



Warmadewa Economic Development Journal

Analisis Faktor-Faktor yang Dominan Menentukan Minat Generasi Millennial di Kota Denpasar dalam Menggunakan Mobile Banking

Maulida Muvidatus Sania

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universtas Warmadewa, Denpasar-Bali, Indonesia

Email: mauidamuvidatussania@gmail.com

How to cite (in APA style):

Sania, M, M. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Dominan Menentukan Minat Generasi Millennial di Kota Denpasar dalam Menggunakan Mobile Banking. *Warmadewa Economic Development Journal (WEDJ)*, 7(1), pp.20-29. <https://doi.org/10.22225/wedj.7.1.2024.20-29>

Abstract

There are many factors that influence the interest in using mobile banking among millennials in the city of Denpasar. One of them is the increasing number of merchants and shopping places frequently visited by millennials that provide non-cash transaction payment methods. The aim of this study is to determine the dominant factors that determine millennials in using mobile banking. This study uses primary data with Exploratory Factor Analysis techniques. The data to be processed using SPSS For Windows. The data analysis technique used is exploratory factor analysis, this analysis is used because the researcher does not yet have knowledge or theory or a hypothesis that organizes the structure of the factors to be formed, so this technique helps to build a new theory. From the analysis, it was found that there are 4 factors that influence the interest of millennials in using mobile banking, including Efficiency and Effectiveness of Mobile Banking, Security, Product Variation and Commitment of the Service Provider Bank, and Service Quality.

Keywords: *the efficiency and effectiveness of mobile banking, security, variety of products and commitments of service providers, service quality, and interest in using mobile banking.*

Abstrak

Ada banyak faktor yang mempengaruhi minat penggunaan mobile banking di kalangan milenial di kota Denpasar. Salah satunya adalah semakin banyaknya merchant dan tempat belanja yang sering dikunjungi kaum milenial yang menyediakan metode pembayaran transaksi non tunai. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor dominan yang menentukan generasi milenial dalam menggunakan mobile banking. Penelitian ini menggunakan data primer dengan teknik Exploratory Factor Analysis. Data yang akan diproses menggunakan SPSS Untuk Windows. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis faktor eksplorasi, analisis ini digunakan karena peneliti belum memiliki pengetahuan atau teori atau hipotesis yang mengatur struktur faktor yang akan dibentuk, sehingga teknik ini membantu untuk membangun teori baru. Dari analisis tersebut, ditemukan bahwa terdapat 4 faktor yang mempengaruhi minat milenial dalam menggunakan mobile banking, antara lain Efisiensi dan Efektivitas Mobile Banking, Keamanan, Variasi Produk dan Komitmen Bank Penyedia Layanan, serta Kualitas Layanan.

Kata kunci: efisiensi dan efektivitas mobile banking, keamanan, variasi produk dan komitmen bank penyedia layanan, kualitas jasa layanan, dan minat menggunakan mobile banking.

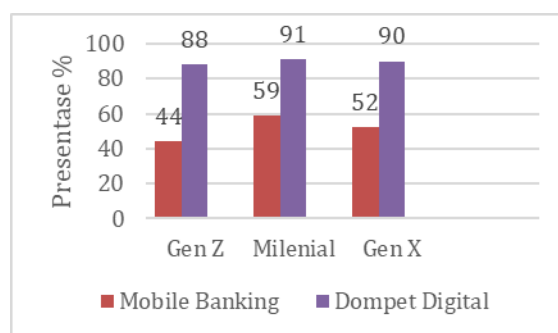
1. PENDAHULUAN

Inovasi teknologi telah membawa perubahan signifikan dalam industri perbankan, salah satunya adalah melalui pengembangan layanan mobile banking (M-banking). M-banking dirancang untuk memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi keuangan tanpa harus berkunjung langsung ke bank atau mesin ATM. Dalam konteks ini, M-banking tidak hanya mengintegrasikan aktivitas perbankan secara lebih efisien, tetapi juga memberikan kontribusi yang signifikan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memenuhi kebutuhan masyarakat modern.

