

**INVESTIGASI FAKTOR-FAKTOR PENERIMAAN E-MONEY DENGAN
MENGUNAKAN MOBILE BANKING BANK SYARIAH DI
INDONESIA: PENGEMBANGAN UTAUT 2**



**PROPOSAL SKRIPSI
DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA SEBAGAI
SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA
SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

**Oleh:
ALFIAN NISA SEPTIANI
NIM.17108020075**

**Dosen Pembimbing Skripsi:
IZRA BERAKON, M.Sc.
NIP. 19900927 201801 1 001**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2021**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-506/Un.02/DEB/PP.00.9/06/2021

Tugas Akhir dengan judul : INVESTIGASI FAKTOR-FAKTOR PENERIMAAN E-MONEY DENGAN MENGGUNAKAN MOBILE BANKING BANK SYARIAH DI INDONESIA: PENGEMBANGAN UTAUT 2

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ALFIAN NISA SEPTIANI
Nomor Induk Mahasiswa : 17108020075
Telah diujikan pada : Rabu, 21 April 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Izra Berakon, M.Sc.
SIGNED

Valid ID: 609a27587b02f



Penguji I
Hasan Al Banna, SEI., M.E
SIGNED

Valid ID: 60b6e6b776c0



Penguji II
Dian Nuriyah Solissa, SHI, M.Si
SIGNED

Valid ID: 60b30e20e24d7



Yogyakarta, 21 April 2021
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 60bdc8d1e03f



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Alfian Nisa Septiani

Lamp : 1

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Alfian Nisa Septiani

NIM : 17108020075

Judul Skripsi “Investigasi Faktor-Faktor Penerimaan E-Money dengan Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah di Indonesia: Pengembangan UTAUT 2”

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/ Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi Saudara tersebut di atas dapat segera di munaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 9 April 2021

Pembimbing

Izra Berakon, M.Sc

NIP. 19900927 201801 1 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alfian Nisa Septiani

NIM : 17108020075

Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Investigasi Faktor-Faktor Penerimaan E-Money dengan Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah di Indonesia: Pengembangan UTAUT 2”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan publikasi atau sanduran dari karya orang lain kecuali ada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* dan daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dari karya ini maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi dan digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 09 April 2021

Penyusun



Alfian Nisa Septiani

NIM. 17108020075

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

**SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alfian Nisa Septiani
NIM : 17108020075
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyatakan untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Hak Bebas Royalti Noneksklusif (non-eksklusif royalty free right) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Investigasi Faktor-Faktor Penerimaan E-Money dengan Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah di Indonesia: Pengembangan UTAUT 2”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 09 April 2021

Yang menyatakan



Alfian Nisa Septiani

NIM. 17108020075

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al Insiroh: 6)

“If you want it, you got it. But you got it, work hard it”



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan
Untuk

Bapak, Ibu, dan adek yang selalu senantiasa memberikan semangat dan doa yang tiada henti untuk kesuksesan penulis.

Teman seperjuanganku Novi Krisdayanti, Aulia Septianingrum dan Siti Nur Safitri yang senantiasa mendukung serta menjadi pendengar keluh kesah selama penulis mengerjakan skripsi

Seluruh sahabat dan teman-teman yang telah memberikan dukungan serta semangat sampai saat ini.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor:158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nam a	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba"	B	Be
ت	Ta"	T	Te
ث	Sa"	Ś	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha"	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha"	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Z	Zet
ر	Ra"	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Shad	Sh	Es (dengan titik di bawah)

ض	Dhad	Dh	De (dengan titik di
ط	Tha"	Th	Te (dengan titik di
ظ	Zha"	Zh	Zet (dengan titik di
ع	..ain	..	Koma terbalik di atas
غ	Gain	Gh	Ge dan ha
ف	Fa"	F	Ef
ق	Qaf	O	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Min	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha"	H	Ha
ء	Hamza	..	Apostref
ي	Ya	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

مضاعفة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta"Marbuttah

Semua ta" marbuttah ditulis dengan h, baik berada pada kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandan

“al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
علة	Ditulis	<i>'illah</i>
كريمة الأولياء	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

--- ---	Fathah	Ditulis	A
--- َ---	Kasrah	Ditulis	I
--- ---	Dammah	Ditulis	U
نعل	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذكر	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
ذهب	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	A
جاهلية	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya" mati	Ditulis	A
تانسى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. kasrah + ya" mati	Ditulis	I

كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. dhammah + wawu mati	Ditulis	U

F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya" mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan

Apostof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
شكركم لأن	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif+ Lam

1. Bila diikuti huruf *qamariyyah* maka ditulis menggunakan huruf awal

“al”.

لقرآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
لقراس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* maka ditulis sesuai dengan huruf pertama

Syamsiyyah tersebut.

السماء	Ditulis	<i>As-sama'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي النروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah yang telah melimpahkan rahmat taufik dan hidayahnya sehingga pada akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi atau tugas akhir dengan sebaik-baiknya. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang kita tunggu syafa'atnya di yaumul qiyamah nanti.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, M.A., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag. M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, MM. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Ibu Mun Yah Zahiroh SE., M.B.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing saya dari awal proses perkuliahan hingga akhir masa perkuliahan.
5. Bapak Izra Berakon, M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing, mengarahkan, dan memberikan banyak masukan serta memotivasi saya selama proses penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.
6. Seluruh Dosen Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang

telah memberikan pengetahuan dan wawasan yang luas selama menempuh pendidikan.

