

DETERMINAN GENERASI MILLENNIAL TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN BSI MOBILE DENGAN GAYA HIDUP SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Nu'man Afif¹⁾, Afdawaiza²⁾

¹⁾Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

E-mail: 21208011049@student.uin-suka.ac.id

²⁾Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

E-mail: afdawaiza@uin-suka.ac.id

Abstract

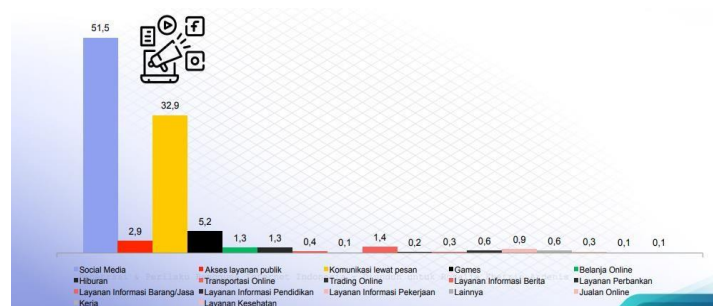
This study aims to examine the effect of the variables of usability, convenience and corporate image on millennial students in using BSI Mobile which focuses on Central Java Province and the Special Region of Yogyakarta. The model used is TAM with the addition of lifestyle as a moderating variable. Respondents in this study totaled 220 BSI Mobile users who were included in the millennial generasi category and were spread across Central Java Province and the Special Region of Yogyakarta. The approach used is descriptive quantitative using SEM (structural equation model) as an analysis model, using SmartPLS 3.0 software. Convenience, usability, corporate image and lifestyle as usability moderating variables have an influence on millennial students in using BSI Mobile. However, lifestyle as a moderation of convenience and lifestyle as a variable for moderating corporate image have no effect on millennial students in using BSI Mobile. The results of these findings are expected to contribute to an understanding of the decision to use BSI Mobile in Indonesia, especially in the context of Mobile Banking services from an academic perspective.

Keywords : Using BSI Mobile, Convenience, Usability, Corporate Image and Lifestyle

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi pada masa ini berkembang dengan cepat. Hal tersebut disebabkan adanya perubahan pada kondisi manusia yang diklasifikasikan sebagai kehidupan untuk manusia modern. Akibat dari teknologi yang berkembang cepat bisa terlihat dari tingkah laku individu pada kehidupan setiap harinya, yakni pada teknologi komunikasi dengan terdapatnya internet beserta *smartphone* (Agustina, 2017).

Berdasarkan laporan melalui peninjauan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) sejak tahun dari 2019-2020, dijelaskan pemakai internet sebesar 73,7% di Indonesia daripada keseluruhan populasi pemakai internet sebesar 196,71 juta jiwa. Pemakaian dari internet itu mengalami kenaikan sebanyak 8,9% dibandingkan pada tahun lalu yang hanya sebanyak 64,8% pada keseluruhan populasi yang hanya 171,17 juta jiwa. Maka dari itu menggambarkan bahwa warga negara Indonesia banyak memakai internet pada setiap kegiatannya. Tetapi dari pemakaian internet itu hanya 0,6% masyarakat yang menggunakan internet untuk membuka pelayanan perbankan. Hal itu menunjukkan sangat sedikit sekali para pemakai internet yang menggunakan pelayanan dari perbankan.



Gambar 1: Layanan Internet yang Banyak Di akses

Sumber: APJII 2020

Melalui perkembangan perbankan pada sekarang ini teknologi informasi bukan hanya menjadi penopang kegiatan keuangan tetapi juga bisa penopang aktivitas dari operasional Bank yang bisa memancing para nasabah, menekan beban dari operasional maupun menaikkan pendapatan lainnya atau *fee based income*. Pada dasarnya bisa diketahui dari Perbankan mempunyai kekuatan dalam menerapkan teknologi informasi dengan sangat lancar. Bank pada fungsinya sebagai penghubung keuangan dalam menerima simpanan uang maupun pinjaman untuk masyarakat pada umumnya yang selaras pada UU pasar 1 ayat 1 Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah (Yuningrum, et al., 2020).

BSI Mobile adalah sebuah pelayanan perbankan yang digital dengan sudah tersedia di Bank Syariah Indonesia (BSI). Studi ini mengambil objek BSI tentu bukan tanpa alasan, hal tersebut dijabarkan oleh penelitian dari Ilfa Dianita et al (2021) dan Nur Sulistyaningsih (2021) yang menyatakan bahwa BSI merupakan Bank Syariah terbesar di Indonesia, sehingga nantinya akan lebih memudahkan proses penelitian. Penelitian ini berfokus pada *BSI Mobile* yang notabene merupakan pelayanan keuangan modern yang membuat nasabah bisa melaksanakan transaksi perbankan memakai *smartphone* dari Bank Syariah. Pelayanan transaksi keuangan dari Bank Syariah Indonesia dengan perantara *BSI Mobile* diantaranya seperti transfer kepada rekening lain atau Bank, pembayaran untuk suatu tagihan baik internet, listrik, kartu kredit, TV, telepon berbayar, serta keikutsertaan pada *e-commerce*, informasi tabungan maupun nilai tukar. Pada dasarnya teknologi yang semakin maju saat ini pada dunia perbankan digital melalui perbankan Syariah bisa memberikan daya tarik generasi baru seperti generasi millennial yang lebih mengerti terkait dengan teknologi (Ni Luh, et. al., 2020: 128).