Layanan ini memungkinkan nasabah untuk mengakses dan melakukan berbagai transaksi perbankan melalui aplikasi yang dapat diunduh pada perangkat smartphone yang terhubung dengan internet. Dengan demikian, M-banking menjadi sebuah solusi yang sangat relevan di era digital saat ini. Adopsi M-banking diharapkan dapat menarik minat pengguna yang mencari kemudahan dalam menjalankan aktivitas keuangan mereka, serta mendorong penggunaan sistem secara berkelanjutan.

Generasi Milenial yang dikenal sebagai generasi yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996, memiliki karakteristik seperti yakin pada konten yang dibuat pengguna (UGC), lebih sering menggunakan telepon genggam daripada televisi, kurang tertarik membaca konvensional, memanfaatkan teknologi sebagai informasi terpercaya, suka menggunakan transaksi cashless, dan memiliki sifat konsumtif.

Penggunaan mobile banking pada generasi milenial adalah pengguna dominan mobile banking, dengan alasan seperti kemudahan bertransaksi untuk usaha pribadi, penghematan waktu, dan kemudahan berbelanja online. Fitur-fitur seperti virtual account dan kemudahan membayar tagihan juga menjadi faktor pendukung penggunaan mobile banking bagi generasi ini.



Gambar 1. Pengguna Platform Pembayaran Digital Berdasarkan Generasi (Januari-Juni 2022)

Data pada Gambar 1 menunjukkan bahwa 44% responden generasi Z menggunakan mobile banking, 52% responden generasi X menggunakan mobile banking, dan 59% responden generasi millennial menggunakan mobile banking. Meskipun generasi Z dan X semakin mengadopsi mobile banking tingkat penggunaan masih lebih tinggi pada generasi millennial. DataIndonesia.id diakses pada 2023.

Penelitian ini fokus pada generasi milenial karena anggota generasi ini mengklaim bahwa penggunaan layanan digital bank, terutama melalui mobile banking, memberikan kemudahan dalam menjalankan aktivitas sehari-hari.

Beberapa alasan yang disebutkan oleh generasi milenial termasuk kemudahan bertransaksi untuk usaha pribadi, penghematan waktu dalam bertransaksi, dan penggunaan mobile banking untuk kebutuhan belanja dan online shop. (Hardiky et al., 2021). Salah satu fitur yang menurutnya memudahkannya adalah virtual account yang sudah disediakan oleh e-commerce. Tak hanya itu mengisi pulsa telepon, mengisi token listrik, atau membayar tagihan-tagihan bisa menggunakan mobile banking. (Arie Setyo Dwi Purnomo, Della Dwi Ramadani. 2022).

Minat generasi milenial dalam menggunakan mobile banking lebih dominan dibandingkan dengan generasi lainnya. Hal ini menjadi fokus penelitian yang ingin lebih memahami Analisis Faktor-Faktor Yang Dominan Menentukan Minat Generasi Milenial Di Kota Denpasar Dalam Menggunakan Mobile Banking.

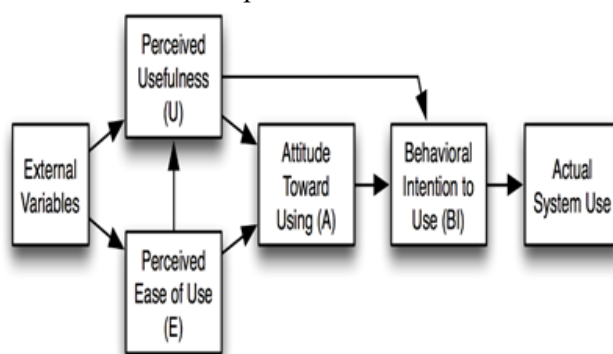
2. KAJIAN TEORI

Perilaku Konsumen

Menurut Hasan (2013), definisi perilaku konsumen mencakup studi mengenai proses yang terlibat saat individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, atau mengatur produk, jasa, gagasan, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Sementara menurut Sunyoto (2012), perilaku konsumen mengacu pada aktivitas individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang atau jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang terjadi dalam persiapan kegiatan tersebut.

