



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT PENGGUNAAN SIA BERBASIS BANK DIGITAL PADA MAHASISWA AKUNTANSI GENERASI Z DI SURABAYA DENGAN PENGARUH SOSIAL SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Annisa Ayu Ramadhiani^{a*}, Rika Puspita Sari^b

^a Ekonomi dan Bisnis / Akuntansi, ramadhiannisaa@gmail.com,
Universitas Dr Soetomo, Surabaya, Jawa Timur

^b Ekonomi dan Bisnis / Akuntansi, rika.puspita@unitomo.ac.id
Universitas Dr Soetomo, Surabaya, Jawa Timur

* Korespondensi

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of perceived ease of use, perceived usefulness, trust, and security on the intention to use digital banking-based accounting information systems, with social influence as a mediating variable. Data were obtained through purposive sampling of 120 Generation Z accounting students in Surabaya. The findings indicate that ease of use and security significantly affect usage intention, while usefulness and trust do not. Moreover, only ease of use and usefulness affect social influence, but social influence does not mediate the relationships between ease of use, usefulness, trust, and security with usage intention. These results emphasize the dominance of technical factors over social factors in driving digital banking adoption and provide implications for academics and the banking industry in formulating financial technology adoption strategies.

Keywords: *Technology Acceptance Model, Digital Banking, Accounting Information Systems, Social Influence, Intention to Use.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, manfaat, kepercayaan, dan keamanan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis bank digital dengan pengaruh sosial sebagai variabel mediasi. Data diperoleh melalui *purposive sampling* terhadap 120 mahasiswa akuntansi generasi Z di Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan, sementara manfaat dan kepercayaan tidak. Selain itu, hanya kemudahan penggunaan dan manfaat yang berpengaruh pada pengaruh sosial, namun pengaruh sosial tidak memediasi persepsi kemudahan penggunaan, manfaat, kepercayaan, dan keamanan dengan minat penggunaan. Temuan ini menegaskan dominasi faktor teknis dibandingkan faktor sosial dalam mendorong adopsi bank digital, serta memberikan implikasi bagi akademisi dan industri perbankan dalam merancang strategi adopsi teknologi keuangan.

Kata Kunci: *Technology Acceptance Model, Bank Digital, Sistem Informasi Akuntansi, Pengaruh Sosial, Minat Penggunaan.*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi pada era Revolusi Industri 4.0 telah mengubah pola kehidupan masyarakat dari sistem konvensional menuju digital, termasuk dalam sektor perbankan (Cuellar et al., 2023; Sari et al., 2023). Kehadiran perbankan digital dengan layanan yang efisien, praktis, serta biaya rendah mendorong pergeseran perilaku masyarakat yang kini lebih jarang menggunakan layanan perbankan

fisik (P & Fitri, 2021). Hal ini juga sejalan dengan regulasi OJK No.12/POJK.03/2021 yang menyatakan bahwa bank digital beroperasi terutama melalui saluran elektronik dengan jumlah cabang yang terbatas (Kemenkeu, 2022).

Dalam praktiknya, bank digital sangat bergantung pada sistem informasi akuntansi berbasis teknologi yang berfungsi untuk mencatat, mengelola, dan menganalisis transaksi keuangan secara otomatis dengan akurasi tinggi (Fanshurna et al., 2025; Klaudia & Muniroh, 2024). Untuk menjaga keamanan data nasabah, teknologi seperti enkripsi data dan multi-factor authentication juga diterapkan (Firdaus et al., 2025).

Generasi Z, yang tumbuh sebagai digital native, menunjukkan preferensi yang kuat terhadap layanan perbankan digital. Survei BAI (2021) mengungkapkan bahwa 37% generasi ini lebih memilih menggunakan aplikasi seluler dibandingkan hanya 18% yang masih mengandalkan layanan cabang fisik. Meski demikian, tingkat adopsi teknologi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor rasional, tetapi juga sosial, seperti persepsi kemudahan, manfaat, kepercayaan, dan keamanan (Budiastuti & Muid, 2020; Pamungkas & Sudiarno, 2022).

Fenomena ini tercermin dalam peningkatan transaksi digital di Indonesia. Pada tahun 2023, nilai transaksi digital banking mencapai Rp58.478,24 triliun, tumbuh 13,48% dibandingkan tahun sebelumnya. Sementara itu, transaksi menggunakan QRIS melonjak 130,01% menjadi Rp229,96 triliun, menunjukkan peningkatan signifikan dalam adopsi layanan perbankan digital (Databoks, 2023).

Sejumlah penelitian sebelumnya turut menyoroti faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi. Budiastuti dan Muid (2020) menemukan bahwa *perceived ease of use*, *trust*, dan *attitude towards using* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*, sedangkan *perceived usefulness* dan risiko tidak berpengaruh. Sementara itu, penelitian Pamungkas dan Sudiarno (2022) yang menggunakan model UTAUT pada aplikasi BRImo menunjukkan bahwa *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *social influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*, yang kemudian memengaruhi *use behavior*.

Meskipun kedua penelitian tersebut memberikan wawasan penting, masih terdapat keterbatasan dalam kajian mengenai peran pengaruh sosial sebagai variabel mediasi dalam konteks adopsi sistem informasi akuntansi berbasis bank digital, khususnya di kalangan mahasiswa akuntansi Generasi Z. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan menguji bagaimana persepsi kemudahan, manfaat, kepercayaan, dan keamanan memengaruhi minat penggunaan melalui pengaruh sosial sebagai mediator.

Surabaya dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan kota metropolitan dengan jumlah mahasiswa akuntansi generasi Z yang besar serta tingkat penetrasi teknologi yang tinggi (Hamamah, 2023; Telkom University, 2025). Untuk itu, penelitian ini mengintegrasikan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) guna menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis bank digital, dengan menekankan peran pengaruh sosial sebagai variabel mediasi.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh Davis (1989) sebagai kerangka untuk menjelaskan bagaimana individu menerima dan menggunakan teknologi. Model ini menekankan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh sikap individu yang tercermin dari tingkat penggunaan teknologi. Dua konstruk utama dalam TAM adalah persepsi kemudahan penggunaan, yaitu keyakinan bahwa sistem dapat mengurangi usaha pengguna, serta persepsi manfaat, yaitu keyakinan bahwa sistem dapat meningkatkan kinerja (Hantono et al., 2023; Pratama, 2020).

