

PENGARUH MINAT DAN MANFAAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING TERHADAP PERILAKU KEUANGAN GENERASI Z PADA PT BANK SUMUT PUSAT KOTA MEDAN

Kristiani Erlin Telaumbanua

Program Studi Keuangan Dan Perbankan

Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada PT Bank Sumut Pusat Kota Medan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar Minat Penggunaan Mobile Banking, Manfaat Penggunaan Mobile Banking dan Perilaku Keuangan Terhadap Generasi Z pada nasabah PT Bank Sumut Pusat Kota Medan. Kemudahan penggunaan Mobile Banking ini karena sistem yang jelas dan mudah dimengerti dan tidak mengalami kesulitan yang membuat generasi Z cepat berkembang dalam pengoperasian Mobile Banking. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan jumlah populasi 150 nasabah generasi Z, data diolah dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial (Uji t), ditemukan Minat Penggunaan Mobile Banking (X_1) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z (Y). Hal ini terlihat dari nilai t hitung yang lebih kecil dari t tabel ($0.000 < 1.986$) dan nilai signifikansi yang diperoleh ($1.000 > 0.05$), yang berarti bahwa H_a ditolak dan H_o diterima. Secara parsial (Uji t), ditemukan bahwa Manfaat Penggunaan Mobile Banking (X_2) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z (Y). Hal ini terlihat dari nilai t hitung yang lebih kecil dari t tabel ($0.000 < 1.986$) dan nilai signifikansi yang diperoleh ($1.000 > 0.05$), yang berarti bahwa H_a ditolak dan H_o diterima. Ditemukan bahwa Minat Penggunaan Mobile Banking (X_1) dan Manfaat Penggunaan Mobile Banking (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z (Y), hal ini ditunjukkan oleh nilai F hitung yang lebih kecil dari F tabel ($0.000 < 2.698$) dan nilai signifikansi yang diperoleh ($1.000 > 0.05$), yang berarti bahwa H_a ditolak dan H_o diterima.

Kata Kunci: Minat Penggunaan, Manfaat Penggunaan dan Perilaku Keuangan Generasi Z

THE INFLUENCE OF INTEREST AND BENEFITS OF USING MOBILE BANKING ON THE FINANCIAL BEHAVIOR OF GENERATION Z AT PT BANK SUMUT CENTRAL MEDAN CITY

Kristiani Erlin Telaumbanua

Finance and Banking Study Program

Faculty of Economics, Prima Indonesia University

ABSTRACT

This research was conducted at PT Bank Sumut Central Medan City. The purpose of this study was to determine how much Interest in Using Mobile Banking, Benefits of Using Mobile Banking and Financial Behavior towards Generation Z in PT Bank Sumut Medan City Center customers. The ease of use of Mobile Banking is because the system is clear and easy to understand and has no difficulties that make generation Z quickly develop in the operation of Mobile Banking. The method used in this research is quantitative method, with a population of 150 generation Z customers, the data is processed using SPSS. The results of this study indicate that partially (t test), it was found that Interest in Using Mobile Banking (X1) did not have a positive and significant effect on Generation Z's Financial Behavior (Y). This can be seen from the calculated t value which is smaller than the t table ($0.000 < 1.986$) and the significance value obtained ($1.000 > 0.05$), which means that H_a is rejected and H_o is accepted. Partially (t test), it was found that the Benefits of Using Mobile Banking (X2) did not have a positive and significant effect on Generation Z's Financial Behavior (Y). This can be seen from the calculated t value which is smaller than the t table ($0.000 < 1.986$) and the significance value obtained ($1.000 > 0.05$), which means that H_a is rejected and H_o is accepted. It was found that Interest in Using Mobile Banking (X1) and Benefits of Using Mobile Banking (X2) had no significant effect on Generation Z's Financial Behavior (Y), this is indicated by the calculated F value which is smaller than the F table ($0.000 < 2.698$) and the significance value obtained ($1.000 > 0.05$), which means that H_a is rejected and H_o is accepted.

Keywords: Interest in Use, Benefits of Use and Generation Z Financial Behavior