TAM (Technology Acceptance Model)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan suatu model penerimaan sistem informasi yang akan digunakan oleh pemakai (user). TAM, yaitu persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan. Kedua variabel ini dapat menjelaskan aspek perilaku pengguna (Park, 2007). Dengan demikian, model TAM dapat menjelaskan bahwa persepsi pengguna akan menentukan sikapnya dalam kemanfaatan penggunaan TI. Model ini secara lebih jelas menggambarkan bahwa penerimaan penggunaan TI dipengaruhi oleh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan. Di samping itu, Davis juga memberikan kerangka dasar untuk menelusur pengaruh faktor eksternal terhadap kedua variabel tersebut.



Gambar 2. Model TAM

Generasi Milenial

Menurut Generation Theory yang dikemukakan oleh Karl Mannheim pada tahun 1923, generasi milenial adalah kelompok individu yang lahir antara tahun 1980 hingga 2000. Mereka juga dikenal sebagai generasi Y. Penggunaan istilah ini mulai diperkenalkan dan digunakan dalam editorial oleh surat kabar utama di Amerika Serikat pada bulan Agustus 1993.

Mobile Banking

Menurut Riswandi Budi Agus (2005, 83), mobile banking adalah sebuah inovasi layanan dari institusi perbankan yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat smartphone. Istilah lain yang dikenal dengan mobile banking adalah m-banking, yang merupakan layanan perbankan yang menggunakan perangkat komunikasi bergerak seperti ponsel, dengan menyediakan aplikasi khusus untuk melakukan transaksi perbankan.

3. METODE

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat generasi milineal kota Denpasar yang berjumlah 146.033 orang.

Penelitian ini menggunakan metode purposive random sampling dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Adapun kriteria yang diinginkan untuk mendapatkan sampel yang akan diteliti sebagai berikut :

Mengambil sampel populasi generasi milenial dengan usia 27-42 tahun.

Mengambil sampel populasi generasi milenial yang berdomisili di kota Denpasar.

Untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti, menurut Syofian Siregan (2013:34), salah satu rumus yang dapat digunakan dalam menentukan besaran sampel adalah dengan rumus slovin:

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

n : Jumlah sampel yang diperlukan

N : Jumlah Populasi

e : Margin Error (10% atau 0,1)

Dalam penggunaan rumus tersebut, tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% dan margin error 10 %(0,1) maka cara kerjanya dilakukan sebagai berikut:

$$n = \frac{146.033}{1 + 146.030(0,1)^2}$$

$$n = \frac{146.033}{1 + 1.460,3}$$

$$n = 99,93$$

Dari perhitungan dengan menggunakan rumus diatas, maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang generasi milenial di kota Denpasar yang terbagi menjadi 25 orang dari empat kecamatan.

Analisis data

Analisis faktor eksploratori atau analisis komponen utama (PCA = principle component analysis) yaitu suatu teknik analisis faktor di mana beberapa faktor yang akan terbentuk berupa variabel laten yang belum dapat ditentukan sebelum analisis dilakukan.

Uji Kaiser Meiyer Oklin (KMO)

Metode ini digunakan untuk mengukur kecukupan sampel dengan membandingkan koefisien korelasi terobservasi dengan koefisien korelasi parsial.

Measure of sampling adequacy (MSA)

Metode ini juga digunakan untuk mengukur kecukupan sampel yang dihitung pada tiap variabel individual. Menentukan jumlah faktor, rotasi faktor, penamaan pada faktor yang terbentuk.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Uji Kaiser Mayer Oikin (KMO)

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.919
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2709.149
	df	435
	Sig.	.000

(Sumber: Hasil Penelitian (Data Diolah), 2024)

Berdasarkan Tabel 1 dapat dijelaskan bahwa nilai KMO dari 30 item pernyataan yang digunakan memiliki nilai lebih dari 0,5 yaitu sebesar 0,919 dan hasil *Bartlett's Test* memiliki signifikan kurang dari 0,05 yaitu 0,000. Dapat disimpulkan dari hasil nilai uji KMO dan *Bartlett's Test* memiliki korelasi yang baik dan bisa diprediksi dan dapat dilanjutkan untuk dianalisis dengan *Matriks Anti-Image (MSA)*.