2.2. Revolusi Industri 4.0

Revolusi Industri 4.0 merupakan fase perkembangan industri global yang ditandai dengan integrasi teknologi digital, fisik, dan biologis dalam berbagai aspek kehidupan. Konsep ini diperkenalkan oleh Klaus Schwab pada tahun 2016, dengan menekankan pada teknologi cerdas seperti *Internet of Things* (IoT), *Artificial Intelligence* (AI), *Big Data*, *Cloud Computing*, dan robotika. Dalam bidang bisnis dan keuangan,

revolusi ini mendorong perubahan signifikan, termasuk penerapan sistem informasi akuntansi digital, otomatisasi laporan keuangan, serta penggunaan aplikasi keuangan berbasis cloud seperti *e-wallet* dan mobile banking (Natanael, et al., 2025:2).

2.3. Bank Digital

Bank digital atau neobank adalah layanan perbankan elektronik yang memungkinkan nasabah melakukan seluruh transaksi secara online tanpa harus datang ke kantor cabang. Layanan ini dirancang untuk memberikan kemudahan, kecepatan, dan pengalaman yang lebih personal dengan biaya layanan rendah serta suku bunga yang kompetitif dibandingkan bank konvensional (Anataya et al., 2023; Harahap et al., 2023). Menurut Feyen et al., (2021) dalam Husnaningtyas (2025), transformasi bank digital dalam perbankan mencakup integrasi teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), *blockchain*, dan analitik *big data* ke dalam seluruh aspek operasional bank. Digitalisasi layanan perbankan mencakup berbagai aktivitas, mulai dari tabungan, transfer, deposito, hingga pengelolaan rekening dana, yang semuanya dapat dilakukan secara mandiri oleh nasabah melalui aplikasi.

2.4. Sistem Informasi Akuntansi

Sistem informasi akuntansi (SIA) adalah sistem yang berfungsi mengumpulkan, mencatat, menyimpan, dan memproses data untuk menghasilkan informasi yang bermanfaat bagi pengambilan keputusan (Romney & Steinbart, 2018 dalam Septiawati et al., 2021). Dalam era digital, SIA berkembang dengan mengadopsi teknologi seperti komputasi awan, otomatisasi, serta integrasi dompet digital. Hal ini menjadikan SIA tidak hanya berperan sebagai alat pencatatan transaksi, tetapi juga sebagai sistem strategis untuk mendukung keputusan bisnis (Sakti & Dwihanus, 2023). Keberhasilan implementasinya dipengaruhi oleh faktor kemudahan penggunaan, manfaat, kepercayaan, dan keamanan yang dirasakan pengguna.

2.5. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan faktor penting dalam penerimaan sistem informasi baru. Menurut Schiffman et al., (2012) dalam Alghifari & Rahayu (2021) dan Jumaili (2015) dalam Agustina (2022), kepercayaan mencerminkan keyakinan pengguna terhadap integritas, kejujuran, serta kompetensi penyedia sistem sehingga mereka merasa teknologi yang digunakan dapat mendukung kinerja. Dalam konteks layanan digital, kepercayaan terbentuk melalui reputasi, pengalaman pengguna sebelumnya, kualitas informasi, serta komunikasi dari mulut ke mulut. Tingkat kepercayaan ini akan memengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan layanan berbasis teknologi (I Gusti, et al., 2022).

2.6. Keamanan

Keamanan merupakan salah satu faktor krusial dalam layanan digital, terutama yang melibatkan data pribadi dan transaksi keuangan. Menurut Laudon & Laudon (2020), keamanan sistem mencakup perlindungan data dan transaksi dari akses tidak sah, penyalahgunaan, dan ancaman teknis melalui kebijakan, prosedur, dan teknologi. Seiring meningkatnya kejahatan siber, aspek keamanan menjadi semakin penting untuk menjaga kepercayaan pengguna terhadap layanan keuangan berbasis digital (Lokapala et al., 2024). Oleh karena itu, perusahaan penyedia layanan perlu memastikan sistem yang aman guna melindungi nasabah.

2.7. Minat Penggunaan

Minat penggunaan (*behavioral intention to use*) adalah kecenderungan individu untuk menggunakan suatu sistem dalam waktu dekat. Dalam TAM, minat dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat. Semakin besar keyakinan bahwa sistem mudah digunakan dan bermanfaat, semakin besar pula niat untuk menggunakannya (Utami, 2021). Selain itu, teori TPB (Ajzen, 2005 dalam Simanihuruk, 2020) menekankan peran sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku, sedangkan model UTAUT menambahkan faktor pengaruh sosial dan kondisi fasilitas. Dengan demikian, minat penggunaan dipengaruhi oleh kombinasi persepsi pribadi dan faktor eksternal.

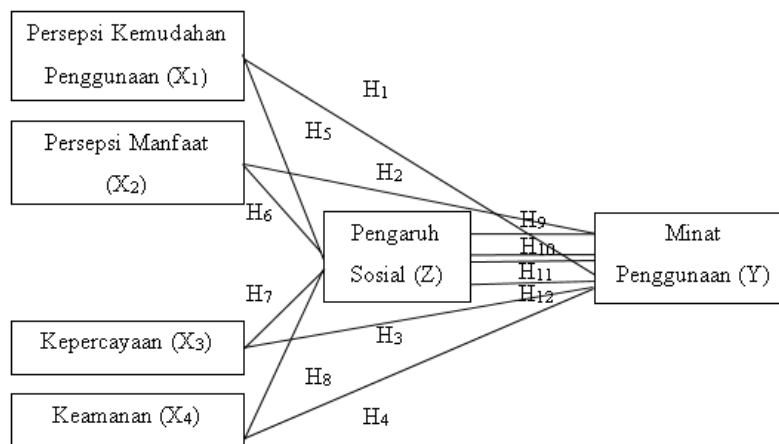
2.8. Generasi Z

Generasi Z, yaitu mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, dikenal sebagai digital native karena sejak kecil terbiasa dengan internet, smartphone, dan media sosial. Generasi ini sangat melek teknologi, cepat mengadopsi inovasi baru, multitasking, serta cenderung mengutamakan kecepatan dan kepraktisan (Zahira & Nasution, 2025; Permana et al., 2024). Karakteristik ini menjadikan Generasi Z sebagai kelompok potensial dalam penggunaan teknologi keuangan digital, termasuk sistem informasi akuntansi berbasis bank digital (Rahmayanti & Kencana, 2025).

2.9. Pengaruh Sosial

Pengaruh sosial dalam model UTAUT didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa orang lain mengharapkannya menggunakan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2003 dalam Herdadi, 2022). Faktor ini berperan penting dalam konteks budaya kolektif seperti Indonesia, di mana keputusan individu tidak hanya didasarkan pada persepsi pribadi, tetapi juga pada dukungan atau tekanan sosial dari keluarga, teman, atau lingkungan kerja. Dalam penelitian mengenai penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis bank digital, pengaruh sosial diposisikan sebagai variabel mediasi yang dapat memperkuat atau melemahkan hubungan antara persepsi individu terhadap teknologi dengan minat penggunaan sistem.

