alat komunikasi, atau jaringan dalam menemukan, mengevaluasi, menggunakan, membuat informasi, dan memanfaatkannya secara sehat, bijak, cerdas, cermat, tepat, dan patuh hukum dalam rangka membina komunikasi dan interaksi dalam kehidupan sehari-hari (Rizal et al., 2022). Literasi digital merupakan kesadaran dan kemampuan individu untuk menggunakan alat dan fasilitas digital secara tepat dengan mengidentifikasi, mengakses, mengelola, mengintegrasikan, dan mengevaluasi yang dapat menghasilkan pengetahuan baru (Julien dalam Izzuddin & Ilahiyyah, 2022). Menurut *Theory of Planned Behavior*, minat atau niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku. Individu yang memiliki literasi digital yang tinggi cenderung lebih mudah memahami cara kerja suatu teknologi, mampu menilai manfaat serta risiko penggunaannya, dan memiliki keyakinan untuk memanfaatkannya secara efektif. Kemampuan tersebut meningkatkan ketertarikan individu terhadap teknologi sehingga

mendorong terbentuknya minat penggunaan. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat literasi digital seseorang, semakin tinggi pula minatnya untuk menggunakan teknologi atau layanan digital. Tingkat literasi digital yang tinggi dapat mengurangi kesulitan dalam penggunaan layanan sehingga meningkatkan minat individu untuk menggunakan bank digital. Menurut (Kurnia, 2025) Komponen literasi digital terdiri dari beberapa elemen penting yang saling terkait.

- a. Keterampilan teknis yang mencakup penggunaan perangkat keras dan perangkat lunak, serta kemampuan untuk menavigasi internet dengan efektif.
- b. Keterampilan informasi yang meliputi kemampuan untuk mencari, mengevaluasi, dan menggunakan informasi secara kritis. Keterampilan ini sangat penting untuk menghindari penyebaran informasi yang salah dan hoaks.
- c. Keterampilan komunikasi yang mencakup kemampuan untuk berinteraksi dan berkolaborasi dengan orang lain secara online. Hal ini mencakup penggunaan media sosial dan platform kolaboratif untuk berbagi informasi dan ide.
- d. Keterampilan etika yang berkaitan dengan pemahaman tentang privasi, keamanan, dan tanggung jawab dalam menggunakan teknologi digital.

7. Minat Penggunaan

Menurut Kotler minat merupakan sesuatu yang timbul setelah menerima suatu rangsangan dari mengamati sebuah produk, lalu merasa tertarik dengan produk tersebut serta merasa ingin mempunyai produk tersebut (Lestari et al., 2023). Menurut (Ahmadi dalam Desvronita, 2021) minat penggunaan merupakan minat pengguna dalam menggunakan sebuah sistem, sehingga menjadi kecenderungan perilaku untuk yakin dan tetap terus dalam menggunakan sistem tersebut. Seseorang akan berminat untuk menggunakan sebuah teknologi apabila ia meyakini bahwa teknologi tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dan teknologi tersebut juga dapat digunakan dengan mudah atau dengan usaha yang minim. Minat penggunaan menjadi indikator penting dalam penerimaan teknologi karena menunjukkan sejauh mana seseorang memiliki niat untuk menerima dan menggunakan teknologi tersebut di masa mendatang. Dalam TAM, minat pengguna dipengaruhi oleh keyakinan individu terhadap teknologi. Semakin positif persepsi individu terhadap suatu teknologi, maka semakin tinggi pula kecenderungan individu untuk memiliki minat dalam menggunakannya. Menurut Davis dalam (Kharomah et al., 2025), dua komponen utama TAM yang memengaruhi minat yaitu:

1. Perceived Usefulness yaitu kepercayaan bahwa teknologi dapat menaikkan kinerja atau menyampaikan manfaat dan
2. Perceived Ease Of Use yaitu keyakinan bahwa teknologi mudah dipakai tanpa usaha yang berlebih, jika kedua faktor ini positif, maka kemauan untuk memakai teknologi akan melonjak.

8. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel	Metode	Hasil
1.	Cupian, Ugi Valentino, Sarah Annisa Noven 2022	Dependen : Minat Penggunaan Independen : persepsi kredibilitas pengaruh sosial persepsi	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi kredibilitas dan pengaruh sosial memiliki pengaruh yang signifikan, sementara variabel persepsi kemudahan penggunaan serta kebermanfaatan tidak

		kemudahan penggunaan kebermanfaatan		berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan bank digital syariah.
2.	Trisna Aditya dan Luh Putu Mahyuni 2022	Dependen : Minat Penggunaan Dependen : Literasi keuangan Persepsi manfaat Persepsi kemudahan penggunaan Pengaruh sosial Persepsi keuangan	Kuantitatif	Hasil pengujian secara empiris menunjukkan minat generasi milenial untuk menggunakan fintech dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh literasi keuangan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, pengaruh sosial dan persepsi keamanan.
3.	Muchammad Khozi Izzuddin, Inayah Ilahiyyah, 2022	Dependen : Minat penggunaan Independen : user interface brand image digital literacy	Kuantitatif	Hasil temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel user interface dan digital literacy berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat penggunaan. Sebaliknya, variabel brand image tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan bank.
4.	Ricardo Ananta Kurnia dan Trixie Nova Bella Tandijaya 2023	Dependen : Minat Penggunaan Independen : perceived ease of use security perceived usefulness trust	Kuantitatif	Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa <i>perceived ease of use</i> dan keamanan tidak memberikan pengaruh langsung terhadap <i>intention to use</i> . Sebaliknya, <i>perceived usefulness</i> serta kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>intention to use</i> pada aplikasi Jago.
5.	Nafra Veraniazzahra, Rodiana Listiawati 2023	Dependen : Minat Penggunaan Independen : Perceived usefulness, Perceived credibility,	Kuantitatif	Secara simultan, ketiga variabel memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan bank digital SeaBank.

		Features		
6.	Widia Lestari, Sihabudin, Robby Fauji, 2023	Dependen : Minat Penggunaan Independen: Literasi Keuangan Persepsi Risiko, Kemudahan penggunaan	Kuantitatif	Literasi keuangan, persepsi risiko, dan kemudahan penggunaan semuanya berdampak positif dan signifikan pada minat masyarakat karawang timur untuk menggunakan bank digital Seabank.
7.	Dedi Supoyo, 2024	Dependen : Minat Penggunaan Independen: Persepsi Kemudahan Penggunaan Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Persepsi Risiko	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Terhadap Minat Penggunaan Bank Digital Seabank pada Kota Medan. Namun Variabel Persepsi Keamanan dan Persepsi Risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan Bank Digital Seabank pada Kota Medan.
8.	Jerry Anggun Meliana, Stevanus Gatot Supriyadi, 2025	Dependen : Minat menggunakan Independen : literasi keuangan digital, kemudahan penggunaan dan kepercayaan	Kuantitatif	Temuan penelitian mengindikasikan bahwa literasi keuangan digital, kemudahan penggunaan, serta kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Generasi Z untuk menggunakan bank digital.
9.	Defi Nahlah Azkiyah, 2025	Dependen Minat Menggunakan Independen : Perceived Usefulness Perceived Ease Of Use Perceived Security Trust	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan hubungan perceived ease of use, perceived security, trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan bank digital SeaBank. Sedangkan perceived usefulness tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan bank digital SeaBank

10.	Muhammad Rizky Febrian, 2025	Dependen Minat Menggunakan Independen : Pengetahuan Produk, Literasi Keuangan, Literasi Digital, dan Gaya Hidup	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Superbank, mengindikasikan bahwa pemahaman responden mengenai fitur, keamanan, dan manfaat Superbank mampu meningkatkan ketertarikan mereka. Literasi Digital dan Gaya Hidup juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan, di mana Gaya Hidup menjadi variabel dengan pengaruh paling dominan. Sebaliknya, Literasi Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Superbank.
-----	------------------------------	---	-------------	---

2.2 Hipotesis Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2023) hipotesis merupakan “jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian”. Dari pendapat tersebut, maka suatu hipotesis yang dikemukakan nantinya bukanlah suatu jawaban yang benar secara mutlak, akan tetapi perlu diuji kebenarannya secara empiris. Hipotesis yang dapat dirumuskan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Bank Digital Blu by BCA