Menurut Budiati (2018) generasi millennial atau lebih dikenal dari Generasi Y dengan terbagi pada individu dengan kelahiran 1980-2000. Selanjutnya, menurut penelitian dari Tita Octavina et al (2019) dan Fithra (2017) masih banyak generasi millennial yang masih khawatir untuk menggunakan *BSI Mobile*. Hal tersebut didasari penelitian dari Slamet Haryono dan Mayogi Arrafi (2022) menyatakan bahwa kurangnya literasi juga menjadikan kekhawatiran tersebut.

Menurut survei literasi keuangan nasional pada tahun 2019, menunjukkan angka sebesar 38,03%. Bahkan dari 34 provinsi di Indonesia yang memiliki literasi baik tentang perbankan hanya sebesar 36,12%. Rata-rata indeks literasi yang rendah tersebut menunjukkan bahwa masyarakat menggunakan produk dan layanan jasa keuangan syariah maupun konvensional tanpa diimbangi pengetahuan mengenai produk dan layanan yang digunakannya (Rozaq M. Yasin et al, 2021).

Sehingga dengan munculnya generasi millennial, maka akan menjadi sasaran dari *BSI Mobile* yang *massive*. Oleh karena itu, pada penelitian ini menggunakan generasi millennial yang mana merupakan orang-orang dengan range kelahiran mulai dari 1980-2005.

Penelitian Adi Pratama, et. al., (2019) menjelaskan nasabah perbankan condong memakai pelayanan dari mesin ATM ataupun mendatangi Bank secara langsung disebabkan sistem dari

Mobile Banking yang dirasa sulit untuk dimanfaatkan. Sehingga ketika sistem dari *Mobile Banking* dirubah sehingga mudah untuk dipakai secara cara pemakaian yang lancar dipahami dapat menyebabkan nasabah untuk memutuskan dalam memakai sistem dari *Mobile Banking*. Bisa diketahui dengan adanya kemudahan yang selaras pada tingkat keyakinan individu tentang penggunaan teknologi bisa membuat sebuah usaha menjadi lebih mudah. Hasil studi menggambarkan kemudahan memberikan dampak positif kepada pemakaian aplikasi *Mobile Banking*. Hasil tersebut berlawanan pada studi dari Syamsul Hadi, et al., (2015) yang menunjukkan kemudahan tidak berdampak kepada pemakaian *Mobile Banking*.

Aspek yang vital lainnya pemakaian *Mobile Banking* adalah kegunaan. Pada dasarnya kegunaan bisa memberikan pengaruh kepada individu untuk memakai aplikasi dari *Mobile Banking*. Adapun bagi nasabah yang yakin pelayanan tersebut bermanfaat akan memakai *Mobile Banking* secara terus menerus. Hal itu dijelaskan pada studi dari Irwan Tirtana et al., (2014) yang memaparkan kegunaan berdampak kepada pemakaian dari *Mobile Banking*. Pada studi itu juga menjelaskan pemakaian *Mobile Banking* bisa menaikkan tingkat produktivitas dari seorang nasabah jika nasabah mempunyai jenjang keyakinan yang tinggi kepada pelayanan *Mobile Banking*. Hasil studi tersebut berlawanan dengan studi lain dari Novi (2011) yang menjelaskan kegunaan tidak berdampak kepada pemakaian dari *Mobile Banking*.

Selain dari kegunaan, aspek lainnya yang bisa berdampak penerimaan nasabah kepada *Mobile Banking* adalah citra Bank yang bisa menggambarkan kemudahan individu untuk memilih produk yang dipakainya. Mustofa (2016) serta Malahayatie (2019) pada studi menjelaskan citra perusahaan adalah hal yang menjadi daya tarik dalam memikat nasabah dalam memberikan pertimbangan vital sebelum memutuskan dalam memakai *Mobile Banking*. Studi itu selaras pada survey yang diteliti terhadap nasabah pemakai *Mobile Banking*. Adapun nasabah memaparkan aspek vital membuat ketetapan dalam memakai *Mobile Banking* adalah aspek dari citra perusahaan sendiri. Dengan semakin bagus citra perusahaan akan memberikan daya tarik bagi masyarakat umum. Maka dari itu peneliti menambahkan variabel citra perusahaan pada studi ini.