2.10. Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber: Oleh peneliti

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. Metode penelitian kuantitatif menurut Zulfikar, et al. (2024) menekankan pada pengumpulan dan analisis data dalam bentuk angka secara sistematis. Pendekatan ini memungkinkan pengukuran yang tepat, observasi cermat, serta analisis terstruktur untuk memahami fenomena. Selain menjadi elemen penting dalam ilmu pengetahuan, metode ini berperan dalam kemajuan masyarakat modern dengan memungkinkan identifikasi hubungan kausalitas dan generalisasi pada populasi lebih luas. Pemahaman yang mendalam terhadap metode ini memperkuat landasan teori ilmiah serta mendukung pengambilan keputusan berbasis data. Responden dipilih berdasarkan beberapa kriteria, yaitu: (1) mahasiswa aktif program studi Akuntansi di perguruan tinggi yang berada di wilayah Surabaya, (2) termasuk dalam kategori generasi Z (berusia 17–25 tahun), dan (3) pernah menggunakan atau minimal mengetahui sistem informasi akuntansi berbasis bank digital. Responden dipilih karena mereka mewakili kelompok *digital native* yang kritis terhadap inovasi dan memiliki pengetahuan akuntansi yang relevan. Diperoleh jumlah responden sebanyak 120 mahasiswa akuntansi generasi Z di Surabaya melalui penyebaran kuesioner secara *online* (dalam jaringan). Analisis data dilakukan menggunakan SPSS, dipilih karena mampu menguji hubungan langsung maupun mediasi antar variabel secara simultan dan juga parsial.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Instrumen

4.1.1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan *r* tabel pada taraf signifikansi 5%.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Pearson Correlation	Sig	Keterangan
	PKP1	0.722	0.000	Valid
	PKP2	0.651	0.000	Valid
	PKP3	0.593	0.000	Valid

Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sia Berbasis Bank Digital Pada Mahasiswa Akuntansi Generasi Z di Surabaya Dengan Pengaruh Sosial Sebagai Variabel Mediasi (Annisa Ayu Ramadhiani)

Persepsi Kemudahan Penggunaan	PKP4	0.613	0.000	Valid
	PKP5	0.667	0.000	Valid
	PKP6	0.636	0.000	Valid
	PKP7	0.638	0.000	Valid
	PKP8	0.732	0.000	Valid
Persepsi Manfaat	PM1	0.616	0.000	Valid
	PM2	0.624	0.000	Valid
	PM3	0.658	0.000	Valid
	PM4	0.646	0.000	Valid
	PM5	0.662	0.000	Valid
	PM6	0.773	0.000	Valid
Kepercayaan	KP1	0.689	0.000	Valid
	KP2	0.760	0.000	Valid
	KP3	0.799	0.000	Valid
	KP4	0.755	0.000	Valid
	KP5	0.707	0.000	Valid
	KP6	0.771	0.000	Valid
	KP7	0.691	0.000	Valid
	KP8	0.770	0.000	Valid
Keamanan	KM1	0.659	0.000	Valid
	KM2	0.737	0.000	Valid
	KM3	0.736	0.000	Valid
	KM4	0.724	0.000	Valid
	KM5	0.704	0.000	Valid
	KM6	0.698	0.000	Valid
	KM7	0.737	0.000	Valid
	KM8	0.775	0.000	Valid
Minat Penggunaan	MP1	0.710	0.000	Valid
	MP2	0.674	0.000	Valid
	MP3	0.737	0.000	Valid
	MP4	0.618	0.000	Valid
	MP5	0.664	0.000	Valid
	MP6	0.662	0.000	Valid
Pengaruh Sosial	PS1	0.554	0.000	Valid
	PS2	0.670	0.000	Valid
	PS3	0.622	0.000	Valid
	PS4	0.610	0.000	Valid
	PS5	0.670	0.000	Valid
	PS6	0.722	0.000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap 120 responden, diperoleh bahwa 42 item pernyataan dari enam variabel penelitian dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan oleh nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,1779).

4.1.2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas mengukur sejauh mana kuesioner menghasilkan hasil yang konsisten sebagai indikator variabel atau konstruk tertentu. Suatu instrumen dianggap reliabel jika respons responden konsisten dan stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2021). Suatu konstruk atau variabel dianggap reliabel jika *Cronbach Alpha*-nya lebih besar dari 0,70.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan	8	0.810	Reliabel
Persepsi Manfaat	6	0.744	Reliabel
Kepercayaan	8	0.884	Reliabel

Keamanan	8	0.868	Reliabel
Minat Penggunaan	6	0.760	Reliabel
Pengaruh Sosial	6	0.713	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan untuk 42 item dengan 120 responden, semua item untuk setiap variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan reliabel dan konsisten dalam mengukur setiap variabel.

4.2. Uji Asumsi Klasik

4.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan apakah residual pada model regresi mengikuti distribusi normal. Pada penelitian ini digunakan metode Kolmogorov-Smirnov *Exact Test* dengan cara membandingkan distribusi data sampel terhadap distribusi normal. Residual dinyatakan berdistribusi normal apabila diperoleh nilai *p-value* > 0,05.

Persamaan 1

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Persamaan 1

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		102
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.03726219
Most Extreme Differences	Absolute	.098
	Positive	.036
	Negative	-.098
Test Statistic		.098
Asymp. Sig. (2-tailed)		.018 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.267
Point Probability		.000

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS (2022)

Persamaan 2

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Persamaan 2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		102
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.20196308
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.033
	Negative	-.050
Test Statistic		.050
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Exact Sig. (2-tailed)	.948
Point Probability	.000

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS (2022)

Kedua nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual pada kedua model regresi berdistribusi normal. Dengan demikian, kedua model telah memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

4.2.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan memastikan tidak ada kolerasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Uji ini dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Tidak terjadi multikolinearitas jika nilai *Tolerance* > 0,10 dan VIF < 10 (Paramita et al., 2021:85).