Istilah kemudahan penggunaan biasanya merujuk pada betapa mudah, cepat, dan efisiennya seseorang dapat melakukan transaksi perbankan melalui platform digital. Ini mencakup beberapa aspek, seperti antarmuka pengguna yang intuitif dan mudah digunakan, serta kemudahan akses layanan bank digital kapan saja dan di mana saja. Kemudahan penggunaan yang dirasakan cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk menggunakan suatu layanan dari internet atau digital (Reihandho & Fajarwati, 2023). Ketika individu atau nasabah melakukan akses layanan digital/bank digital, mereka melakukan akses dengan mudah dalam penggunaan aplikasi atau fitur yang tersedia. Kemudahan akses atau kemudahan layanan memberikan dorongan bagi nasabah untuk memiliki ketertarikan atau daya tarik untuk menggunakan layanan digital. Semakin tinggi kemudahan akses atau kontribusi manfaat yang diperoleh oleh individu/nasabah maka dapat meningkatkan minat penggunaan pada layanan tersebut. Penelitian oleh (Banani & Selvi, 2023) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan. Berdasarkan teori yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian ini, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

H1 : Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan bank digital Blu by BCA

2. Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Bank Digital Blu by BCA

Keamanan merupakan persepsi nasabah mengenai kemampuan bank dalam melindungi informasi pribadi yang diperoleh dari transaksi elektronik agar tidak diakses oleh pihak yang tidak berwenang (Junaedi & Neneng, 2023). Pemahaman seseorang tentang keamanan sistem perbankan digital akan mempengaruhi niat dan perilaku pelanggan. Ketika seseorang merasa adanya keamanan, pengguna akan cenderung untuk terus menerus menggunakan teknologi tersebut dan akan mempengaruhi minat pengguna yang lain. Bank digital menawarkan keamanan yang terjamin berupa autentikasi biometrik dan autentikasi dua faktor. Selain itu bank digital terus melakukan peningkatan dalam sisi teknologi keamanan sebagai bagian dari komitmen jangka panjang untuk terus menjaga integritas platform dan memberikan rasa aman pengguna. Sistem keamanan yang terjamin akan membuat pengguna dan calon pengguna yakin untuk menggunakan bank digital. Penelitian oleh (Kurnia & Tandijaya, 2023) menyatakan bahwa keamanan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat penggunaan. Berdasarkan teori yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian ini, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

H2 : Keamanan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Penggunaan Bank Digital Blu by BCA

3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Bank Digital Blu by BCA

Kepercayaan adalah yakin terhadap orang lain dengan harapan orang lain tidak akan berperilaku oportunistis. Ini merupakan keyakinan bahwa pihak lain akan berperilaku sesuai dengan etika sosial dan terdapat keyakinan bahwa pihak yang dipercaya akan memenuhi komitmen (Lee dalam Rahmah & Ulya, 2023). Kepercayaan berkaitan terhadap sikap keyakinan seseorang bahwa mereka yang dipercaya akan memenuhi komitmennya. Kepercayaan merupakan fondasi psikologis yang krusial dalam membangun hubungan jangka panjang antara pengguna dan penyedia layanan dompet digital (Sahabuddin et al., 2025). Tingkat kepercayaan yang tinggi akan meningkatkan kenyamanan pengguna dalam bertransaksi, mengurangi persepsi risiko, dan mempromosikan loyalitas. Kepercayaan konsumen terhadap bank digital dibangun melalui berbagai faktor, seperti transparansi dalam pengelolaan data, reputasi bank, serta keamanan sistem yang digunakan (Rithmaya et al., 2024). Sebuah sistem yang tidak transparan atau pernah terlibat dalam insiden kebocoran data bisa merusak reputasi dan mengurangi tingkat adopsi oleh konsumen, khususnya generasi Z yang sangat memperhatikan masalah privasi dan keamanan. Penelitian oleh (Meliana & Supriyadi, 2025) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan bank digital. Berdasarkan teori yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian ini, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

H3 : Kepercayaan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Penggunaan Bank Digital Blu by BCA