Selain faktor-faktor tersebut, adapun faktor lain dalam penggunaan *Mobile Banking* oleh nasabah yaitu berdasarkan gaya hidup. Kotler (2009) menjelaskan gaya hidup merupakan pola hidup individu yang ada pada dunia dengan dipraktikkan pada berbagai kegiatan, pendapat maupun minat. Namun apabila gaya hidup menjadi salah satu moderasi pada penggunaan *Mobile Banking* tentu akan menjadi hal yang menarik. Sugiyono (2012) menyatakan bahwa variabel moderasi digunakan karena diduga terdapat variabel lain yang mempengaruhi hubungan variabel kemudahan, kegunaan, citra perusahaan dan minat menggunakan *Mobile Banking*. Berdasarkan data Indonesia Millennial Report dikemukakan oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan) pada tahun 2019 menunjukkan, sebanyak 51% uang dari generasi millennial dihabiskan untuk keperluan konsumtif. Dimana perilaku konsumtif merupakan bagian dari gaya hidup (Nurul Safura, 2019)

Berdasarkan penelitian Hardiyanti (2022) hasil analisis menjelaskan model gaya hidup yang sama dari nasabah baik itu pada pemakai maupun bukan dari aplikasi *Mobile Banking*. Hal tersebut menjelaskan tidak signifikannya model gaya hidup nasabah kepada pemakaian *Mobile Banking* di Kabupaten Kudus. Namun pada penelitian W. A. Solihin, Tewal, and Wenas (2020) sikap konsumen serta gaya hidup dengan parsial maupun simultan berdampak positif signifikan kepada ketetapan konsumen melakukan pembelian.

Pada penelitian ini mengambil latar di Provinsi Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta, karena penyebaran Bank Syariah Indonesia (BSI) di kedua provinsi tersebut cukup pesat. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian dari Risa Nur Fauzi (2020) dan Kevin Satriani (2021) yang menyatakan hal yang sama, sehingga semakin besar perkembangan Bank Syariah Indonesia di suatu daerah maka akan semakin besar juga penggunaan *BSI Mobile* pada daerah

tersebut. Joko Setiyono (2023) menyatakan pada penelitiannya bahwa pertumbuhan populasi pada Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta sudah mencapai era millennial, yang tentunya akan memudahkan proses penelitian.

Maka dari itu pada berbagai studi yang sudah dilaksanakan dengan penggunaan variabel yang sama, hanya sebatas pada *Mobile Banking* saja. Serta pada populasi dan sampel penelitian terkesan kurang spesifik, sehingga penulis menggunakan variabel yang sama namun ditambahkan dengan satu variabel moderasi dan diaplikasikan terhadap *BSI Mobile* dengan populasi dan sampel dari penelitian ini adalah generasi millennial.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian yang peneliti lakukan termasuk pada jenis studi kuantitatif. Populasi yang dipakai pada studi adalah generasi yang termasuk dalam jenis millennial serta memakai *BSI Mobile* dengan bertempat di Provinsi Jawa Tengah maupun Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Pengambilan sampel dilaksanakan melalui teknik *simple random sampling*, karena sampel diyakini mewakili populasi. Adapun indikator yang diambil yaitu, laki-laki dan perempuan dengan *range* kelahiran tahun 1980 sampai tahun 2005. Penentuan total sampel pada studi menggunakan perhitungan sampel yang digunakan. Menurut Joseph F. Hair et al. (2006) tingginya sampel ketika terlalu banyak dapat membuat sulitnya memperoleh permodel yang sesuai sehingga dianjurkan besarnya sampel yang sesuai berkisar dari 100-200 sehingga bisa dipakai dalam estimasi melalui interpretasi *Structural Equation Model* (SEM). Maka dari itu total sampel yang dipilih melalui hasil dari estimasi sampel minimal. Pemilihan sampel minimal dalam SEM menurut Hair et al. (2006) yakni $(\text{total indikator} + \text{total variabel laten}) \times (5-10)$ melalui pedoman itu, sehingga total sampel maksimum pada studi ini yakni:

$$\text{Sampel total} = (17 + 5) \times 10 = 220 \text{ responden.}$$

Melalui estimasi dari rumus diatas, sehingga didapat total sampel maksimum pada studi ini yakni 220 responden

Teknik analisis data yang dipakaipeneliti yakni menggunakan SEM- PLS melalui dukungan program Warp Partial Least Square Warp PLS versi 3. 0 sebagai analisis data dalam riset ini

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1: Hasil *Path Coefficients*

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>P Values</i>
Latent Variable 1 -> Penggunaan	0,2004	0,1974	0,0015
Latent Variable 2 -> Penggunaan	0,1551	0,1652	0,0331
Latent Variable 3 -> Penggunaan	0,1776	0,1644	0,002
GH*X1 -> Penggunaan	-0,1289	-0,1173	0,0777
GH*X2 -> Penggunaan	0,1732	0,1673	0,0211
GH*X3 -> Penggunaan	-0,0294	-0,0322	0,5513

Sumber: Hasil Olahan *SmartPLS 3* (2023)