7. Seluruh Pegawai dan Staff Tata Usaha Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Seluruh nasabah Bank Syariah yang telah membantu dalam pengisian kuesioner penelitian.
9. Orang tua tercinta Bapak Miskun dan Ibu Sukarmi, dan Adek Ahmad Reiza Fahmi, serta seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan doa dan dukungan.
10. Novi Krisdayanti, Aulia Septianingrum, Siti Nur Safitri yang selalu menemani susah, senang dan selalu memberi motivasi serta dorongan selama masa kuliah.
11. Sahabat-Sahabat tercinta Candrika, Ida, dan Novita yang telah selalu menemani dan berbagi cerita selama masa perkuliahan.
12. Teman-teman KKN UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta KKN dKokap
13. Seluruh teman-teman Perbankan Syariah angkatan 2017, khususnya PS C yang telah bersama-sama menempuh pendidikan.
14. Seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amiin yaa rabbal'alamiin.

Yogyakarta, 09 April 2021

Penyusun

Alfian Nisa Septiani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAK	xx
ABSTRACT	xxi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A Latar Belakang	1
B Rumusan Masalah	10
C Tujuan Penelitian	11
D Manfaat Penelitian	11
E Sistematika Pembahasan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
A Landasan Teori	15
1 Mobile Banking	15
2 UTAUT 2	17
3 Elektronik Money	32
4 Perbankan Syariah	33
B Telaah Pustaka	36
C Pengembangan Hipotesis	42
D Rerangka Teoritis	51
BAB III METODE PENELITIAN	52
A Jenis Penelitian	52
B Populasi dan Sampel	53
1 Populasi	53
2 Sampel	53
C Teknik Pengumpulan Data	54
D Definisi Operasional Variabel	56
E Teknik Analisis Data	62
1 Analisis Partial Least Square	62
2 Interpretasi Model	63
a Model Pengukuran	63
b Model Struktural	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	67
A Gambaran Karakteristik Responden	67

B Hasil Penelitian	69
1 Uji Model Pengukuran	69
a Uji Validitas Diskriminan	69
b Uji Validitas Konvergen	71
c Uji Reliabilitas Konsistensi Internal	77
2 Uji Model Struktural	78
a Uji Kelayakan Model	78
b Uji Hipotesis	80
C Pembahasan	85
BAB V PENUTUP	105
A Kesimpulan	105
B Keterbatasan Penelitian	106
C Implikasi dan saran	106
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	xvi



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah uang elektronik beredar	2
Tabel 2.1 Telaah Penelitian	36
Tabel 3.1 Nilai Skala Likert	56
Tabel 3.2 Indikator Penelitian	58
Tabel 4.1 Informasi Demografi Responden	68
Tabel 4.2 Hasil validitas diskriminan	69
Tabel 4.3 Hasil validitas konvergen	72
Tabel 4.4 Hasil reliabilitas	77
Tabel 4.5 Hasil uji model struktural	79
Tabel 4.6 Uji hipotesis	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Aset, PYD, dan DPK	5
Gambar 2.1 Rerangka Teoritis	51
Gambar 4.1 Model Struktural	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	xxi
Lampiran 2 Jawaban responden	xxvii
Lampiran 3 Output hasil olah data.....	xxxvi
Lampiran 4 Daftar riwayat hidup	xliii



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan niat keberlanjutan menggunakan kembali *mobile banking* dengan mengacu pada UTAUT 2. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian yaitu seluruh nasabah bank syariah yang ada di Indonesia. Pengujian hipotesis yang digunakan adalah metode Structural Equation Modelling (SEM) dengan menggunakan aplikasi WarpPLS 7.0. Sedangkan jumlah sampel yang diambil yaitu sebanyak 120 responden dengan mengacu pada metode *purposive sampling* dengan kriteria pengguna *mobile banking* bank syariah dan *e-money*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social influence*, *hedonic motivation*, *security/privacy*, dan *practicity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*. Selain itu, *trust* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* menggunakan kembali *mobile banking*.

Keyword: UTAUT 2, *Trust*, *Continuance Intention*, *Security/privacy*, *Practicity*, *Mobile banking*

Abstract

The study aims to explain the sustainability intention of reusing mobile banking by referring to UTAUT 2. The research method used is quantitative methods. The population in the study of all customers of islamic banks in Indonesia. Hypothesis testing used is the Structural Equation Modeling (SEM) method using the WarPLS 7.0 application. Meanwhile, the number of samples taken was 120 respondents with reference to the purposive sampling method with the criteria of users of Islamic banking mobile banking and e-money. The technique and data were carried out by distributing questionnaires. The result showed that social influence, hedonic motivation, security/privacy, and practicicity had a positive and significant effect on trust. In addition, trust also has a positive and significant effect on the continuance intention to reuse mobile banking.

Keyword: UTAUT 2, Continuance intention, Trust, Security/privacy, Practicity, Mobile banking



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kegiatan ekonomi dan bisnis semakin menunjukkan perkembangan dari kondisi sebelumnya. Hal ini dilakukan guna memperbaiki produk barang atau jasa dan meningkatkan kualitas layanan serta pengefisienan biaya. Upaya yang dilakukan untuk perbaikan produk dan layanan dalam memanfaatkan teknologi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di masa mendatang (Mustaqim, 2018) Kemajuan teknologi menyebabkan perubahan tatanan lama yang dikenal dengan istilah *disruption*. Disrupsi yang terjadi dalam perekonomian dinilai sebagai perubahan yang mengganggu akibat mengubah kebiasaan terdahulu. Namun, perlu disepakati bahwasanya disrupsi ini membawa dampak positif yaitu upaya inovasi untuk menyempurnakan sistem lama. Inovasi diperlukan oleh perusahaan untuk membuat strategi bisnis baru terutama pada pengembangan cara kerja atau proses (Obal, 2017).