Uji MSA

hasil uji MSA terhadap keseluruhan indikator item pernyataan yang digunakan memiliki nilai lebih besar dari 0,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dapat dipahami dengan sangat baik oleh responden dan tidak bermakna ganda.

Tabel 3. Komunalitas Variabel Item Pernyataan

Communalities		
	Initial	Extraction
X1	1.000	.760
X2	1.000	.790
X3	1.000	.687
X4	1.000	.691
X5	1.000	.701
X6	1.000	.575
X7	1.000	.613
X8	1.000	.663
X9	1.000	.696
X10	1.000	.706
X11	1.000	.697
X12	1.000	.596
X13	1.000	.750
X14	1.000	.779
X15	1.000	.721
X16	1.000	.777
X17	1.000	.741
X18	1.000	.702
X19	1.000	.789
X20	1.000	.693
X21	1.000	.776
X22	1.000	.797
X23	1.000	.744
X24	1.000	.718
X25	1.000	.807
X26	1.000	.724
X27	1.000	.692
X28	1.000	.759
X29	1.000	.659
X30	1.000	.588

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat nilai *extraction* dari keseluruhan item pernyataan yang digunakan memiliki nilai positif dan menunjukkan bahwa responden menkonfirmasi dengan baik setiap indikator yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 4. Hasil Uji Analisis PCA

	Component Matrix(a)			
	Component			
	1	2	3	4
X2	.794	-.371	-.139	
X15	.792		-.263	.143
X25	.782		.434	
X8	.779	-.227		
X19	.779	.377	-.174	-.104
X11	.768	-.174	-.250	.118
X9	.768	-.192	-.259	
X1	.767	-.411		
X20	.764	.287		-.157
X3	.758	-.174	-.245	.150
X26	.755	-.105	.351	.141
X10	.753	-.196	-.315	
X28	.749		.398	.187
X23	.739	.164	.377	-.169
X21	.735	.457	.138	
X7	.730	-.278		
X24	.722		.339	-.286
X4	.714	-.398	-.127	
X13	.713	.227	-.379	-.215
X16	.702	.484	-.225	
X14	.701	.380	-.302	-.228
X12	.700	-.279		-.170
X18	.686	.351	-.248	.214
X5	.684	-.461		-.112
X6	.680	-.274	.140	-.133
X29	.671		.311	.335
X30	.669		.358	.105
X22	.665	.334	.322	-.374
X27	.586	.190	.308	.466
X17	.582	.453	-.263	.356

Berdasarkan Tabel 4 hasil uji analisis PCA (*Principal Component Analysis*) diatas menunjukkan bahwa dari keseluruhan total 30 item pernyataan ini ada beberapa variabel yang tidak menunjukkan korelasi atau hubungan antara masing-masing variabel dengan faktor yang akan terbentuk. Terlihat pada variabel X2 yakni nilai korelasi variabel ini dengan faktor 1 adalah 0,794, korelasi dengan faktor 2 adalah -0,371 dan korelasi dengan faktor 3 adalah -0,139. Untuk variabel X15 nilai korelasi variabel ini dengan faktor 1 adalah 0,792, nilai korelasi pada faktor 3 adalah -0,263 dan nilai korelasi pada faktor 4 adalah 0,143. Lalu variabel X25 nilai korelasi dengan faktor 1 adalah 0,782 dan nilai korelasi dengan faktor 3 adalah 0,434. Kemudian pada variabel X8 nilai korelasi dengan faktor 1 adalah 0,779 dan dengan faktor 2 nilai korelasinya adalah -0,227. Nilai korelasi variabel X19 dengan faktor 1 adalah 0,779, dengan faktor 2 adalah 0,377, dengan faktor 3 adalah -0,174 dan dengan faktor 4 adalah -0,104, begitupun seterusnya.