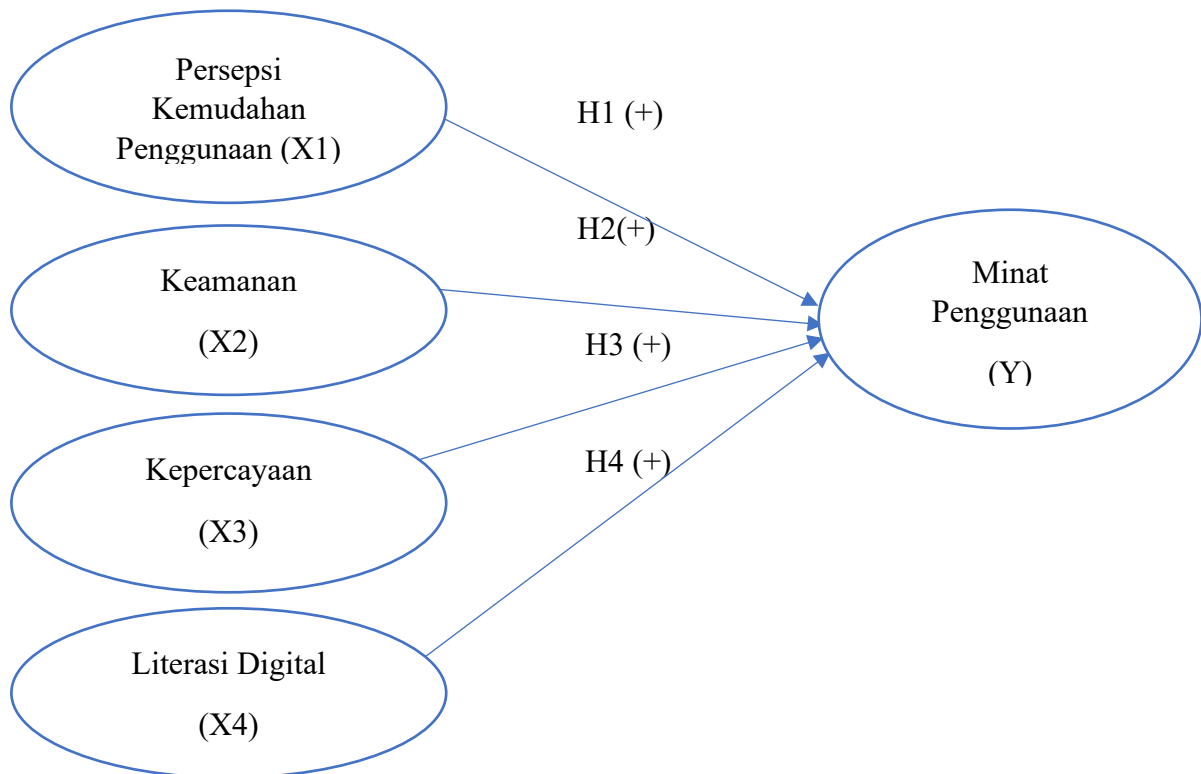
4. Pengaruh Literasi Digital Terhadap Minat Penggunaan Bank Digital Blu by BCA

Literasi digital adalah kemampuan individu untuk mengakses, mengevaluasi, dan menggunakan informasi yang tersedia dalam format digital (Kurnia, 2025). Literasi digital yang baik akan membuat pengguna lebih percaya diri dan terampil dalam menggunakan teknologi digital, termasuk layanan perbankan digital. Pengguna yang memiliki literasi digital tinggi akan lebih mudah mengoperasikan aplikasi perbankan, memahami fitur-fitur yang disediakan, serta merasa aman dan nyaman dalam melakukan transaksi secara online. Literasi digital membantu individu untuk mengidentifikasi risiko yang terkait dengan penggunaan teknologi finansial dan membuat keputusan yang lebih cerdas dalam merencanakan masa depan keuangan mereka. Berdasarkan penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa pengguna yang mengerti

literasi digital mampu menggunakan layanan perbankan digital dengan mudah. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Puteri et al., 2024) menyatakan literasi digital memberikan kemampuan untuk mengakses dan menggunakan teknologi perbankan dengan aman dan efisien, yang pada gilirannya memperkuat preferensi mereka terhadap layanan bank digital. Penelitian oleh (Febrian, 2025) menyatakan literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan aplikasi bank digital. Berdasarkan teori yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian ini, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

H4 : Literasi Digital Berpengaruh Positif Terhadap Minat Penggunaan Bank Digital Blu by BCA

2.3 Kerangka Model Penelitian



3. Metode Penelitian

3.1 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan jenis metode atau pendekatan kuantitatif yang dikumpulkan melalui kuesioner online dan disebar kepada Generasi Z sewilayah Semarang. Menurut (Sugiyono, 2023) penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif melibatkan angka-angka yang akan dianalisis dengan metode statistik. Penelitian ini akan dilakukan di kalangan generasi Z di wilayah Semarang.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2023). Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah dari kalangan generasi Z yang belum pernah menggunakan bank digital Blu By BCA di Kota Semarang. Jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui.

Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang dijadikan objek penelitian dan digunakan sebagai sumber data, sehingga dapat mewakili keseluruhan populasi. Dengan kata lain,

sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2023). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 96 generasi Z yang belum pernah Blu By BCA yang dipilih melalui metode purposive sampling.

Pada penelitian ini jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus lemeshow dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui. Rumus lemeshow sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \times P (1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel yang diperlukan

z : Nilai standart 95% = 1.96

p : Maksimal estimasi 0.5

d : alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Berdasarkan rumus tersebut maka jumlah sampel berikut :

$$n = \frac{Z^2 \times 1-0,5 (1-0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1-0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Dari hasil perhitungan diatas, maka diperoleh sampel sebanyak 96,04. Sehingga sampel penelitian ini dibulatkan sampel sebanyak 96 responden (n= 96). Dalam penelitian ini kriteria sampel yang diambil adalah generasi Z berusia 17-29 tahun di Kota Semarang yang belum menggunakan bank digital Blu By BCA .

3.3 Definisi Operasional

Tabel 3. Definisi Operasional

Variabel	Devisi Operasional	Indikator	Skala Likert
(X1)Persepsi Kemudahan Penggunaan	Persepsi kemudahan penggunaan merupakan suatu perspektif yang mana setiap individu dapat dipahami dan kebebasan dalam diskusi dengan teknologi yang ada (Davis dalam (Lombu et al., 2024).	1. Easy to learn, yakni individu dapat mempelajari suatu teknologi dengan mudah 2. Easy to understand, yakni individu yang merasa suatu teknologi mudah untuk dipahami 3. Effortless, yakni individu yang merasa suatu teknologi dapat dilakukan secara ringkas atau fleksibel	1-5

		4. Easy to use, yakni individu yang merasa suatu teknologi mudah untuk dioperasikan (Oktaviana et al., 2023)	
(X2) Keamanan	Keamanan ialah suatu kemampuan untuk merahasiakan dan melindungi informasi data nasabah dari kejahatan siber. (Ahmad dan Pambudi dalam (Nurhanika et al., 2025)	1. Kerahasiaan data transaksi 2. Integritas sistem 3. Ketersediaan layanan yang aman 4. Efektivitas mekanisme otentikasi dan otorisasi. (Sahabuddin et al., 2025)	1-5
(X3) Kepercayaan	Kepercayaan adalah keyakinan yang menunjukkan bahwa satu pihak mempercayai kehandalan dan integritas pihak lain dalam transaksi tersebut. Kepercayaan adalah dasar bagi seseorang dalam memutuskan apakah akan menggunakan bank digital sebagai sarana transaksi keuangan online atau tidak. Machintosh dan Lockskin dalam (Saputro & Ikaningtyas, 2025)	1. Kehandalan, artinya kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada nasabah dengan segera, akurat, dan memuaskan. 2. Kepedulian, merupakan sikap empati yang tinggi yang dapat dirasakan pihak bank mampu memberikan solusi permasalahan nasabahnya. 3. Kredibilitas, artinya penyelenggaraan mekanisme operasional transaksi elektronik perbankan yang jujur dan dapat dipercaya. (Jasfar dalam (Rahmah & Ulya, 2023)	1-5
(X4) Literasi Digital	Literasi digital adalah pengetahuan dan kecakapan untuk menggunakan media digital, alat-alat komunikasi, atau jaringan dalam menemukan, mengevaluasi, menggunakan, membuat informasi, dan memanfaatkannya secara sehat, bijak, cerdas, cermat, tepat, dan patuh hukum dalam rangka membina komunikasi dan interaksi dalam kehidupan sehari-hari (Rizal et al., 2022).	1) Kemampuan menggunakan internet 2) Kemampuan memahami panduan arah hypertexts 3) Kemampuan mengevaluasi konten informasi 4) Kemampuan menyusun pengetahuan. (Izzuddin & Ilahiyyah, 2022)	1-5