Inovasi diciptakan dengan berorientasi kepada konsumen, karena mereka memiliki ekspektasi yang besar terhadap pelayanan. Oleh karenanya, teknologi informasi berperan penting dalam pengembangan ekonomi digital guna menciptakan perusahaan yang memiliki nilai kompetitif (Borremans *et al.*, 2018). Ekonomi digital menjadi garda terdepan dalam peningkatan efisiensi, dapat dikatakan jika perusahaan memiliki konsumen yang banyak maka semakin mudah untuk menarik

konsumen baru dalam proses produksi. Sehingga dapat memberikan pelayanan lebih baik dengan harga yang sama (Jurayevich & Bulturbayevich, 2020). Perkembangan ekonomi digital ditandai dengan adanya *e-commerce*, *digital banking*, *electronic payment*, dan *internet advertising* (Borremans *et al.*, 2018). Semua kegiatan tersebut tidak lepas dari adanya penggunaan internet dalam pelaksanaannya.

Menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pertumbuhan pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan. Pada tahun 2019, sebanyak 8,9% pengguna internet berkontribusi dalam meningkatkan persebaran penggunaan internet. Berdasarkan data tersebut, pengguna internet menembus hingga 196,71 juta jiwa dari total penduduk Indonesia yang terdapat 266,91 juta jiwa, tahun sebelumnya hanya terdapat 171,17 juta jiwa.¹ Penggunaan internet yang menunjukkan nilai positif memberikan peluang dalam sistem pembayaran.

Table 1.1 Jumlah Uang Elektronik Beredar

Tahun	Jumlah Instrumen
2015	34,314,795
2016	51,204,580
2017	90,003,848
2018	167,205,578
2019	292,299,320

Sumber: (OJK, 2019)

¹ <https://apjii.or.id/survei2019x> diakses pada tanggal 30 Desember pukul 15.30 WIB

Berdasarkan data Bank Indonesia (BI), hingga akhir 2020 terdapat 53 perusahaan yang terdaftar dan mendapatkan izin untuk mengeluarkan produk pembayaran berupa uang elektronik (*e-money*).² *E-money* yang beredar dalam transaksi keuangan pada masyarakat memiliki dua jenis penyimpanan melalui *chip based* maupun *server based*. Penggunaan *e-money* berbasis *server* banyak digunakan akibat kemudahan, keamanan, dan berbagai penawaran promosi daripada *e-money* berbasis *chip*. Hal ini, mendorong masyarakat dalam meningkatkan penggunaan *smartphone* untuk pemenuhan kebutuhan mereka.

Pada tahun 2017, berdasarkan hasil survei Kominfo menunjukkan tingkat kepemilikan media komunikasi yaitu *smartphone* di Indonesia cukup tinggi. Hal ini dibuktikan dengan sebanyak 66,3% masyarakat telah melek akan teknologi. Dapat dilihat jika lebih dari setengah jumlah penduduk yang ada sudah mendapatkan pengetahuan mengenai teknologi yang tersebar luas dalam kalangan masyarakat kota. Hingga tahun 2018 berdasarkan data Emarketer diperkirakan jumlah pengguna *smartphone* akan terus mengalami kenaikan hingga mencapai lebih dari 100 juta orang.³

Perkembangan internet tidak hanya mempengaruhi satu sektor industri, hampir setiap sektor mengalami perubahan tidak terkecuali industri perbankan. Perkembangan perbankan di Indonesia menuju digitalisasi berperan dalam meningkatkan kinerja dengan memperhatikan

² <https://www.bi.go.id/PJSPQRIS/default.aspx> diakses pada tanggal 3 Januari pukul 20.07 WIB

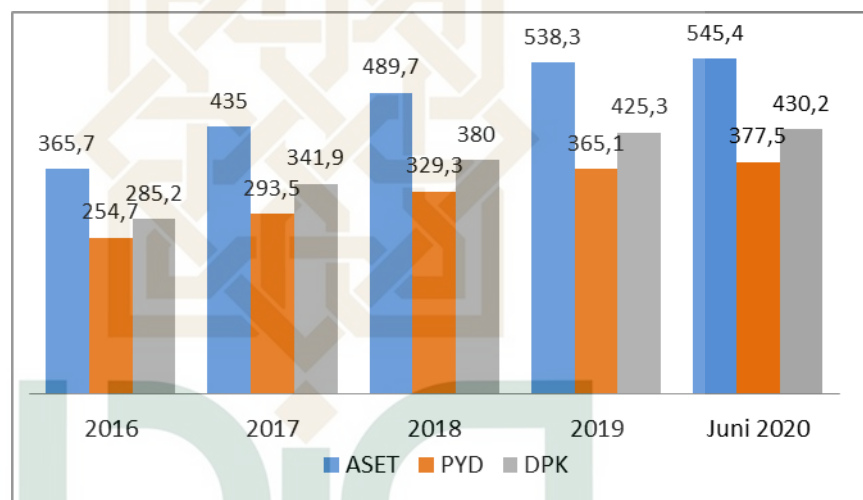
³ https://kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media diakses pada tanggal 6 Januari pukul 12.12 WIB

manfaat yang akan diperoleh oleh bank maupun nasabah (Vebiana, 2018). Sesuai dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum, terdapat kesempatan bagi industri perbankan termasuk perbankan syariah untuk meningkatkan kualitas layanan digital. *Mobile banking* adalah bagian dari aplikasi layanan perbankan yang dapat digunakan nasabah sebagai alat transaksi untuk membantu pemenuhan kebutuhan.

Menurut Riswandi (2005) dalam Ginantra *et al.* (2020) *mobile banking* merupakan hasil inovasi layanan perbankan digital untuk membantu memudahkan kegiatan transaksi bank secara *online* melalui *smartphone*. Penciptaan layanan secara *online* memberikan berbagai manfaat, yaitu: (1) Ekspansi pasar (2) Meminimalisir biaya (3) Mengakses basis pelanggan (4) Saluran komunikasi pelanggan (5) Meningkatkan kualitas pelayanan (6) Memberikan citra baik perusahaan (7) Persaingan yang unggul (8) Sebagai pengetahuan pelanggan. Lu (2001) dalam (Ratminto *et al.*, 2018), melalui *mobile banking* nasabah dapat bertransaksi dengan menggunakan *smartphone* seperti melakukan transfer, informasi saldo pembayaran tagihan telepon, pembelian pulsa, pembayaran tiket pesawat, hingga melakukan *top up e-payment*. Kepuasan masyarakat dalam menggunakan *m-commerce* menjadi bukti munculnya aplikasi *mobile* dalam layanan jasa keuangan (Bharata & Widyaningrum, 2020).