Berdasarkan hasil rotasi faktor varimax pada Tabel 5, dari 30 item pernyataan kuesioner yang diberikan kepada responden, dapat dijelaskan sebagai berikut.

Pada component 1/ faktor 1 dapat diambil variabel yg memiliki nilai >0,50. Variabel yang memiliki nilai tersebut adalah x2, x5, x1, x4, x10, x9, x11, x8, x7, x3, x12, x6. Selanjutnya component 2/ faktor 2 dapat diambil variabel yg memiliki nilai >0,50. Variabel yang memiliki nilai tersebut adalah X16, X14, X17, X19, X18, X13, X21, X15, X20. Selanjutnya component 3/ faktor 3 dapat diambil variabel yg memiliki nilai >0,50. Variabel yang memiliki nilai tersebut adalah X22, X24, X23, X25. Terakhir component 4/ faktor 4 dapat diambil variabel yg memiliki nilai >0,50. Variabel yang memiliki nilai tersebut adalah X27, X29, X29, X26, X30.

Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi minat generasi millennial dalam menggunakan mobile banking di Kota Denpasar disebabkan oleh factor 4 faktor yang terdiri dari Efisiensi dan Efektivitas Mobile Banking, Keamanan, Variasi Produk dan Komitmen Bank Penyedia Layanan, dan Kualitas Jasa Layanan.

Faktor 1 merupakan Faktor Efisiensi dan Efektivitas mobile banking merupakan faktor yang

paling dominan penyebab generasi millennial dalam menggunakan mobile banking dengan presentase variasi sebesar 52,541% yang terdiri dari komponen X2 Penggunaan mobile banking memperbaiki kinerja saya dalam menggunakan layanan perbankan, X5 Penggunaan mobile banking membuat saya lebih mudah untuk menggunakan layanan perbankan, X1 Dengan menggunakan mobile banking, saya bisa menggunakan layanan perbankan secara lebih cepat, X4 Penggunaan mobile banking meningkatkan efektivitas saya dalam menggunakan layanan perbankan, X10 Saya merasa fleksibel untuk berinteraksi dengan mobile banking, X9 Interaksi saya dengan mobile banking adalah jelas dan dapat dipahami, X11 Mudah bagi saya untuk terampil dalam menggunakan mobile banking, X8 Saya merasa mudah untuk melakukan apa yang ingin saya lakukan dalam mobile banking, X7 Untuk mempelajari penggunaan mobile banking mudah bagi saya, X3 Penggunaan layanan mobile banking meningkatkan produktivitas saya, X12 Secara keseluruhan, saya merasa mobile banking mudah untuk digunakan, dan X6 Secara keseluruhan, sebuah mobile banking berguna bagi saya untuk menggunakan layanan perbankan.

Faktor 2 merupakan Faktor Keamanan mobile banking merupakan faktor dominan kedua penyebab generasi millennial dalam menggunakan mobile banking dengan presentase variasi sebesar 8,278% yang terdiri dari komponen X16 Saya tidak khawatir tentang keamanan mobile banking. X14 Saya percaya pada kemampuan mobile banking untuk melindungi privasi saya. X17 Masalah keamanan tidak mempengaruhi dalam penggunaan mobile banking. X19 Bank memiliki pengendalian cukup untuk melindungi data pribadi keuangan nasabah. X18 Saya tidak khawatir memberikan informasi keuangan melalui mobile banking. X13 Penggunaan mobile banking aman secara finansial. X21 Pihak bank melindungi informasi personal dan kebiasaan nasabah bertransaksi melalui mobile banking. X15 Saya tidak pernah mengalami gangguan atau kebocoran privasi saat menggunakan mobile banking. X20 Bank akan bertindak berdasarkan komitmennya.