Persamaan 1

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.700	1.111		1.530	.129		
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	.254	.053	.343	4.776	.000	.316	3.161
	Persepsi Manfaat	.537	.073	.547	7.321	.000	.293	3.414
	Kepercayaan	.069	.038	.134	1.802	.075	.297	3.372
	Keamanan	-.022	.046	-.037	-.483	.631	.274	3.648

a. Dependent Variable: Pengaruh Sosial

Gambar 2. Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan 1
Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS (2022)

Persamaan 2

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.979	1.310		3.038	.003		
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	.192	.069	.269	2.788	.006	.256	3.905
	Persepsi Manfaat	.137	.106	.144	1.285	.202	.189	5.300
	Kepercayaan	-.005	.045	-.011	-.121	.904	.287	3.485
	Keamanan	.216	.053	.378	4.049	.000	.273	3.657
	Pengaruh Sosial	.190	.118	.197	1.607	.111	.158	6.314

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Gambar 3. Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan 1
Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan hasil uji pada kedua model, nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10 untuk seluruh variabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada kedua persamaan.

4.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians residual antar pengamatan.. Uji ini menggunakan uji Spearman. Jika nilai *p-value* 0,05 maka H ditolak, tidak ada masalah. Jika nilai *p value* 0,05 maka H ditolak, ada masalah.

Persamaan 1

			Correlations				
			Persepsi Kemudahan Penggunaan	Persepsi Manfaat	Kepercayaan	Keamanan	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Persepsi Kemudahan Penggunaan	Correlation Coefficient	1.000	.387**	.302**	.302**	-.039
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.002	.002	.697
		N	102	102	102	102	102
	Persepsi Manfaat	Correlation Coefficient	.387**	1.000	.342**	.436**	-.102
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.308
		N	102	102	102	102	102
	Kepercayaan	Correlation Coefficient	.302**	.342**	1.000	.654**	-.123
		Sig. (2-tailed)	.002	.000	.	.000	.217
		N	102	102	102	102	102
	Keamanan	Correlation Coefficient	.302**	.436**	.654**	1.000	-.069
		Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.	.488
		N	102	102	102	102	102
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.039	-.102	-.123	-.069	1.000
		Sig. (2-tailed)	.697	.308	.217	.488	.
		N	102	102	102	102	102

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan 1
Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS (2022)

Persamaan 2

			Correlations					
			Persepsi Kemudahan Penggunaan	Persepsi Manfaat	Kepercayaan	Keamanan	Pengaruh Sosial	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Persepsi Kemudahan Penggunaan	Correlation Coefficient	1.000	.387**	.302**	.302**	.531**	.025
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.002	.002	.000	.806
		N	102	102	102	102	102	102
	Persepsi Manfaat	Correlation Coefficient	.387**	1.000	.342**	.436**	.553**	.029
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.000	.773
		N	102	102	102	102	102	102
	Kepercayaan	Correlation Coefficient	.302**	.342**	1.000	.654**	.277**	-.037
		Sig. (2-tailed)	.002	.000	.	.000	.005	.711
		N	102	102	102	102	102	102
	Keamanan	Correlation Coefficient	.302**	.436**	.654**	1.000	.315**	-.130
		Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.	.001	.192
		N	102	102	102	102	102	102
	Pengaruh Sosial	Correlation Coefficient	.531**	.553**	.277**	.315**	1.000	-.001
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005	.001	.	.989
		N	102	102	102	102	102	102
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.025	.029	-.037	-.130	-.001	1.000
		Sig. (2-tailed)	.806	.773	.711	.192	.989	.
		N	102	102	102	102	102	102

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan 2
Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS (2022)

Hasil uji menunjukkan bahwa seluruh nilai signifikansi $> 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada kedua model regresi.

4.3. Analisis Regresi Linier Berganda

4.3.1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang dinyatakan dalam bentuk persentase. Nilai R^2 diperoleh dengan mengkuadratkan koefisien korelasi. Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen hanya mampu menjelaskan sebagian kecil variasi variabel dependen, sedangkan nilai R^2 yang mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel independen mampu menjelaskan hampir seluruh variasi variabel dependen.

Persamaan 1**Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan 1**

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.917 ^a	.842	.835	1.058

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS (2022)

Tingginya nilai R^2 ini menunjukkan bahwa model pertama cukup relevan dan kuat secara statistik dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi variabel mediasi. Hanya 15,8% variasi pada Z yang dijelaskan oleh faktor lain di luar persamaan ini (residual/error), yang artinya persamaan telah menangkap sebagian besar determinan penting dari variabel mediasi.

Persamaan 2**Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan 2**

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.875 ^a	.765	.756	1.243

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS (2022)

Pada model kedua, diperoleh nilai R^2 sebesar 0,771, yang berarti bahwa 77,1% variasi pada variabel dependen (Y) dapat dijelaskan oleh kelima variabel bebas, yaitu X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , dan variabel mediasi Z. Ini menunjukkan bahwa model kedua juga memiliki kemampuan prediksi yang tinggi, meskipun sedikit lebih rendah dibandingkan persamaan 1.

4.4. Uji Hipotesis**4.4.1. Uji F**

Uji F adalah pengujian semua variabel independen terhadap dependen variabelnya. Seringkali disebut sebagai uji simultan bertujuan untuk menentukan variabel independen secara bersama-sama memengaruhi secara signifikan terhadap dependen. Uji F membantu peneliti untuk mengevaluasi keberhasilan model regresi dan relevansi beberapa variabel independen. Jika nilai signifikansi dari uji $F < 0,05$ maka tidak ada satu variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen.

Persamaan 1**Tabel 5. Hasil Uji F Persamaan 1**

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	577.499	4	144.375	128.874	.000 ^b
	Residual	108.667	97	1.120		
	Total	686.167	101			

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS (2022)

Hasil uji F pada persamaan 1 menunjukkan nilai F hitung sebesar 128,874 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa keempat variabel independen (X_1 – X_4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel mediasi (Z). Hal ini menunjukkan bahwa

model regresi yang digunakan pada persamaan 1 layak secara statistik untuk menjelaskan variasi pada variabel mediasi.

Persamaan 2

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan 2

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	492.397	5	98.479	64.791	.000 ^b
	Residual	145.916	96	1.520		
	Total	638.314	101			

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS (2022)

Pada persamaan 2, diperoleh nilai F hitung sebesar 64,791 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi yang jauh di bawah 0,05 menunjukkan bahwa variabel-variabel X_1 hingga X_4 serta variabel mediasi Z secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Ini menandakan bahwa model regresi pada persamaan 2 juga layak digunakan dalam menjelaskan variabel dependen secara bersama-sama.

4.4.2. Uji t

Uji t adalah uji yang dilakukan pada masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya. Uji ini sering disebut uji parsial. Uji t digunakan untuk menguji H_0 untuk masing-masing variabel dan bertujuan untuk menunjukkan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini membantu peneliti dalam mengambil keputusan berdasarkan data sampel, dengan mempertimbangkan variabilitas data dan ukuran sampel. Uji ini menguji hubungan antara variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kepercayaan, dan keamanan terhadap minat untuk menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis bank digital.