Pada hasil tabel di atas, diperoleh hasil yakni:

- a) Kemudahan berpengaruh terhadap Penggunaan *Mobile Banking* dengan nilai original sample sebesar 0,2004. Nilai *t-statistic* sebesar 0,1974 dan *p-value* 0,0015. Maka, hipotesis 1 **diterima**, karena nilai telah memenuhi kriteria.
- b) Kegunaan berpengaruh terhadap penggunaan *Mobile Banking* dengan nilai original sample sebesar 0,1551. Nilai *t-statistic* sebesar 0,1652 dan *p-value* 0,0331. Maka, hipotesis 2 **diterima**, karena nilai memenuhi kriteria.
- c) Citra perusahaan berpengaruh terhadap penggunaan *Mobile Banking* dengan nilai original sample sebesar 0,1776. Nilai *t-statistic* sebesar 0,1644 dan *p-value* 0,002. Maka, hipotesis 3 **diterima**, karena nilai memenuhi kriteria.
- d) Gaya hidup sebagai variabel moderasi kemudahan tidak berpengaruh terhadap penggunaan *Mobile Banking* dengan nilai original sample sebesar -0,129. Nilai *t-statistic* sebesar -0,117 dan *p-value* 0,0777. Maka, hipotesis 4 **ditolak**, karena nilai tidak memenuhi kriteria.
- e) Gaya hidup sebagai variabel moderasi kegunaan berpengaruh terhadap penggunaan *Mobile Banking* dengan nilai original sample sebesar 0,1732. Nilai *t-statistic* sebesar 0,1673 dan *p-value* 0,0211. Maka, hipotesis 5 **diterima**, karena nilai memenuhi kriteria.
- f) Gaya hidup sebagai variabel moderasi citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap penggunaan *Mobile Banking* melalui estimasi nilai original sampel yakni -0,029. Nilai *t-statistic* yakni -0,032 dan *p-value* 0,5513. Maka, hipotesis 6 **ditolak**, karena nilai tidak memenuhi kriteria.

3.1. Pembahasan

a) Kemudahan mempengaruhi generasi millennial terhadap minat menggunakan *BSI Mobile*

Berdasarkan hasil uji hipotesis diatas H_1 yaitu kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* yang dalam hal ini adalah BSI (Bank Syariah Indonesia). Hasil pengujian hipotesis ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis (1989) yang menyatakan tentang konsentrasi pada pemakaian dan pemanfaatan teknologi. Model TAM mempunyai 5 variabel dalam memutuskan perilaku pengguna yaitu kemudahan penggunaan, kemanfaatan, sikap kegunaan, perilaku, dan kondisi nyata penggunaan. Kemudahan merupakan suatu ukuran seseorang dalam mempercayai bahwa suatu hal itu mudah digunakan dan mudah dipahami (Sayed Javad et. al, 2021).

Hasil penelitiannya kemudahan terhadap penggunaan *BSI Mobile* mendapatkan nilai signifikansi *p-value* sebesar 0,0015, sehingga kemudahan berpengaruh secara langsung terhadap penggunaan dan mengarah langsung kepada penggunaan *BSI Mobile*. Seseorang yang merasakan pekerjaannya dipermudah saat menggunakan teknologi akan memiliki ketertarikan untuk menggunakan teknologi tersebut dan akan menggunakannya secara terus menerus dikarenakan manfaat yang telah dirasakannya. tingginya kemudahan yang dirasakan generasi millennial meningkatkan dalam menggunakan *BSI Mobile*.

Hasil uji hipotesis ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa kemudahan dapat mempengaruhi terhadap penggunaan *Mobile Banking* yang dalam hal ini adalah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) (Ahmad Yudin, 2021 dan Sakina Maulidiyah, 2017).

Jadi, dengan kata lain kemudahan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan karena memang sudah jelas bahwa nilai signifikansinya tidak melebihi batas yang ada.

b) Kegunaan mempengaruhi generasi millennial terhadap minat menggunakan *BSI Mobile*

Berdasarkan hasil uji hipotesis diatas H_2 yaitu kegunaan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* yang dalam hal ini adalah BSI (Bank Syariah Indonesia) atau lebih dikenal sebagai *BSI Mobile*. Hasil pengujian hipotesis ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis (1989) yang menyatakan tentang konsentrasi pada pemakaian dan pemanfaatan teknologi. Model TAM mempunyai 5 variabel dalam memutuskan perilaku pengguna yaitu kemudahan penggunaan, kemanfaatan, sikap kegunaan, perilaku, dan kondisi nyata penggunaan. Kemudahan merupakan suatu ukuran seseorang dalam mempercayai bahwa suatu hal itu mudah digunakan dan mudah dipahami (Sayed Javad et. al, 2021).