Tabel 5. Hasil Uji Rotasi Faktor Dengan Menggunakan Rotasi Faktor Varimax

Rotated Component Matrix(a)

	Component			
	1	2	3	4
X2	.813	.228	.153	.230
X5	.800		.217	
X1	.793	.127	.204	.271
X4	.783	.157	.200	.111
X10	.715	.418		.117
X9	.709	.395	.167	
X11	.685	.410		.233
X8	.684	.276	.252	.235
X7	.679	.205	.210	.258
X3	.676	.404		.256
X12	.660	.159	.352	.108
X6	.601		.407	.204
X16	.178	.803	.262	.180
X14	.283	.762	.340	
X17	.115	.759		.386
X19	.294	.737	.371	.150
X18	.257	.728		.316
X13	.421	.706	.260	
X21	.120	.603	.548	.311
X15	.538	.589	.101	.272
X20	.293	.558	.504	.204
X22	.124	.373	.786	.158
X24	.392	.167	.696	.227
X23	.266	.277	.685	.357
X25	.420	.131	.630	.465
X27	.134	.284	.175	.750
X29	.328	.191	.259	.669
X28	.317	.222	.454	.635
X26	.457	.132	.423	.565
X30	.349	.132	.429	.515

Faktor 3 merupakan Faktor Variasi Produk dan Komitmen Bank Penyedia Layanan mobile banking merupakan faktor ketiga dominan penyebab generasi millennial dalam menggunakan mobile banking dengan presentase variasi sebesar 6,821% yang terdiri dari komponen X22 Saya percaya mobile banking menyediakan kemudahan akses, keamanan transaksi, dan beragam fitur yang memungkinkan saya untuk mengelola keuangan dengan efisien. X24 Saya akan sering menggunakan mobile banking di masa yang akan datang. X23 Dimasa yang akan datang saya bermaksud untuk menjaga hubungan saya dengan bank penyedia mobile banking. X25 Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan mobile banking

Kemudian kategori variabel bobot terendah adalah Kualitas Jasa Layanan dengan presentase variasi sebesar 3,651% yang terdiri dari komponen X27 Saya lebih banyak menggunakan mobile banking dari pada transaksi secara tunai, X29 Bank selalu memberikan solusi jika terjadinya masalah dalam menggunakan layanan mobile banking, X28 Saya merasa layanan mobile banking sesuai dengan kebutuhan saya, X26 Saya sangat sering menggunakan mobile banking dalam sebulan untuk berbagai transaksi keuangan, dan X30 Saya merasa saat menggunakan layanan mobile banking menambah pengetahuan ketika melakukan transaksi.

Tabel 6. Hasil Interpretasi faktor

Kategori	Komponen	Nilai Komponen	Persentase Variasi
Faktor 1 (Efisiensi dan Efektivitas Mobile Banking)	X2. Penggunaan mobile banking memperbaiki kinerja saya dalam menggunakan layanan perbankan.	.813	52.541%
	X6. Secara keseluruhan, sebuah mobile banking berguna bagi saya untuk menggunakan layanan perbankan.	.601	
	X16. Saya tidak khawatir tentang keamanan mobile banking.	.803	
Faktor 2 (Keamanan)	X20 Bank akan bertindak berdasarkan komitmennya.	.558	8.278%
Faktor 3 (Variasi Produk dan Komitmen Bank Penyedia Layanan)	X22 Saya percaya mobile banking menyediakan kemudahan akses, keamanan transaksi, dan beragam fitur yang memungkinkan saya untuk mengelola keuangan dengan efisien.	.786	6,821%
	X25 Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan mobile banking.	.630	
Faktor 4 (Kualitas Jasa Layanan)	X27 Saya lebih banyak menggunakan mobile banking dari pada transaksi secara tunai.	.750	3,651%
	X30 Saya merasa saat menggunakan layanan mobile banking menambah pengetahuan ketika melakukan transaksi.	.515	