(Y) Minat Penggunaan	Minat penggunaan adalah suatu keinginan seseorang atau alasan untuk melakukan perilaku tertentu jika mempunyai keinginan yang kuat untuk melakukannya (Bahtiar et al., 2025).	1. Antusias dalam bertransaksi 2. Kemampuan untuk merekomendasikan, dan 3. Kemampuan untuk terus mempergunakan (Davis dalam Zubaidi & Yulianti, 2025).	1-5
----------------------	---	--	-----

3.4 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumbernya, sementara data sekunder diperoleh melalui pihak atau lembaga terkait. Adapun data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada Generasi Z di Kota Semarang.

3.5 Alat Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis statistik dengan pendekatan regresi linear berganda yang dibantu oleh software IBM SPSS Statistics versi 26. Tahapan pengujian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

3.5.1 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur dan mengumpulkan data terkait variabel yang diamati (Sugiyono, 2023)

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui ketepatan suatu instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang seharusnya diukur. Menurut (Sugiyono, 2023), instrumen dikatakan valid apabila mampu mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat dan sesuai dengan kondisi sebenarnya. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi antara skor setiap item pernyataan dengan total skor variabel. Apabila nilai korelasi (r hitung) lebih besar dibandingkan dengan r tabel atau menunjukkan nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah proses mengukur menilai variabel dengan kuesioner melalui pertanyaan yang digunakan, uji reliabilitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai Crobachs alpha dengan taraf signifikansi yang digunakan dalam penelitian. Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat bahwa suatu instrumen dalam hal ini variabel penelitian dapat memberikan hasil yang konsisten dan dapat diandalkan. Suatu data dianggap atau dapat diandalkan jika respons responden yang diberikan jawabannya konsisten dan stabil konsisten dari waktu ke waktu atas pertanyaan. Dalam uji reliabilitas ini menggunakan software IBM SPSS Statistics versi 26 untuk membandingkan jika koefisien Cronbach's Alpha, dengan nilai ≥ 0.60 , maka instrumen tersebut dianggap reliabel (Sugiyono, 2023).

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2021) uji normalitas merupakan salah satu uji asumsi klasik yang digunakan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sedangkan jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dapat dilakukan dengan bantuan metode statistik Kolmogorov-Smirnov menggunakan aplikasi SPSS.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghozali, 2021) uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Uji ini dilakukan untuk memastikan bahwa variabel bebas dalam penelitian tidak saling berhubungan secara kuat, karena hal tersebut dapat mengganggu hasil analisis regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinearitas. Dalam pengujiannya, multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

c. Uji Heterokedastisitas

Menurut (Ghozali, 2021) uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas atau dengan kata lain bersifat homoskedastisitas, yaitu varians residual tetap. Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan grafik scatterplot antara nilai prediksi (ZPRED) dengan residual (SRESID). Apabila titik-titik pada grafik menyebar secara acak di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan teknik analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap satu variabel dependen (Sugiyono, 2023). Analisis ini bertujuan untuk melihat arah hubungan serta besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam regresi linear berganda, perubahan pada variabel dependen dapat dijelaskan oleh beberapa variabel independen secara simultan maupun parsial. Model ini umumnya digunakan dalam penelitian kuantitatif untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya, sehingga dapat diketahui variabel mana yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2023). Adapun model dari rumus regresi linier berganda dapat digambarkan berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e \dots\dots\dots$$

Keterangan

Y = Variabel Minat Penggunaan

X1= Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan

X2= Variabel Keamanan

X3= Variabel Kepercayaan

X4 = Variabel Literasi Digital

α = Parameter Konstanta

β = Koefisien Regresi

e = Standar Error

3.5.4 Uji Kelayakan Model

a. Uji Hipotesis/ Uji T

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana satu variabel bebas secara individual dapat menjelaskan variasi pada variabel terikat. Pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan tingkat kesalahan ($\alpha = 0,05$). Apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka variabel independen tersebut dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021).

b. Uji F

Uji f digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas dalam model regresi secara kolektif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Apabila nilai signifikansi uji F lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021).

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2021). Nilai koefisien determinasi berada antara 0 sampai 1. Semakin besar nilai R^2 , maka semakin besar pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.