Hasil penelitiannya kegunaan terhadap penggunaan *BSI Mobile* mendapatkan nilai signifikansi *p-value* sebesar 0,0331, sehingga kegunaan berpengaruh secara langsung terhadap penggunaan dan mengarah langsung kepada penggunaan *BSI Mobile*. Seseorang akan memiliki ketertarikan untuk menggunakan teknologi tersebut dan akan menggunakannya secara terus menerus dikarenakan manfaat yang telah dirasakannya. Tingginya kegunaan suatu produk maka meningkatkan generasi millennial menggunakan *BSI Mobile*.

Hasil uji hipotesis ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa kegunaan dapat mempengaruhi terhadap penggunaan *Mobile Banking* yang dalam hal ini adalah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) (Deni Wardani, 2021; Abi Fadlan et al., 2018 dan Irwan Tirtana et al., 2014).

Oleh karena itu pada penelitian ini mengangkat isu yang sama, bahwasanya kemudahan memang mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan karena dengan nilai signifikansi yang seperti itu, maka tidak menyalahi batasan yang sudah ditentukan.

c) Citra perusahaan mempengaruhi generasi millennial terhadap minat menggunakan BSI Mobile

Berdasarkan hasil uji hipotesis diatas H_3 yaitu citra perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap generasi millennial terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* yang dalam hal ini adalah BSI (Bank Syariah Indonesia). Hasil pengujian hipotesis ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan tentang konsentrasi pada pemakaian dan pemanfaatan teknologi besutan Davis (1989). Jadi, dalam citra perusahaan dapat menjadikan suatu tolak ukur seseorang dalam mempercayai bahwa suatu hal itu mudah digunakan dan mudah dipahami (Sayed Javad et. al, 2021).

Hasil penelitiannya citra perusahaan terhadap penggunaan *BSI Mobile* mendapatkan nilai signifikansi *p-value* sebesar 0,002, sehingga citra perusahaan berpengaruh secara langsung terhadap penggunaan dan mengarah langsung kepada penggunaan *BSI Mobile*. Semakin baik citra perusahaan yang tercipta maka semakin baik penggunaan produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Hasil uji hipotesis ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa citra perusahaan dapat mempengaruhi generasi millennial dalam menggunakan *Mobile Banking* yang dalam hal ini adalah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) (Alan Andhika, 2022 dan Kaledin Siadari, 2021).

Sehingga dari penjelasan diatas dapat dijabarkan bahwa citra perusahaan memang mempunyai pengaruh positif dan signifikan, yang dimana nilai signifikansinya tidak melebihi batasan yang sudah ditentukan.

d) Kemudahan dengan gaya hidup sebagai variabel moderasi mempengaruhi generasi millennial terhadap minat menggunakan BSI Mobile

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.7 pada hasil penelitian, dapat diketahui bahwa gaya hidup tidak mampu memoderasi hubungan kemudahan terhadap generasi

millennial dalam minat menggunakan *Mobile Banking* yang dalam hal ini adalah Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan $p\text{-value } 0,777 < 0,05$. Sementara itu dengan melihat $t\text{-statistic } -0,117 < 0,165$ mengindikasikan gaya hidup tidak memoderasi (memperlemah) hubungan antara kemudahan dan penggunaan *BSI Mobile* oleh generasi millennial di Provinsi Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).

Hasil penelitian ini dimaksudkan jika perusahaan memiliki strategi pemasaran yang baik untuk orang lain dalam menggunakan *BSI Mobile* dan kemudian orang yang dipersepsikan memiliki gaya hidup yang tinggi maka akan memperlemah keputusan seseorang untuk menggunakan *BSI Mobile*.

Pada hasil penelitian hipotesis 4 ini bertentangan dengan penelitian terdahulu oleh Linnatunnisa et al., (2022); Ahmad Yudin (2021); Sakti (2020) dan Sakina Maulidiyah (2017).

e) Kegunaan dengan gaya hidup sebagai variabel moderasi mempengaruhi generasi millennial terhadap minat menggunakan *BSI Mobile*

Pada uji hipotesis 5 yang telah dilakukan gaya hidup sebagai variabel moderasi melalui variabel kegunaan berpengaruh terhadap generasi millennial terhadap minat menggunakan *BSI Mobile*. Oleh karena itu hipotesis 5 diterima dan didukung oleh data yang telah dijelaskan. Gaya hidup sebagai variabel moderasi menjadi faktor pendukung dalam menggunakan *BSI Mobile* pada penelitian ini. Hasil penelitian ini yaitu gaya hidup sebagai variabel moderasi norma subjektif mempengaruhi keputusan seseorang menggunakan *BSI Mobile*.

Penelitian ini menggunakan TAM yakni *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis (1989) yang menyatakan tentang konsentrasi pada pemakaian dan pemanfaatan teknologi. Sedangkan gaya hidup oleh Kotler dan Keller, (2012) membahas terkait pola hidup seseorang yang terungkap pada aktivitas, minat dan opininya. Dalam hal ini melihat bagaimana gaya hidup sebagai variabel moderasi memperkuat atau memperlemah hubungan terhadap generasi millennial dalam menggunakan *BSI Mobile*.