Berdasarkan Tabel 6 hasil interpretasi faktor dapat di lihat bahwa variabel yang paling besar di Faktor 1 Efisiensi dan Efektivitas Mobile Banking dengan presentase variasi 52.541% yakni variabel X2 (Penggunaan mobile banking memperbaiki kinerja saya dalam menggunakan layanan perbankan) dengan nilai component .813 dan variabel paling rendah yakni X6 (Secara keseluruhan, sebuah mobile banking berguna bagi saya untuk menggunakan layanan perbankan) dengan nilai component .601. Faktor 2 Keamanan dengan presentase variasi 8.278% variabel paling besar yakni X16 (Saya tidak khawatir tentang keamanan mobile banking) dengan nilai component .803 dan variabel paling rendah yakni X20 (Bank akan bertindak berdasarkan komitmennya) dengan nilai component .558. Faktor 3 Variasi Produk dan Komitmen Bank Penyedia Layanan dengan presentase variasi 6,821% variabel paling besar yakni X22 (Saya percaya mobile banking menyediakan kemudahan akses, keamanan transaksi, dan beragam fitur yang memungkinkan saya untuk mengelola keuangan dengan efisien) dengan nilai component .786 dan variabel paling rendah yakni X25 (Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan mobile banking) dengan nilai component .630. Terakhir Faktor 4 Kualitas Jasa Layanan dengan presentase variasi 3,651% variabel paling besar yakni X27 (Saya lebih banyak menggunakan mobile banking dari pada transaksi secara tunai) dengan nilai component .750 dan variabel paling rendah yakni .515.

5. SIMPULAN

Berdasarkan analisis faktor, ditemukan bahwa minat generasi milenial di Kota Denpasar dalam menggunakan mobile banking dipengaruhi oleh empat faktor utama, yaitu Efisiensi dan Efektivitas Mobile Banking, Keamanan, Variasi Produk dan Komitmen Bank Penyedia Layanan, serta Kualitas

Jasa Layanan.

Dua faktor yang menunjukkan ketidaksetujuan tinggi dari responden adalah Keamanan dan Kualitas Jasa Layanan. Dalam faktor Keamanan, variabel yang mendapat tingkat ketidaksetujuan tertinggi adalah Penggunaan mobile banking aman secara finansial, Masalah keamanan tidak mempengaruhi dalam penggunaan mobile banking, dan Ketidakkhawatiran memberikan informasi keuangan melalui mobile banking. Sedangkan dalam faktor Kualitas Jasa Layanan, variabel yang mendapat tingkat ketidaksetujuan tertinggi adalah Preferensi penggunaan mobile banking daripada transaksi tunai, dengan persentase nilai tertinggi mencapai 30%.

Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat generasi milenial di Kota Denpasar dalam menggunakan mobile banking adalah Efisiensi dan Efektivitas Mobile Banking.

DAFTAR PUSTAKA

- Abizar, Ramadhan.(2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Mobile Banking (BCA MOBILE)*. Diss. POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
- Ardiningsih, Tirta Artami.(2021). *Pengaruh Perceived Covid-19 Risk Dan Government Support Pada Minat Menggunakan Mobile Banking Dalam Masa Pandemi Covid-19 Dengan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Mediasi*.
- Arie Setyo Dwi Purnomo, Della Dwi Ramadani. (2022). *Pengaruh Manfaat, Kemudahan terhadap Minat Pemakaian Financial Technology Pada Penggunaan Pembayaran Digital UMKM di Sumenep*. Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi, Volume 14 Nomor 2 Tahun 2022.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Usia Muda Dominasi Penduduk Indonesia*. Diakses dari <https://indonesiabaik.id/infografis/usia-muda-dominasi-penduduk-indonesia#:~:text=dikutip%20dari%20hasil%20sensus%20penduduk,atau%20sebesar%2025%2c87%20persen>.
- Bhadrapa Haralayya. (2021). *Millennials and Mobile-Savvy Consumers are Driving a Huge Shift in The Retail Banking Industry*. Journal of Advanced Research in Operational and Marketing Management Volume 4, Issue 1 - 2021, Pg. No. 17-19Peer Reviewed Journal.
- Caroline, Christine Clara. (2021) *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan M-Banking Berdasarkan Teori TAM*. KEUNIS 9.2
- Davis,Fred D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology*, *Jurnal Management Information System (Online)*. Vol. 12, No. 3, h. 319-340.
- Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Denpasar. (2022). *Jumlah Penduduk Tahun 2022 Semester 1 Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin*. Diakses dari https://pusatdata.denpasarkota.go.id/?page=datadetail&language=id&domian=&data_id=1664945435
- Kanya Anggun Setya Kusuma Dewi. (2022) *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penyelesaian Tugas Akhir Mahasiswa Jurusan Matematika Angkatan 2015-2017 Universitas Jenderal Soedirman*. Jurnal Ilmiah Matematika dan Pendidikan Matematika (JMP) Vol. 14 No. 2.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2020). *Generasi Millennial Sumber Ide*. Diakses dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13270/generasi-millennial-sumber-ide.html#:~:text=generasi%20millennial%20adalah%20masyarakat%20sosial,cenderung%20tak%20membawa%20uang%20tunai>).
- Mangkunegara, Prabu Anwar. (2002) *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Cetakan Kedua. PT. Refika .Aditama Bandung.
- Mumtaz JR, Habib.(2021). *Pengaruh Layanan Mobile Banking Di Masa Covid 19 Terhadap Kepuasan Nasabah Di BJBS KCP Cianjur*.
- Nawangasari, Sri., & Dwirahma Putri, Nadea. (2020). *Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Ter-*