Peningkatan kinerja perbankan syariah dalam menerapkan layanan digital menunjukkan perkembangan positif dalam skala nasional.

Pertumbuhan ini terbukti dengan meningkatnya tiga komponen seperti Aset, Pembiayaan Yang Disalurkan (PYD), dan Dana Pihak Ketiga (DPK) hingga Juni 2020. Sebanyak 7,1 triliun penambahan Aset perbankan syariah menjadi 545,4 triliun, PYD tumbuh dari 365,1 pada tahun 2019 menjadi 377,5 triliun, dan sebesar 8,99% DPK mengalami kenaikan atau setara dengan 4,9 triliun.⁴



Gambar 1.1 Perkembangan Aset, PYD, dan DPK

Sumber: (Snapshot Perbankan Syariah 2020, data diolah)

Pertumbuhan perbankan yang memperlihatkan kurva positif setiap periodenya menjadi bukti bahwa perbankan berhasil memberikan pelayanan dengan kualitas baik melalui inovasi digital (Tunay et al., 2015). Tingginya penggunaan *mobile banking* pada nasabah akan memberikan industri perbankan syariah peluang untuk dapat berkembang. Maka, semakin terbiasa masyarakat memanfaatkan *mobile banking* untuk bertransaksi, semakin besar juga tingkat penggunaan kembali *mobile*

⁴ <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Snapshot-Perbankan-Syariah-Juni-2020.aspx> diakses pada 3 Januari pukul 20.51

banking (Mufingatun et al., 2020). Hal ini dikarenakan inovasi dalam perbankan terutama *mobile banking* terus berkembang begitu pesat akibat munculnya *online shop, e-commerce* (Rachadika et al., 2020) yang berdampak pada penggunaan *e-money* sebagai alat pembayaran. Sejalan dengan pendapat (Jennifer et al., 2017) *mobile banking* menjadi respon perbankan terhadap kenyamanan nasabah, kondisi ekonomi saat ini dan pembentukan kemitraan untuk memodifikasi sistem agar dapat menyediakan layanan digital banking.

Kesempatan kali ini penelitian yang akan dilakukan turut membahas hubungan nasabah dengan lembaga keuangan yaitu bank. Sehingga, terdapat dua sisi dalam melihat perbankan digital melalui niat perilaku pengguna dan perspektif hubungan pemasaran. Hubungan keduanya dapat dilihat melalui kepercayaan (*trust*) nasabah dalam menilai kualitas layanan seluler (*mobile service quality*). Hal ini penting untuk dikaji karena tidak hanya layanan yang diberikan, namun perusahaan juga melihat efek teknologi pada kualitas layanan (Huang et al., 2015). Dalam penelitian Ghobakhloo & Fathi (2019) ditemukan bahwa kepercayaan setelah menggunakan *mobile banking* dipengaruhi oleh kualitas layanan atau *Mobile Service Quality* (MSQ). Kepercayaan inilah yang nantinya akan memberikan niat kelanjutan untuk menggunakan kembali aplikasi *mobile banking* (Shao et al., 2019; Ofori et al., 2017). Sehingga, keberhasilan penyedia layanan secara jelas dapat dilihat dari kualitas layanan yang dirasakan oleh pengguna.

Adanya perubahan kegiatan dari tradisional menuju modern melalui digitalisasi menyebabkan teknologi rentan terhadap sistem keamanan dan *privacy* pengguna. Penelitian yang dilakukan (Shin, 2010) telah memaparkan pentingnya kualitas layanan pada *mobile service* karena konsumen sewaktu-waktu dapat merasakan berbagai masalah terutama *security*. Penelitian sebelumnya juga mencantumkan *security/privacy* dan *practicity* sebagai skala pengukuran kualitas pelayanan (Puriwat & Tripopsakul, 2017). Kemudian, Khasawneh, Hujran & Abdrabbo (2018) dalam konteks *mobile banking* menemukan dampak positif dan signifikan pada *security* serta *privacy* dalam membentuk kepercayaan terhadap layanan tersebut. Selain masalah keamanan pada sistem, *privacy* pengguna juga menjadi salah satu yang perlu diperhatikan. Hal ini didukung oleh penelitian Gumussoy (2016) bahwa *privacy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *trust* pada penggunaan *mobile banking*. Kondisi tersebut menjadi poin penting dalam penelitian ini untuk menambahkan *security/privacy* dan *practicity* sebagai konstruk pembangun dalam memengaruhi kepercayaan terhadap layanan digital *mobile banking*.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menggunakan teknologi, dan banyak peneliti akademisi yang meneliti hal tersebut. Hal ini telah dijelaskan secara rinci oleh Venkatesh *et al.* (2012). Pertama, adanya teori penerimaan teknologi menggunakan (*Theory of Reasoned Action*) atau TRA yang dikembangkan oleh Fishbein Ajzen pada tahun 1975 dan menyatakan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi

oleh niat perilaku, kemudian niat perilaku sendiri dibentuk dengan norma sosial serta sikap individu. Kemudian, Davis (1989) mengembangkan teori (*Technology Acceptance Model*) atau dikenal dengan istilah TAM yang menyatakan bahwa penerimaan dan penggunaan teknologi dipengaruhi oleh kegunaan yang dirasakan, manfaat yang dirasakan dan norma subjektif. Selain itu, Davis *et al.* (1992) menyatakan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh motivasi individu baik secara ekstrinsik maupun instrinsik yang dikenal dengan istilah *Motivation Model* (MM). Selanjutnya, teori-teori tersebut terus mengalami perkembangan dan perbaikan dengan munculnya *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang merupakan pembaharuan dari TRA dengan menambahkan konstruk *perceived behavioral control* dalam model. Adapun teori yang dikembangkan Thomson *et al.* (1991) yaitu Model of PC Utilization (MPCU) dengan mengusulkan konstruk baru seperti, *job-fit*, *complexity*, *long-term consequences*, *affect toward use*, *social factors* dan *facilitating condition*. Kemudian, Moore & Benbasat (1991) juga mengembangkan teori penerimaan teknologi *Innovation Diffusion Theory* (IDT) yang menyatakan bahwa penerimaan dan penggunaan dipengaruhi oleh *relative advantage*, *ease of use*, *image*, *visibility*, *compatibility*, *results demonstrability* dan *voluntariness of use*. Adapun penggabungan teori-teori sebelumnya yang disebut dengan teori *Combined TAM and TPB* (C-TAM-TPB) yang dikembangkan oleh Taylor & Todd pada tahun 1995. Barulah muncul teori *Unified Theory Acceptance and Use of Technology*

(UTAUT) yang dikembangkan Venkatesh *et al.* (2003) dan terdapat empat konstruk pembangun yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating condition* dengan mengacu pada konstruk-konstruk di dalam teori sebelumnya. Selanjutnya, teori UTAUT juga mengalami penyempurnaan dengan adanya UTAUT2 yang dilakukan oleh Venkatesh *et al.* (2012) yaitu dengan menambahkan *price value*, *hedonic motivation* dan *habit*. Sehingga dari sekian banyak teori yang membahas mengenai penerimaan dan penggunaan teknologi, UTAUT 2 merupakan salah satu teori yang dapat menjelaskan penerimaan teknologi atau *continuance intention* karena telah mencakup konstruk-konstruk teori sebelumnya.

Kebanyakan penelitian yang ada cenderung fokus pada niat menggunakan atau adopsi teknologi (Nguyen *et al.*, 2020; Puspitosari & Hidayat, 2020; Saparudin *et al.*, 2020; Gharaibeh & Arshad, 2018; Merhi *et al.*, 2019; Masri & Tarhini, 2017). Namun, penelitian disini ingin mengkaji hingga niat keberlanjutan untuk tetap menggunakan kembali aplikasi *mobile banking*. Selain itu, adanya keberagaman temuan yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya menjadi salah satu hal menarik untuk diteliti ulang. Penelitian yang ada menemukan pengaruh positif dan signifikan antara *trust* dengan niat menggunakan kembali pada *e-payment* (Pal *et al.*, 2020; Indrawati & Putri, 2018). Kemudian, hasil penelitian Ofori *et al.* (2017); Kim *et al.* (2011) menemukan pengaruh signifikan antara *trust* dengan niat keberlanjutan (*continuance intention*)

menggunakan *mobile banking*. Namun, berbeda dengan pendapat (Khan & Chaipoopirutana, 2020; Tun, 2020; Lafraxo *et al.*, 2018) yang menemukan jika *trust* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat menggunakan kembali *mobile banking*.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul “**Investigasi Faktor-Faktor Penerimaan E-Money Dengan Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Di Indonesia: Pengembangan Utaut 2**”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh *performance expectancy* terhadap *trust*?
2. Bagaimana pengaruh *effort expectancy* terhadap *trust*?
3. Bagaimana pengaruh *sosial influence* terhadap *trust*?
4. Bagaimana pengaruh *facilitating condition* terhadap *trust*?
5. Bagaimana pengaruh *price value* terhadap *trust*?
6. Bagaimana pengaruh *hedonic motivation* terhadap *trust*?
7. Bagaimana pengaruh *habit* terhadap *trust*?
8. Bagaimana pengaruh *security/privacy* terhadap *trust*?
9. Bagaimana pengaruh *practicity* terhadap *trust*?
10. Bagaimana pengaruh *trust* terhadap *continuance intention*?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Menguji pengaruh *performance expectancy* terhadap *trust*.
2. Menguji pengaruh *effort expectancy* terhadap *trust*.
3. Menguji pengaruh *sosial influence* terhadap *trust*.
4. Menguji pengaruh *facilitating condition* terhadap *trust*.
5. Menguji pengaruh *price value* terhadap *trust*.
6. Menguji pengaruh *hedonic motivation* terhadap *trust*.
7. Menguji pengaruh *habit* terhadap *trust*.
8. Menguji pengaruh *security/privacy* terhadap *trust*.
9. Menguji pengaruh *practicity* terhadap *trust*.
10. Menguji pengaruh *trust* terhadap *continuance intention*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pemahaman penulis mengenai proses penelitian mulai dari pengumpulan data, pengolahan data hingga penyajian dalam bentuk laporan serta digunakan untuk salah satu syarat memperoleh gelar sarjana.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan keberlanjutan penelitian yang berkaitan dengan penerimaan *digital banking* pada penggunaan *mobile banking* dalam pembayaran *e-money* terutama

yang menggunakan *Unified Theory Acceptance and Use of Technology* 2 (UTAUT 2)

3. Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi bagi perbankan untuk pertimbangan membuat strategi pemasaran yang tepat mengenai penerimaan *mobile banking* pada nasabah bank syariah di Indonesia. Terlebih, saat ini banyak pengguna *mobile banking* untuk pembayaran *e-money* sehingga dapat menjadi pandangan bagi bank untuk memberikan fitur pelayanan yang paling dibutuhkan.