Tingginya gaya hidup generasi millennial memperkuat kegunaan pada suatu produk sehingga meningkatnya generasi millennial menggunakan *BSI mobile*.

Pada hasil hipotesis dapat dilihat nilai $p\text{-value}$ dari hipotesis 8 ini sebesar 0,0211 dengan $t\text{-statistic } 0,1673$. Hasil penelitian diperkuat dengan penelitian terdahulu oleh Linnatunnisa et al., (2022) Deni Wardani (2021); Handayani et al., (2019) dan Irwan Tirtana.

f) Citra perusahaan dengan gaya hidup sebagai variabel moderasi mempengaruhi generasi millennial terhadap minat menggunakan *BSI Mobile*

Pada uji hipotesis 6 yang telah dilakukan gaya hidup sebagai variabel moderasi citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap generasi millennial terhadap minat menggunakan *BSI Mobile*. Oleh karena itu hipotesis 6 ditolak dan tidak didukung oleh data yang telah dijelaskan. Gaya hidup sebagai variabel moderasi citra perusahaan menjadi faktor yang memperlemah dalam hal ini generasi millennial terhadap minat menggunakan *BSI Mobile*. Gaya hidup sebagai variabel moderasi citra perusahaan menjelaskan variabel luar pada variabel citra perusahaan membuat generasi millennial dapat memutuskan menggunakan *BSI Mobile*. Hasil penelitian ini yaitu gaya hidup sebagai variabel moderasi citra perusahaan tidak mempengaruhi generasi millennial dalam menggunakan *BSI Mobile*.

Gaya hidup generasi millennial tidak memperkuat pandangan mereka terhadap citra perusahaan untuk menggunakan *BSI mobile*. Hal ini menjelaskan gaya hidup memperlemah citra perusahaan.

Hasil uji hipotesis yang didapatkan pada p-value sebesar 0,5513 dengan t-statistic sebesar -0,032. Beberapa penelitian terdahulu memiliki hasil penelitian yang berbeda seperti Linnatunnisa dan Safitri, 2022; Kaledin Siadari, 2021 dan Mahendra.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji dan analisis menggunakan SmartPLS 3. Dijelaskan bahwa 3 variabel berpengaruh yaitu: kemudahan, kegunaan dan citra perusahaan terhadap generasi millennial dalam menggunakan *Mobile Banking*. Hal ini terjadi dengan nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05. Sedangkan ada 2 variabel yang tidak berpengaruh dengan penambahan gaya hidup sebagai variabel moderasi yaitu: kemudahan dan citra perusahaan terhadap generasi millennial dalam menggunakan *Mobile Banking* dikarenakan nilai *p-value* lebih besar dari 0,05.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Saya ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua yang telah membantu dalam pembuatan dan penyebaran artikel ilmiah saya. Pertama, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada semua penulis dan editor yang telah berkontribusi dengan karya mereka di dalam artikel ini. Mereka telah bekerja keras untuk memastikan bahwa setiap bagian dari artikel ini memenuhi kriteria kualitas yang tinggi.