- hadap Kepuasan Nasabah Pengguna BNI Mobile Banking Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Pengguna BNI Mobile Banking Di Kota Depok). *Jurnal Ilmiah Matrik*, Vol.22, 56
- Ni Komang Rina Sandra Dewi; Ni Made Rastini, (2017) *Analisis Minat Perilaku Nasabah Terhadap Layanan Mobile Banking Dengan Model TAM dan TRA* (Studi Di Kota Denpasar).
- Novitasari, Femmy.(2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan M-Banking Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19*.
- Nugraha Jefri Putri, Dian Alfiah, Gairah Sinulingga, Umi Rojiati, Gazi Saloom, Rosmawati, Fathihani, Renè Johannes, Kristia, Mail Hilian Batin, Widya Jati Lestari, Husnil Khatimah, Maria Fatima B. Beribe. (2021) *Teori Perilaku Konsumen*.
- Park, Sung-Hee. (2007). *Role of Personal Values in Acceptance of Information Technology*. Doctoral Dissertation, University of South Carolina.
- Pasaribu, Popy Novita. (2021). *The Nexus of Covid-19 Pandemic and Behavioral Intention in Using Mobile Banking among Students." Duconomics Sci-meet (Education & Economics Science Meet) 1*.
- Pertiwi, N. W. D. M. Y., and Dodik Ariyanto. (2017) *Penerapan model UTAUT2 untuk menjelaskan minat dan perilaku penggunaan mobile banking di kota Denpasar*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 18.2
- Philile Thusi, Daniel K. Maduku. (2020). *South African millennials' acceptance and use of retail mobile banking apps: An integrated perspective*. *Computers in Human Behavior* [Volume 111](#)
- Rizaldy Rachmansyah, Moch., & Ilham Lucyantoro, Bagas,. (2017). *Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan(Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya)*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*. VOL. 5 NO. 1.
- Sarmiana Batubara , Ihdi Aini, Yuli Agustina (2021) *Determinants Of Millenial Generations Interest In Using Mobile Banking*. hal. 168-188
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*
- Sutarminingsih, Lukman M Baga , Imam Teguh Saptono (2021) *Analysis of Factors Influencing Intensity Use of Mobile Banking Islamic Bank*. Vol.8.
- Totok Subianto. (2007). *Modernisas*. Volume 3, Nomor 3.
- Winardi dan Suparwarman. (2003) *Perilaku Konsumen*. Penerbit PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Wulandari, M. (2017). *Analisis Factor-Faktor Penggunaan Layanan Mobile Banking di Bandung*. *Jurnal Bisnis dan IPTEK*. 10 (2), 141.
- Yusuf, Muri. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: PT Fajat Interpretama Mandiri.