Persamaan 1

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.700	1.111		1.530	.129		
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	.254	.053	.343	4.776	.000	.316	3.161
	Persepsi Manfaat	.537	.073	.547	7.321	.000	.293	3.414
	Kepercayaan	.069	.038	.134	1.802	.075	.297	3.372
	Keamanan	-.022	.046	-.037	-.483	.631	.274	3.648

a. Dependent Variable: Pengaruh Sosial

Gambar 5. Hasil Uji t Persamaan 1

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga berpengaruh signifikan terhadap pengaruh sosial. Hal yang sama juga ditunjukkan oleh persepsi manfaat dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, sehingga variabel ini berpengaruh signifikan terhadap pengaruh sosial. Sebaliknya, variabel kepercayaan dengan nilai signifikansi 0,075 yang lebih besar dari 0,05 tidak berpengaruh signifikan, demikian pula dengan variabel keamanan yang memiliki nilai signifikansi sebesar 0,631 dan dinyatakan tidak berpengaruh signifikan.

Persamaan 2

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.979	1.310		3.038	.003		
Persepsi Kemudahan Penggunaan	.192	.069	.269	2.788	.006	.256	3.905
Persepsi Manfaat	.137	.106	.144	1.285	.202	.189	5.300
Kepercayaan	-.005	.045	-.011	-.121	.904	.287	3.485
Keamanan	.216	.053	.378	4.049	.000	.273	3.657
Pengaruh Sosial	.190	.118	.197	1.607	.111	.158	6.314

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Gambar 6. Hasil Uji t Persamaan 1
Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,006 sehingga berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Sebaliknya, persepsi manfaat dengan nilai signifikansi 0,202 tidak berpengaruh signifikan, demikian pula kepercayaan yang memiliki nilai signifikansi 0,904. Sementara itu, variabel keamanan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Adapun pengaruh sosial sebagai variabel mediasi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,111 sehingga tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Minat Penggunaan.

4.5. Uji Sobel

Uji mediasi merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel mediasi benar-benar berperan dalam menjembatani hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Pada penelitian ini, uji sobel dilakukan dengan menggunakan kalkulator sobel. Berdasarkan hasil uji Sobel, diketahui bahwa nilai Z sobel masing-masing lebih kecil dari 1.96, serta nilai *p-value* (baik 1-tailed maupun 2-tailed) yang berada di atas tingkat signifikansi 0.05. Dengan demikian, meskipun persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kepercayaan, dan keamanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap pengaruh sosial dan minat penggunaan, namun pengaruh sosial tidak memediasi hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kepercayaan, dan keamanan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis bank digital terhadap generasi Z di Surabaya.

4.6. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan

Hasil uji t menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan (Y) dengan nilai signifikansi $0,006 < 0,05$. Artinya, semakin mudah sistem digunakan, semakin tinggi pula minat mahasiswa akuntansi generasi Z di Surabaya untuk menggunakannya. Dengan demikian, H_1 diterima. Temuan ini mendukung penelitian Budiastuti dan Muid (2020) yang juga menemukan pengaruh positif kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan sistem digital.

4.7. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan

Persepsi Manfaat (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan dengan nilai signifikansi $0,202 > 0,05$, sehingga H_2 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan dari sistem belum cukup mendorong minat penggunaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Singgih & Yoseva (2021) serta Budiastuti & Muid (2020) yang menyimpulkan bahwa persepsi manfaat tidak selalu memengaruhi minat penggunaan layanan digital.

4.8. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan

Kepercayaan (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan dengan nilai signifikansi $0,904 > 0,05$, sehingga H_3 ditolak. Artinya, faktor kepercayaan belum menjadi pertimbangan utama mahasiswa

generasi Z dalam menggunakan sistem bank digital. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rahmawati, Darmayanti, dan Dientri (2022) yang menunjukkan bahwa kepercayaan tidak memengaruhi minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.

4.9. Pengaruh Keamanan terhadap Minat Pnggunaan

Keamanan (X_4) berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_4 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi keamanan, semakin besar minat mahasiswa untuk menggunakan sistem bank digital. Hasil ini mendukung penelitian Nabila dan Siregar (2024) yang menekankan pentingnya keamanan dalam membentuk minat penggunaan layanan digital.

4.10. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Pengaruh Sosial

Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Pengaruh Sosial dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_5 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa sistem yang mudah dipelajari, dipahami, dan digunakan mendorong mahasiswa untuk berbagi pengalaman positif kepada orang lain. Sejalan dengan *Diffusion of Innovation Theory* pada penelitian Suryafma (2023) dimana jika *complexity* atau tingkat kesulitan penggunaan teknologi rendah, maka seseorang cenderung merekomendasikan teknologi tersebut.

4.11. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Pengaruh Sosial

Persepsi Manfaat (X_2) juga berpengaruh signifikan terhadap Pengaruh Sosial dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_6 diterima. Artinya, semakin besar manfaat yang dirasakan dari sistem bank digital, semakin kuat pula dorongan mahasiswa untuk memengaruhi orang lain agar turut menggunakannya. Hal ini selaras dengan teori TAM dan UTAUT yang menekankan pentingnya persepsi manfaat dalam memengaruhi perilaku adopsi teknologi. Hasil ini selaras dengan yang dinyatakan oleh Haverila (2023) dalam penelitiannya yang menemukan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap pengaruh sosial.

4.12. Pengaruh Kepercayaan terhadap Pengaruh Sosial

Kepercayaan (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengaruh Sosial dengan nilai signifikansi $0,075 > 0,05$, sehingga H_7 ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa kepercayaan mahasiswa terhadap sistem bersifat personal dan belum cukup kuat untuk mendorong pengaruh sosial. Temuan ini konsisten dengan perspektif *Trust Theory* pada penelitian Ananda (2017) yang menjelaskan bahwa kepercayaan lebih berdampak langsung pada keputusan individu dibandingkan memengaruhi perilaku sosial.

4.13. Pengaruh Keamanan terhadap Pengaruh Sosial

Keamanan (X_4) tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengaruh Sosial dengan nilai signifikansi $0,631 > 0,05$, sehingga H_8 ditolak. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun keamanan penting secara pribadi, faktor ini tidak menjadi alasan yang dominan untuk dibagikan kepada orang lain. Hasil ini sejalan dengan penelitian Efriento & Tresnawaty (2021) yang menyatakan bahwa aspek keamanan lebih sering dianggap sebagai faktor dasar. Artinya, keamanan bukan faktor yang cocok sebagai pendorong sosial dalam penyebaran inovasi.