Kedua, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pembaca yang telah menyempatkan waktu untuk membaca artikel ini dan berbagi pemikirannya. Saya menghargai setiap masukan yang Anda berikan, dan saya berharap Anda mendapatkan manfaat dari artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Pratama et al., 2019. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Dalam Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Empiris Pada Nasabah Perbankan Konvensional Di Kota Palu),” *Jurnal Akuntansi Netral, Akuntabel, Objektif* 2, no. 1
- Ali, Muhammad. 2013. *Penelitian Kependidikan: Prosedur Dan Strategi*. Bandung: Angkasa.
- Amrozi, Yusuf et al., 2019. “Langkah Cerdas Bermediasi Sosial di Kalangan Generasi Millenial”, *SAINTEKBU: Jurnal Sains dan Teknologi*, Vol 11 No 2.
- Antonio, Syafi’i. 2003. *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Apren Halomoan Hutasoit, Sugianta Ovinus Ginting, and Eric Eric, 2020. “Kualitas Layanan, Promosi, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank BTPN Tbk Cabang Medan,” *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 3, no. 4.
- Ardhiani, Lisa Noor, 2015. “Analisis Faktor-Faktor Penerimaan Penggunaan *Quipperschool.com* dengan Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) di SMA Negeri 7 Yogyakarta”, *Skripsi*
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Axel, Hernandez, and David Felix. 2022. "Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan." *Jurnal Penerapan Teknologi Informasi Dan Komunikasi* 01 (01): 17–32.
- Azizah, Imroatul. 2021. "Peran Generasi Millennial dalam Mewujudkan Moderasi Beragama" *jurnal Prosiding Nasional Pascasarjana IAIN Kediri*, vol.4.,
- Azizah, Nurul Safura, 2020. "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup pada Perilaku Keuangan pada Generasi Millennial", Prisma: Platform Riset Mahasiswa Akuntansi, Vol 1 No 2.
- Basuki, Agus Tri, and Nano Prawoto. 2016. *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi Dan Bisnis : Dilengkapi Aplikasi SPSS Dan Eviews (Pertama)*. Pertama. Jakarta: Rajawali Pers.
- Budiati Indah, 2018. *"Profit Generasi Millennial Indonesia"* (Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak) .
- Budiati Indah, Yuni Susianto, dkk. 2018. i. Jakarta: *Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak*.
- Candy, Muhammad, Tuti Anggraini, 2022. "Analisis Pengaruh Layanan Digital terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah", *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol 7 No 2.
- Dianita, Ilfa, Heri Irawan dan Andi Deah Salsabila Mulya, 2021. "Perab Bank Syariah Indonesia dalam Pembangunan Ekonomi Nasional", *As-Syirkah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol 3 No 2.
- Dwi, Naila, Yusuf Amrozi dan Tho'iatul Fatihah, 2019. "Langkah Cerdas Bermedia Sosial di Kalangan Generasi Millennial", *Saintekbu: Jurnal Sains dan Teknologi*, Vol. 11 No. 2
- Fauzi, Nur Risa, 2020. *"The Effect of Sharia Financial Literation, Religion Knowledge and Promotion on The Interest to be Sharia Bank Costumers"*, *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, Vol 9 No 1.
- Fauzy, Tita Octavina, Agus Purwadi dan Rahmad Hakim, 2019. "Analisis Pengetahuan tentang Perbankan Syariah Generasi Pondok Pesantren Al-Ittihad Mojokerto dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung di Bank Syariah" *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 4 No. 2
- Fithra, Jalin Ridha, 2017. "Pengaruh Pengetahuan Generasi tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah", *Skripsi*
- Ghozali, Imam, and Henky Lantan. 2014. *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Handayani, Asri, Heru Aulia Azman, and Ismail Novel. 2019. "Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Dengan Faktor Religiusitas Sebagai Moderating Variable." *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies* 3 (1): 1.

<https://doi.org/10.30983/es.v3i1.934>.

Hardiyanti, Hardiyanti. 2022. “Pengaruh Pola Gaya Hidup Nasabah Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking Di Kudus.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8 (1): 335. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4596>.

Heni Agustina, 2017. “Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Bank Syariah Mandiri),” *Jurnal Manajemen Kinerja* 3, no. 1.

Heny Yuningrum, Muyassarrah Muyassarrah, and Risma Dewi Astuti, 2020. “Effect of Service Quality, Product Quality, and Trust In Customer Satisfaction (Case Study at Bank BRI Syariah KCP Kendal),” *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking* 2, no. 2.

<https://balaibahasasulteng.kemdikbud.go.id/bahasa/kata-millennial-ternyata-paling-dicari-dan-digunakan-sepanjang-2019/#:~:text=Dadang%20menjelaskan%2C%20berdasarkan%20Kamus%20Besar,%20Dan%20dan%202000%20Dan23%20Juli%202023>

<https://blog.apjii.or.id/index.php/tag/survei-internet-apjii-2019-q2-2020/> diakses Januari 2021

I Made Wahyu Adhiputra, 2015. “Aplikasi Technology Acceptance Model Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking,” *Jurnal Bisnis dan Komunikasi* 2, no. 1.

Iman Mulyana Dwi Suwandi, 2007. “Citra Perusahaan,” in *Seri Manajemen Pemasaran*,.

Intan, Elsi Maya dan Joko Setiyono, 2023. “Determinan Nilai Pelanggan dan Pengaruhnya terhadap *Positive WOM* pada Pengguna *Shopee* di Daerah Istimewa Yogyakarta”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 20 No. 1.

Irwan Tirtana and Permata Shinta Sari, 2014. “Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking,” *Prosiding Seminar Nasional dan Call for Paper Program Studi Akuntansi-FEB UMS* 25.

Izzudin, Ahmad et al., 2022. “Peningkatan Motivasi Kuliah Peternakan Generasi Millennial di Pondok Pesantren APIS dan Nabawi Kabupaten Blitar”, *Jurnal Maslahat*, Universitas Nahdlatul Ulama Blitar, Vol 3 No 1.

Janie, Dyah Nirmala Arum. 2012. *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*. Semarang: Semarang University Press.

Joseph F. Hair, Jr, William C. Black, Barry J. Babin, Rolph E. Anderson, and Ronald L. Tatham. 2006. *Multivariate Data Analysis. 6th Edition*. United States of America: Prentice Hall.

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philp. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.

Linnatunnisa, Salsabila, and Rini Safitri. 2022. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Perceived Ease Of

Use Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking Yang Dimediasi Sikap Pengguna.” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis* 9 (2): 27–41.