E. Sistematika Pembahasan

Dalam penyusunan skripsi ini, sistematika pembahasan dibagi menjadi 5 (lima) BAB yang saling berkaitan. Sistematika pembahasan ini disajikan untuk memberi gambaran dan logika berpikir peneliti dalam penelitian dengan adanya penjelasan secara umum melalui garis besar di setiap bab. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama pada penelitian ini memberikan penjelasan mengenai skripsi secara garis besar. Terdapat lima sub bab yang akan dibahas mulai dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penelitian. Latar belakang berisikan fenomena atau masalah yang akan diteliti dengan adanya bukti-bukti pendukung dan alasan pemilihan variabel yang digunakan. Selain itu, rumusan masalah

digunakan untuk menjelaskan batasan penelitian yang akan dikaji lebih lanjut. Tujuan penelitian ini yaitu menguji pengaruh antara hubungan independen dengan dependen untuk menjawab masalah, sehingga dapat memberikan manfaat bagi peneliti sendiri, pembaca, pihak akademik, serta perbankan syariah yang ada di Indonesia. Terakhir, sub bab yang akan dibahas mengenai sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua pada penelitian ini memuat penjelasan mengenai keseluruhan teori-teori yang akan digunakan. Pembahasan pertama yang ada yaitu penjelasan landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini berupa *Unified Theory Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)*, *security/privacy*, *practicity*, *trust* dan *continuance intention*. Selanjutnya, terdapat telaah pustaka dari hasil penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan topik untuk dijadikan acuan pemikiran. Bab ini juga menggambarkan hipotesis dari rumusan masalah dan model penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ketiga dalam penelitian ini menguraikan penjelasan pada jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel penelitian serta metode analisis penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab keempat dalam penelitian ini menjelaskan definisi deskripsi karakteristik responden, hasil analisis data serta interpretasi hasil

pengolahan data sebagai pembahasan hasil penelitian untuk menjawab hipotesis yang telah diajukan.

BAB V PENUTUP

Bab terakhir dalam penelitian ini berisikan kesimpulan hasil analisis penelitian, keterbatasan penelitian mengenai dengan penerimaan *digital banking* pada penggunaan *mobile banking* dalam pembayaran *e-money* dan implikasi bagi pihak terkait yaitu perbankan dan saran bagi peneliti selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan *mobile banking* pada pengguna *e-money* dengan pengembangan *unified theory acceptance and use of technology 2* (UTAUT 2) dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh antar variabel dalam model UTAUT 2 terhadap niat keberlanjutan menggunakan *mobile banking*
 - a. Berdasarkan interpretasi hasil perhitungan data pada penggunaan *mobile banking* di Indonesia dengan menggunakan UTAUT 2, didapatkan hasil bahwa semua variabel UTAUT 2 dan variabel tambahan yaitu *security/privacy* serta *practicity* mampu menjelaskan 71% *trust* pada penggunaan *mobile banking*. Sedangkan *trust* hanya mampu menjelaskan 37% varians pada niat keberlanjutan dalam menggunakan *mobile banking*.
 - b. Dari 10 hipotesis yang diajukan terdapat 5 hipotesis yang diterima, yaitu *social influence* (SI) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*, *hedonic motivation* (HM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*, *security/privacy* (SP) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*, *practicity* (P) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust* dan *trust* (TR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*.

B. Keterbatasan

Penelitian ini mempunyai keterbatasan yang mungkin dapat mempengaruhi hasil, seperti:

1. Kemungkinan terdapat bias yang disebabkan oleh perbedaan persepsi antara peneliti dan responden pada pertanyaan-pertanyaan yang diajukan di kuesioner. Masalah ini dapat terjadi pada data-data yang diperoleh melalui kuesioner yang mengalami proses perubahan bahasa atau alih bahasa. Meskipun telah dilakukan upaya meminimalisir agar tidak terjadi kesalahan persepsi, namun hal ini tidak dapat dihindari.
2. Sampel yang digunakan tidak hanya fokus pada satu bank syariah, sehingga dikhawatirkan terjadi penyamarataan pendapat atas penggunaan *mobile banking*.

C. Implikasi dan Saran

1. Implikasi

Penelitian ini memberikan beberapa keterlibatan baik bagi praktisi maupun peneliti di bidang sistem informasi dan pemasaran untuk mengetahui hubungan yang terjalin antara perbankan dengan nasabah serta keputusan untuk terus menggunakan *mobile banking*. Selain itu, penelitian ini dapat menambah kajian bacaan yang digunakan dalam sistem informasi dan pemasaran yang berkaitan dengan ilmu perilaku seseorang dalam menggunakan teknologi khususnya layanan perbankan digital melalui pemanfaatan *mobile banking* serta faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah untuk terus menggunakan layanan digital pada bank syariah. Hasil ini diharapkan dapat berkontribusi dalam keterlibatan pada perbankan khususnya perbankan syariah bahwa kepercayaan yang tumbuh di dalam diri nasabah merupakan faktor yang menimbulkan niat untuk tetap

menggunakan *mobile banking*. Maka, faktor-faktor pembentuk kepercayaan pada nasabah juga perlu dipertimbangkan.

2. Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan kesimpulan serta keterbatasan, maka saran yang dapat diajukan untuk penelitian selanjutnya yaitu:

1. Dimasa mendatang kemungkinan terjadi perubahan dari faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan *mobile banking* dengan menyesuaikan situasi dan kondisi yang ada. Sehingga, peneliti diharapkan dapat mengembangkan variabel lainnya pada model penelitian yang sesuai dengan keadaan saat itu. Adapun faktor-faktor yang perlu diperhatikan misalnya melakukan *intervening* pada variabel *trust* terhadap *continuance intention* agar diketahui penyebab rendahnya tingkat varians dalam menjelaskan variabel tersebut.
2. Agar mendapatkan hasil yang lebih baik mengenai penerimaan *mobile banking* di Indonesia diperlukan perluasan objek penelitian dengan menambah sampel, sehingga data yang digunakan benar-benar merepresentasikan populasi yang ada. Selain itu diharapkan selain memperluas daerah pengambilan sampel, perlu diperhatikan sebaran pada posisi dan kedudukan karena dalam penelitian ini mayoritas responden adalah mahasiswa.
3. Peneliti selanjutnya juga dapat menyesuaikan indikator-indikator dalam variabel untuk menyusun kuesioner agar dapat memperoleh informasi lebih pada nasabah mengenai penggunaan *mobile banking*.
4. Bagi pihak perbankan selaku penyedia layanan jasa *mobile banking* agar memperhatikan sistem layanan dengan survey secara berkala untuk