4.14. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Pnggunaan melalui Pengaruh Sosial

Pengaruh Sosial tidak memediasi hubungan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan dengan nilai p $0,121 > 0,05$, sehingga H_9 ditolak. Artinya, meskipun responden merasa aplikasi mudah digunakan, dorongan atau pengaruh dari lingkungan sosial tidak berperan signifikan dalam memperkuat niat mereka untuk menggunakan aplikasi. Temuan ini konsisten dengan penelitian Effendy et al., (2020) yang menemukan bahwa pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan secara langsung.

4.15. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Pnggunaan melalui Pengaruh Sosial

Pengaruh Sosial juga tidak memediasi hubungan Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan dengan nilai p $0,110 > 0,05$, sehingga H_{10} ditolak. Dengan demikian, manfaat yang dirasakan pengguna berdampak langsung pada minat tanpa melalui mekanisme sosial. Berbeda dengan penelitian Fauziah et al., (2021) yang menemukan bahwa pengaruh sosial secara langsung berpengaruh terhadap minat penggunaan,

temuan ini sejalan dengan penelitian Effendy et al., (2020) yang menyatakan bahwa pengaruh sosial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.

4.16. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan melalui Pengaruh Sosial

Pengaruh Sosial tidak memediasi hubungan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan dengan nilai $p = 0,224 > 0,05$, sehingga H_{11} ditolak. Temuan ini menegaskan bahwa kepercayaan mahasiswa terhadap sistem bank digital berpengaruh secara individual, namun tidak memperkuat minat melalui perantara sosial. Hal ini mendukung pandangan *Trust Transfer Theory* yang menyebutkan bahwa kepercayaan lebih berorientasi pada hubungan langsung antara pengguna dan sistem. Tidak sejalan dengan penelitian Evelyn et al., (2021) yang menyatakan pengaruh sosial berpengaruh secara langsung tetapi tidak signifikan terhadap minat penggunaan, penelitian ini sejalan dengan penelitian Effendy et al., (2020), yang menemukan bahwa pengaruh sosial tidak berdampak signifikan terhadap minat penggunaan.

4.17. Pengaruh Keamanan terhadap Minat Penggunaan melalui Pengaruh Sosial

Pengaruh Sosial tidak memediasi hubungan Keamanan terhadap Minat Penggunaan dengan nilai $p = 0,646 > 0,05$, sehingga H_{12} ditolak. Artinya, meskipun keamanan terbukti memengaruhi minat secara langsung, aspek ini tidak diperkuat oleh dorongan sosial. Hal ini selaras dengan *Social Influence Theory* yang menyatakan bahwa faktor sosial lebih dominan pada aspek kemudahan dan manfaat dibanding pada keamanan. Hasil ini mendukung penelitian Effendy et al., (2020), yang menemukan bahwa pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.

4.18. Implikasi Praktis

Bagi Industri Perbankan Digital

1. Bank digital perlu merancang aplikasi dengan tampilan sederhana, navigasi intuitif, dan proses transaksi yang cepat agar meningkatkan minat generasi Z yang cenderung mengutamakan kepraktisan.
2. Karena keamanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat, bank digital harus meningkatkan sistem enkripsi, autentikasi ganda, serta edukasi keamanan bagi pengguna agar tercipta rasa aman dan kepercayaan.
3. Walaupun persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan dalam penelitian ini, bank digital dapat mengedukasi pengguna mengenai fitur-fitur yang benar-benar membantu efisiensi keuangan sehari-hari (misalnya *budgeting tools*, laporan keuangan otomatis).
4. Generasi Z mudah membagikan pengalaman di media sosial. Bank digital bisa memanfaatkan hal ini dengan memberikan reward atau program referral berbasis sharing pengalaman, agar tercipta efek word-of-mouth digital.