- Maghfiroh, Nur Laili, 2020. "Minat Generasi Millenial menggunakan Layanan Mobile Banking Syariah", Skripsi.
- Mahendra, Thatit. 2013. "Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory Of PMahendra, Thatit. 2013. "Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1–18.
- Malahayatie, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking.” *Skripsi*.
- Mardiatmoko, Gun -. 2020. "Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda.” *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan* 14 (3): 333–42. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>.
- Maulidiyah, Sakina, 2017. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Penggunaan, Dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking.” *Artikel Ilmiah*.
- Mayogi, Arrafi dan Slamet Haryono, 2022. "Peran Religiusitas dalam Memoderasi Persepsi, Preferensi dan Pengetahuan Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Indonesia”, *J-MAS: Jurnal Manajemen dan Sains*, Vol 7 No 2.
- Muadi, Chusnul et al., 2020. "Pesantren dan Millenial Behaviour: Tantangan Pendidikan Pesantren dalam Membina Karakter Generasi Millenial", *At-Tarbiyah: Jurnal Pendidikan Islam*, Vol 3 No 2.
- Mustafidah, Tukiran Taniredja dan hidayat. 2014. *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta.
- Mustofa, 2016. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Bank Muamalat Tbk. Cabang Gorontalo),” *Al - Buhuts: Jurnal Ekonomi Islam* 12, no. 1.
- Nawawi, Hadari. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis Yang Kompetitif*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Ni Luh Wiwik Sri Rahayu Ginantra, dkk. 2020. *Teknologi Finansial: Sistem Finansial Berbasis Teknologi di Era Digital*, cet. Ke-1 (Yayasan Kita Menulis)
- Novi, 2011. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking"
- Novitasari Putri Wulandari, Nadya Novandriani, and Karina Moeliono, 2017. "Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan Mobile Banking Di Bandung,” *Bisnis Dan Iptek* 10, no. 2.
- Nusapatuah, Kevin Satriani, 2021. "Niat Perilaku untuk Menggunakan Mobile Banking di Kalangan Generasi Millenial”, *Tesis*

- Rosyad, Mochammad, 2021. “Analisis Generasi Millenial Berwirausaha terhadap Literasi Pembiayaan di Pesantren Darul Qolam”, *Skripsi*
- Sakti, Reza Arviciena. 2020. “Pengaruh Perilaku, Norma Subjektif, Dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Tabungan IB Amanah Di Bank NTB Syariah.” *JURNAL SCHEMATA Pascasarjana UIN Mataram* 9 (1): 87–102. <https://doi.org/10.20414/schemata.v9i1.1930>.
- Sayed Javad Mousavian and Hila Abbasi, 2021. “Factors Influencing Mobile Banking Adoption in Iranian Clients,” *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan (Journal of Business and Entrepreneurship)* 9, no. 1.
- Siadari, 2021. “Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Penggunaan BNI Mobile Banking (Studi Kasus BNI Kantor Cabang Harmoni).” *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* 5, no. 2
- Solihin, Mahfud, and Dwi Ratmono. 2013. *Analisis SEM-PLS Dengan WarpPLS 3.0*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Solihin, Winda A, Bernhard Tewal, and Rudy Wenas. 2020. “Pengaruh Sikap Konsumen Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone (Studi Pada Mahasiswa Unsrat Di Manado).” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 8 (1): 511–20.
- Sugiharti, Rahma. 2018. *Mambaca, Gaya Hidup Dan Kapitalisme*. 2nd ed. Yogyakarta: Suluh Media.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sujeet Kumar Sharma et al., 2017. “A Multi Analytical Model For Mobile Banking Adoption: A Developing Country Perspective,” *Review of International Business and Strategy* 27, no. 1.
- Sulistyaningsih, Nur dan Shul Thanul Azkar, 2021. “Potensi Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Nasional”, *Al-Qanun: Jurnal Pemikiran dan Pembaharuan Hukum Islam*, Vol 24 No. 1.
- Syamsul Hadi and Novi, 2015. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking,” *Optimum: Jurnal Ekonomi dan Pembangunan* 5, no. 1.
- Tirtana, Irwan and Permata Shinta Sari, 2014. “Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking,” *Prosiding Seminar Nasional dan Call for Paper Program Studi Akuntansi-FEB UMS* 25.
- Wardani, Deni, 2021. “Faktor-Faktor Pengaruh Penggunaan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Pemerintah),” *Jurnal Sistem Informasi Bisnis* 2, no. 1.
- Yasin, M. Rozaq, Nurzahroh Lailiyah, Mochamad Edris, 2021. “Analisis Pengaruh Layanan Digital Perbankan Syariah terhadap Literasi Keuangan Generasi Millenial”, *Jurnal*

Baabu Al-Ilmi: Ekonomi dan Perbankan Syariah, Vol 6 No 1.

Yazid Afandi, Mukhamad, 2021. “*Antecedents of Digitizing ZIS Payments: A TAM and TPB Approaches*”, *Journal of Finance and Islamic Banking*, Vol 4 No. 2.

Yudin, Ahmad, 2021. “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Syariah Indonesia KC 3 Palangka Raya,” *Skripsi*