mengetahui kebutuhan nasabah, memberikan jaminan keamanan data serta informasi pengguna. Tetap memberikan informasi penting dan terbaru melalui notifikasi *mobile banking* agar nasabah tetap mendapatkan pelayanan yang maksimal. Nasabah juga membutuhkan inovasi berdasarkan survey yang dilakukan seperti penambahan fitur *e-commerce* agar mempermudah nasabah melakukan pembayaran *top-up* saldo pada *e-money*, meningkatkan keamanan aplikasi dengan melakukan teknologi *face recognition* dan *fingerprint*, mensosialisasikan manfaat penggunaan *mobile banking* untuk meningkatkan niat berkelanjutan dalam menggunakan layanan perbankan.

Daftar Pustaka

- APJII (2019). Laporan Survei Internet APJII 2019-2020 (Q2). Desember 30, 2020. <https://apjii.or.id/survei2019x>
- Akhlaq, A., & Ahmed, E. (2013). The effect of motivation on trust in the acceptance of internet banking in a low income country. *International Journal of Bank Marketing*, 31(2), 115–125. <https://doi.org/10.1108/02652321311298690>
- Al-Adwan, A. S., Kokash, H., Alhorani, A., & Yaseen, H. (2020). Building customer loyalty in online shopping : the role of online trust , online satisfaction and electronic word of mouth. *International Journal Electronic Marketing and Retailing*, 11(3), 278–306.
- Alalwan, Ali A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Lal, B., & Williams, M. D. (2015). Consumer adoption of Internet banking in Jordan: Examining the role of hedonic motivation, habit, self-efficacy and trust. *Journal of Financial Services Marketing*, 20(2), 145–157. <https://doi.org/10.1057/fsm.2015.5>
- Alalwan, Ali Abdallah, Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers : Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37, 99–110. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002>
- Andrianto dan Firmansyah, M. Anang. 2019. Manajemen Bank Syariah: Implementasi Teori dan Praktek. Jakarta. CV. Penerbit Qiara Media
- Anshori, Abdul Ghofur. 2018. Perbankan Syariah di Indonesia. Yogyakarta. Gadjah Mada University Press
- Arahita, C. L., & Hatammimi, J. (2015). Factors Affecting the Intention to Reuse Mobile Banking Service. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 4(4), 15–23. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v4i4.15>
- Arcand, M., PromTep, S., Brun, I., & Rajaobelina, L. (2017). Mobile banking service quality and customer relationships. *International Journal of Bank Marketing*, 35(7), 1066–1087. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2015-0150>
- Baabullah, A. M. (2018). Consumer adoption of Mobile Social Network Games (M-SNGs) in Saudi Arabia: The role of social influence, hedonic motivation and trust. *Technology in Society*, 53(2018), 91–102. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2018.01.004>
- Bank Indonesia (n.d). Perizinan Sistem Pembayaran dan Pengelolaan Uang Rupiah. Januari 3, 2021. <https://www.bi.go.id/PJSPQRIS/default.aspx>
- Bank Indonesia (2020, Desember 1). Apa Itu Uang Elektronik. Januari 14, 2021

- <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>
- Baptista, G., & Oliveira, T. (2015). Understanding mobile banking: The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators. *Computers in Human Behavior*, *50*, 418–430. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.04.024>
- Beyari, H., & Abareshi, A. (2019). The interaction of trust and social influence factors in the social commerce environment. In *Advances in Intelligent Systems and Computing* (Vol. 843). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-99007-1_86
- Bharata, W., & Widyaningrum, P. W. (2020). Analisis Penerimaan Teknologi Mobile Banking Terhadap Use Behavior Melalui Pendekatan Model Utaut 2 (Studi Pada Nasabah KCU BCA Malang). *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *3*(2), 139. <https://doi.org/10.25273/capital.v3i2.6080>
- Borremans, A. D., Zaychenko, I. M., & Iliashenko, O. Y. (2018). Digital economy. IT strategy of the company development. *MATEC Web of Conferences*, *170*, 1–13. <https://doi.org/10.1051/mateconf/201817001034>
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi penelitian kuantitatif: komunikasi, ekonomi dan kebijakan publik serta ilmu-ilmu sosial lainnya*. Jakarta. Kencana, 109
- Chang, S. E., Liu, A. Y., & Shen, W. C. (2017). User trust in social networking services: A comparison of Facebook and LinkedIn. *Computers in Human Behavior*, *69*(2013), 207–217. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.12.013>
- Chiu, C. M., Hsu, M. H., Lai, H., & Chang, C. M. (2010). Exploring online repeat purchase intentions: The role of habit. *PACIS 2010 - 14th Pacific Asia Conference on Information Systems*, May 2015, 236–247.
- Cho, D. Y., Kwon, H. J., & Lee, H. Y. (2007). Analysis of trust in Internet and mobile commerce adoption. *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, 1–10. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2007.76>
- Damghanian, H., Zarei, A., & Kojuri, M. A. S. (2016). Impact of Perceived Security on Trust, Perceived Risk, and Acceptance of Online Banking in Iran. *Journal of Internet Commerce*, *15*(3), 214–238. <https://doi.org/10.1080/15332861.2016.1191052>
- Eneizan, B., Mohammed, A. G., Alnoor, A., Alabboodi, A. S., & Enaizan, O. (2019). Customer acceptance of mobile marketing in Jordan: An extended UTAUT2 model with trust and risk factors. *International Journal of Engineering Business Management*, *11*, 1–10. <https://doi.org/10.1177/1847979019889484>
- Gaitan, J. A., Peral, B. ., & Jeronimo, M. A. . (2015). Elderly and internet banking: An application of UTAUT2. *Journal of Internet Banking and Commerce*, *20*(1), 1–23.