Bagi Lembaga Pendidikan dan Akademisi

1. Perguruan tinggi dapat menambahkan materi tentang sistem informasi akuntansi digital, digital banking, dan keamanan siber untuk mempersiapkan mahasiswa menghadapi transformasi industri 4.0.
2. Akademisi perlu mengajarkan mahasiswa cara mengelola risiko dan menjaga keamanan data dalam penggunaan layanan digital banking.
3. Peneliti dapat mengkaji faktor lain di luar TAM dan UTAUT, misalnya literasi digital, faktor emosional (*trust*, *perceived risk*), atau pengalaman pengguna, untuk melengkapi kajian akademis tentang adopsi bank digital.
4. Lembaga pendidikan bisa bekerja sama dengan bank digital dalam bentuk seminar, kuliah tamu, atau magang agar mahasiswa memperoleh pengalaman praktis langsung terkait penerapan sistem informasi akuntansi berbasis bank digital.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan keamanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis bank digital pada mahasiswa akuntansi generasi Z di Surabaya, sedangkan persepsi manfaat dan kepercayaan tidak menunjukkan pengaruh yang berarti. Di sisi lain, persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat berpengaruh signifikan terhadap pengaruh sosial, sementara kepercayaan dan keamanan tidak berpengaruh. Hasil uji Sobel juga menunjukkan bahwa pengaruh sosial tidak memediasi hubungan antara persepsi individu dengan minat penggunaan. Secara simultan, seluruh variabel independen terbukti berkontribusi signifikan baik terhadap pengaruh sosial maupun minat penggunaan. Hal ini menegaskan bahwa faktor kemudahan penggunaan dan keamanan menjadi pendorong utama minat mahasiswa dalam memanfaatkan bank digital, sedangkan pengaruh sosial tidak berperan sebagai mediator yang efektif.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan adanya perluasan objek penelitian ke jurusan, institusi, atau wilayah lain agar hasil lebih representatif. Selain itu, pendekatan *mixed methods* seperti wawancara atau FGD dapat digunakan untuk menggali alasan mengapa persepsi manfaat dan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan. Penelitian mendatang juga dapat mempertimbangkan variabel mediasi atau moderasi lain, seperti pengalaman penggunaan teknologi, literasi digital, maupun faktor emosional, yang mungkin lebih sesuai dengan karakteristik generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. P. Sari, C. Lutfia, dan P. N. Soemarsono, “Pengelolaan Keuangan Bumdes Di Era Digital Melalui Manajemen Sumber Daya Manusia,” *JEMB-Jurnal Ekon. ...*, vol. 2, no. 1, hal. 18–35, 2023.
- [2] S. Cuellar, S. Grisales, dan D. I. Castaneda, “Constructing tomorrow: A multifaceted exploration of Industry 4.0 scientific, patents, and market trend,” *Autom. Constr.*, vol. 156, 2023, doi: 10.1016/j.autcon.2023.105113.
- [3] D. R. P dan H. Fitri, *Bangkitnya Era Bank Digital Di Indonesia : Prospek Dan Tantangan*, vol. 01. Pusat Kajian Anggaran, Badan Keahlian DPR RI, 2021. [Daring]. Tersedia pada: <https://berkas.dpr.go.id/pa3kn/analisis-tematik-apbn/public-file/bib-public-46.pdf>
- [4] D. Kemenkeu, “ODADING Seri Keuangan Digital Part III,” *Digit. Bank.*, no. February, 2022, [Daring]. Tersedia pada: <https://djpb.kemenkeu.go.id/direktorat/pkn/id/odading/2919-digital-banking.html>
- [5] S. Klaudia dan Muniroh, “Integrasi digitalisasi keuangan dalam meningkatkan efisiensi operasional perusahaan,” *J. Penelit. Manaj. Terap.*, vol. 9, no. 2, hal. 224–232, 2024, [Daring]. Tersedia pada: <https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/907>
- [6] T. Fanshurna, I. L. Warda, R. Damayanti, dan C. P. Aprilia, “Implementasi Sistem Akuntansi Accurate Untuk Meningkatkan Efisiensi Keuangan Di CV Sakti Abadi Jaya,” *J. Penelit. Nusant.*, vol. 1, no. 2, hal. 71–79, 2025, doi: 10.59435/menulis.v1i2.25.
- [7] S. E. Firdaus, S. Hidayah, dan H. Putro, “Implementasi Teknologi untuk Penguatan Keamanan Data Pribadi Nasabah,” *J. Ilm. Nusant.*, vol. 2, no. 1, hal. 1–11, 2025, doi: 10.61722/jinu.v2i1.3075.
- [8] B. B. O. S. Report, “Banking Attitudes, Generation-by-Generation,” 2021. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.bai.org/wp-content/uploads/2021/04/banking-attitudes-generation-by-generation.pdf>
- [9] A. D. P. Budiastuti dan D. Muid, “Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-commerce pada Aplikasi Shopee dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM),” *Diponegoro J. Account.*, vol. 9, no. 4, hal. 1–10, 2020, [Daring]. Tersedia pada: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/29074>
- [10] Z. Y. Pamungkas dan A. Sudiarno, “Implementasi Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) untuk Menganalisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi BRImo,” Institut Teknologo Sepuluh Nopember, 2022. doi: 10.25126/jtiik.2022936047.
- [11] N. Hamamah, “Surabaya, Kota Metropolitan Terbesar Kedua di Indonesia,” Good News From Indonesia. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2023/11/04/surabaya-kota-metropolitan-terbesar-kedua-di-indonesia>
- [12] “Kota Pahlawan: Seribu Keunggulan, Kota Para Pejuang!,” Telkom University. [Daring]. Tersedia pada: <https://smb.telkomuniversity.ac.id/cerita-telutizen/kota-pahlawan-seribu-keunggulan-kota-para-pejuang/#:~:text=1.,akademik maupun kegiatan non-akademik>
- [13] Hantono, W. Tjong, dan Jony, “Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Intention To Use Dengan Kinerja Sebagai Variabel Moderasi Dalam Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi,” *Own. Ris. J. Akunt.*, vol. 7, no. 2, 2023, doi: 10.33395/owner.v7i2.1583.
- [14] D. A. Pratama, “PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP NIAT BELI PELANGGAN MELALUI SIKAP PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI PADA TOKOPEDIA.COM,” *AGORA*, vol. 8, no. 1, 2020, doi: 10.1287/mnsc.46.2.186.11926.
- [15] Y. A. Natanael, T. Pertiwi, S. Hasrul, dan E. Jamaris, “Dampak Digitalisasi Profesi Akuntansi: Tantangan dan Peluang bagi Akuntan Masa Depan,” *Mandiri J. Akunt. dan Keuang.*, vol. 3, no. 1, 2025, [Daring]. Tersedia pada: <https://jurnal.risetilmiah.ac.id/index.php/jak%0D>
- [16] A. Anataya, A. Fizal, R. A. Bakri, S. Amanda, dan N. Hidayah, “DIGITAL BANKING: PERMUDAH AKSES LAYANAN PERBANKAN DI MASA PANDEMI,” *J. Ilmu Manajemen, Bisnis dan Ekon.*, vol. 1, no. 1, 2023.

Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sia Berbasis Bank Digital Pada Mahasiswa Akuntansi Generasi Z di Surabaya Dengan Pengaruh Sosial Sebagai Variabel Mediasi (Annisa Ayu Ramadhiani)

