

## INTISARI

Perbankan konvensional yang mengandalkan transaksi fisik di kantor cabang kini semakin beralih ke model digital yang lebih efisien, dipicu oleh kebutuhan untuk meningkatkan layanan nasabah dan efisiensi operasional. Inovasi *mobile banking* menjadi signifikan dalam menghadirkan transaksi keuangan yang dapat diakses melalui *smartphone*. Dengan demikian, adopsi *mobile banking* di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang pesat, termasuk di kalangan Generasi Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah Generasi Z di Yogyakarta yang memiliki Kartu Tanda Penduduk dan dapat menggunakan *mobile banking*. Teknik non-probability sampling diterapkan dengan jumlah sampel 100 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik, serta pengujian hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi digital, pemahaman fitur *mobile banking*, dan persepsi keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness* (PU) dan *perceived ease of use* (PEOU). PU dan PEOU kemudian berpengaruh positif terhadap sikap menggunakan, niat menggunakan, dan penggunaan aktual *mobile banking*. Penelitian ini mengkonfirmasi bahwa faktor-faktor seperti literasi digital, pemahaman fitur, dan persepsi keamanan berperan penting dalam meningkatkan adopsi *mobile banking* di kalangan Generasi Z di Yogyakarta. Implementasi yang efektif dari teknologi ini dapat meningkatkan kenyamanan dan kemudahan penggunaan bagi nasabah.

**Kata Kunci:** *Mobile Banking*, Generasi Z, *Technology Acceptance Model*, Literasi Digital, Persepsi Keamanan.

## ABSTRACT

*Conventional banking, which relies on physical transactions at branch offices, is increasingly shifting towards a more efficient digital model, driven by the need to enhance customer service and operational efficiency. Mobile banking innovation has become significant in providing financial transactions accessible through smartphones. Consequently, the adoption of mobile banking in Indonesia, including among Generation Z, is experiencing rapid growth. This study employs a quantitative approach with a survey method. The research population comprises Generation Z in Yogyakarta who have an Identity Card and can use mobile banking. Non-probability sampling techniques were applied with a sample size of 100 respondents. Data was collected through questionnaires and analyzed using validity, reliability, and classical assumption tests, as well as hypothesis testing. The analysis results indicate that digital literacy, understanding of mobile banking features, and security perceptions have a significant impact on perceived usefulness (PU) and perceived ease of use (PEOU). PU and PEOU, in turn, positively influence attitude towards use, intention to use, and actual use of mobile banking. This study confirms that factors such as digital literacy, feature understanding, and security perceptions play a crucial role in enhancing mobile banking adoption among Generation Z in Yogyakarta. Effective implementation of this technology can improve comfort and ease of use for customers.*

**Keywords:** Mobile Banking, Generation Z, Technology Acceptance Model, Digital Literacy, Security Perception.