- [17] E. F. Harahap, I. G. A. P. Arimbawa, N. L. K. A. S. Sucandrawati, T. W. Nurdiani, dan S. P. Anantadjaya, "Digital bank transformation: A content analysis of SEABank," *J. Komun. Prof.*, vol. 7, no. 3, hal. 383–395, 2023, doi: 10.25139/jkp.v7i3.6363.
- [18] M. B. Romney dan P. J. Steinbart, *Accounting Information Systems*, 14 ed. New York : Pearson Education, 2018.
- [19] R. Septiawati, D. Astriani, dan Kiryanto, "Dampak Moderasi Locus of Control terhadap Efektivitas Sistem Informasi Keuangan pada Kantor Kecamatan di Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah," *J. Akunt.*, vol. 17, no. 1, 2021.
- [20] S. D. O. Sakti dan Dwihanus, "Peran Sistem Informasi Akutansi (SIA) dalam Informasi Digital E-Commerce," *Jumek J. Manaj. dan Ekon. Kreat.*, vol. 1, no. 1, hal. 197–211, 2023.
- [21] L. G. Schiffman, L. L. Kanuk, dan H. Hansen, *Consumer Behaviour: A European Outlook*, 2 ed. USA: Prentice Hall, 2012.
- [22] S. Jumaili, "Kepercayaan Terhadap Teknologi Sistem Informasi Baru Dalam Evaluasi Kinerja Individual," *Simp. Natl. Akunt. VIII*, 2005.
- [23] N. S. W. I Gusti, C. A. P. Ni Wayan, M. Ni Nyoman, dan D. Y. I Gede, "Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Persepsi Risiko, Kepercayaan Pelanggan, Dan Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia," *E-Jurnal Manaj.*, vol. 11, no. 1, hal. 107–15, 2022, [Daring]. Tersedia pada: <https://media.neliti.com/media/publications/401979-pengaruh-electronic-word-of-mouth-e-wom-a9349660.pdf>
- [24] K. C. Laudon dan J. P. Laudon, *Management information Systems: Managing the Digital Firm*, 16 ed. Inggris: Pearson Education Limited, 2020.
- [25] Y. H. Lokapala, F. J. Nurfauzi, dan Y. Widowaty, "Aspek Yuridis Kejahatan Phishing dalam Ketentuan Hukum di Indonesia," *Indones. J. Crim. Law Criminol.*, vol. 5, no. 1, 2024, doi: 10.18196/ijclc.v5i1.19853.
- [26] M. K. Utami, "Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Payment Linkaja Dengan Kemudahan Sebagai Variable Mediasi (Studi pada Mahasiswa di Yogyakarta)," *J. Ilm. Manaj. Kesatuan*, vol. 9, no. 2, 2021.
- [27] I. Ajzen, *Attitudes, Personality and Behaviour*, 2 ed. UK: McGraw-Hill Education, 2005.
- [28] P. Simanihuruk, "PENGARUH SIKAP, NORMA SUBYEKTIF DAN KONTROL PERILAKU YANG DIRASAKAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA DENGAN PENDEKATAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas SU)," *J. Manaj. DAN BISNIS*, vol. 20, no. 1, 2020.
- [29] N. Zahira dan M. I. P. Nasution, "PERBANDINGAN PERILAKU MANAJEMEN INFORMASI GENERASI Z DAN MILLENNIALS DI ERA DIGITAL," *J. Rumpun Manaj. dan Ekon.*, vol. 2, no. 1, hal. 51–59, 2025, doi: 10.61722/jrme.v2i1.3261.
- [30] E. Permana, D. S. Cahyani, F. Wijayanti, dan Syamsurizal, "Analisis Kepuasan Generasi Z Terhadap Layanan E-Commerce," *J. Ilm. Ekon. Akuntansi, dan Pajak*, vol. 1, no. 2, hal. 337–355, 2024, doi: 10.61132/jieap.v1i2.312.
- [31] V. Venkatesh, M. G. Morris, G. B. Davis, dan F. D. Davis, "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View," *MIS Q.*, vol. 27, no. 3, hal. 425–478, 2003, doi: 10.2307/30036540.
- [32] H. A. Herdadi, "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN E-WALLET PADA GENERASI Z," UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA, 2022.
- [33] R. Zulfikar *et al.*, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF (Teori, Metode dan Praktik)*. Kabupaten Bandung: Bandung: Widina Media Utama, 2024.
- [34] I. Ghazali, *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021.
- [35] R. W. D. Paramita, N. Rizal, dan R. B. Sulistyan, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*, 3 ed., vol. 136, no. 1. Lumajang: WIDYA GAMA PRESS, 2021.
- [36] K. J. Singgih dan Y. M. P.S., "Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Minat Penggunaan E-Payment Sebagai Alat Pembayaran Pada Dapur Nusantara," *PERFORMA J. Manaj. dan Start-Up Bisnis*, vol. 6, no. 6, 2021, doi: 10.37715/jp.v6i6.2026.
- [37] D. P. Rahmawati, N. Darmayanti, dan A. M. Dientri, "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS E-COMMERCE DI MASA PANDEMI COVID-19," *J. Anal. Akunt. dan Perpajak.*, vol. 6, no. 1, hal. 33–42, 2022, [Daring]. Tersedia pada: <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/4345/2097>

- [38] A. Nabila dan P. A. Siregar, "Pengaruh Efisiensi dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking pada Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Syariah Katamsso Medan," *El-Mal J. Kaji. Ekon. Bisnis Islam*, vol. 5, no. 8, 2024, doi: 10.47467/elmal.v5i8.2265.
- [39] G. Efianto and N. Tresnawaty, "Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan dan Pengalaman Terhadap Penggunaan Fintech di Kalangan Masyarakat Kabupaten Tangerang Banten," *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Ekonomi*, vol. 6, no. 1, pp. 53–60, Feb. 2021.
- [40] Y. Suryafma, A. D. Haryadi, and Z. Afni, "Penerapan Innovation Diffusion Theory terhadap Niat Mengadopsi Fintech Peer to Peer Lending," *Jurnal Akuntansi, Bisnis dan Ekonomi Indonesia (JABEI)*, vol. 2, no. 1, pp. 1–12, 2023.
- [41] L. D. Ananda, "Dinamika Trust pada Pemasaran Online di Media Sosial," *Jurnal Komunikasi Indonesia*, vol. 6, no. 1, pp. 14–27, Apr. 2017, doi: 10.7454/jki.v6i1.8625.
- [42] S. A. Fauziah and S. Ashfiasari, "Pengaruh Social Influence dan Self-efficacy Terhadap Intention to Use Mobile Payment System Pada Pengguna E-wallet," *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS)*, vol. 1, no. 4, pp. 307–317, Aug. 2021.
- [43] F. Effendy, R. Hurriyati, and H. Hendrayati, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Social Influence: Intention to Use e-Wallet," *Proc. 5th Global Conf. Bus., Manag. Entrepreneurship (GCBME 2020)*, vol. 187, pp. 311–318, 2021, doi: 10.2991/aebmr.k.210831.046.
- [44] M. J. Haverila, C. McLaughlin, and K. Haverila, "The impact of social influence on perceived usefulness and behavioral intentions in the usage of non-pharmaceutical interventions (NPIs)," *Int. J. Healthc. Manag.*, vol. 16, no. 1, pp. 145–156, 2023, doi: 10.1080/20479700.2022.2082635.
- [45] N. Husnaningtyas, "Banking Digitalization on Bank Performance: A Systematic Review and Bibliometric Analysis," *J. Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, vol. 1, no. 4, pp. 01–14, 2025, doi: 10.56858/jmpkn.v1i4.731.
- [46] F. Evelyn, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Digital Banking Dengan Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) Pada PT. Bank Mandiri Cabang Kebumen," *J. Bisnis Manajemen dan Akuntansi (JBMA)*, vol. VIII, no. 2, pp. 152–157, Sep. 2021.
- [47] A. Ahdiat, "Transaksi Digital Banking Capai Rp5,1 Kuadriliun pada Agustus 2023," *Katadata*, Oct. 26, 2023. [Online]. Available: <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/ae217ecf13a93fa/transaksi-digital-banking-capai-rp51-kuadriliun-pada-agustus-2023>
- [48] A. Y. Alghifari and T. S. M. Rahayu, "Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Shopee: Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto," *Derivatif: Jurnal Manajemen*, vol. 15, no. 2, pp. 223–236, Nov. 2021.
- [49] Z. Y. Pamungkas, *Implementasi Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) untuk Menganalisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi BRImo*. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh Nopember, 2022.
- [50] R. Agustina, R. Gustiana, and M. R. Budiman, "Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan dan Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet Go-Pay pada Masyarakat di Kecamatan Alalak Kabupaten Barito Kuala," *Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 15, no. 1, pp. 200–207, Mar. 2022.