- Gefen, D. (2000). E-commerce: The role of familiarity and trust. *Omega*, 28(6), 725–737. [https://doi.org/10.1016/S0305-0483\(00\)00021-9](https://doi.org/10.1016/S0305-0483(00)00021-9)
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). *Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model*. 27(1), 51–90.
- Gharaibeh, M. K., & Arshad, M. R. M. (2018). *2023-2033.Pdf* (pp. 2023–2033).
- Al Ghazali, B. M., Rasli, A. Md., Yusoff, R. Md., Mutahar. A.Y. (2015). Antecedents of Continuous Usage Intention of Mobile Banking Service from the Perspective of Delone and McLean Model of IS Success. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(1), 13-21
- Ghobakhloo, M., & Fathi, M. (2019). Modeling the success of application-based mobile banking. *Economies*, 7(4), 1–21. <https://doi.org/10.3390/economies7040114>
- Ginantra, N. L. W. S. R., Purba, J. S. R. A., Tojiri, M. Y., Siregar, A. A. D. M. N. H., Marit, L. E. N. E. L., Sudirman, A., & Siswanti, I. (2020). *Teknologi Finansial: Sistem Finansial Berbasis Teknologi di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Gu, J. C., Lee, S. C., & Suh, Y. H. (2009). Determinants of behavioral intention to mobile banking. *Expert Systems with Applications*, 36(9), 11605–11616. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2009.03.024>
- Gu, Z., Wei, J., & Xu, F. (2016). An empirical study on factors influencing consumers' initial trust in wearable commerce. *Journal of Computer Information Systems*, 56(1), 79–85. <https://doi.org/10.1080/08874417.2015.11645804>
- Gumussoy, C. A. (2016). Factors affecting users' decision to continue using mobile banking in Turkey. *International Journal of Mobile Communications*, 14(4), 411–430. <https://doi.org/10.1504/IJMC.2016.077341>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hair, J., T. Hult, C. Ringle, & M. Sarstedt. 2017. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Second Edition*. Los Angeles: Sage.
- Habiby, Wahdan Najib. 2017. *Statistika Pendidikan*. Surakarta. Muhammadiyah University Press, 28-29
- Huang, E. Y., Lin, S. W., & Fan, Y. C. (2015). M-S-QUAL: Mobile service quality measurement. *Electronic Commerce Research and Applications*, 14(2), 126–142. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2015.01.003>
- Rahmayani, Indah (2015, Oktober). *Indonesia Raksasa Teknologi Digital Asia*. Januari 6,

2021.

https://kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media

Indrawati, & Putri, D. A. (2018). Analyzing factors influencing continuance intention of E-payment adoption using modified UTAUT 2 Model: (A case study of Go-Pay from Indonesia). *2018 6th International Conference on Information and Communication Technology, ICoICT 2018, December, 167–173*.
<https://doi.org/10.1109/ICoICT.2018.8528748>

Jennifer, M. ;, Laura, B. ;, & Sharon, L. (2017). Bank adoption of mobile banking: stakeholder perspective. *International Journal of Bank Marketing, 12(7), 1–32*.

Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. 2014. Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi. Medan. UMSU PRESS

Jurayevich, M. B., & Bulturbayevich, M. B. (2020). The impact of the digital economy on economic growth. *International Journal of Business, Law, and Education, 01(01), 4–7*.
<https://doi.org/10.31149/ijie.v3i6.394>

Kang, H., Lee, M. J., & Lee, J. K. (2012). Are You Still with Us? A Study of the Post-Adoption Determinants of Sustained Use of Mobile-Banking Services. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce, 22(2), 132–159*.
<https://doi.org/10.1080/10919392.2012.667710>

Khalilzadeh, J., Ozturk, A. B., & Bilgihan, A. (2017). Security-related factors in extended UTAUT model for NFC based mobile payment in the restaurant industry. *Computers in Human Behavior, 70(2017), 460–474*. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.001>

Khan, I. U., Hameed, Z., & Khan, S. U. (2017). Understanding online banking adoption in a developing country: UTAUT2 with cultural moderators. *Journal of Global Information Management, 25(1), 43–65*. <https://doi.org/10.4018/JGIM.2017010103>

Khan, M. R., & Chaipoopirutana, S. (2020). Factors Influencing Users' Behavioral Intention to Reuse Mobile Financial Services in Bangladesh. *GATR Journal of Management and Marketing Review, 5(3), 155–169*. [https://doi.org/10.35609/jmmr.2020.5.3\(4\)](https://doi.org/10.35609/jmmr.2020.5.3(4))

Khasawneh, M. H. A., Hujran, O., & Abdrabbo, T. (2018). A quantitative examination of the factors that influence users' perceptions of trust towards using mobile banking services. *International Journal of Internet Marketing and Advertising, 12(2), 181–207*.

Kim, J., Hong, S., Min, J., & Lee, H. (2011). Antecedents of application service continuance: A synthesis of satisfaction and trust. *Expert Systems with Applications, 38(8), 9530–9542*. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2011.01.142>

- Lafraxo, Y., Hadri, F., Amhal, H., & Rossafi, A. (2018). The effect of trust, perceived risk and security on the adoption of mobile banking in Morocco. *ICEIS 2018 - Proceedings of the 20th International Conference on Enterprise Information Systems*, 2(Iceis 2018), 497–502. <https://doi.org/10.5220/0006675604970502>
- Lee, J. (2014). Dual Effect of Price in E-Commerce Environment: Focusing on Trust and Distrust Building Processes. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 24(3), 393–415. <https://doi.org/10.14329/apjis.2014.24.3.393>
- Liao, C., Palvia, P., & Lin, H. . (2006). *The Roles of Habit and Web Site Quality in E-Commerce*. 26(6), 469–483.
- Lin, H. F. (2011). An empirical investigation of mobile banking adoption: The effect of innovation attributes and knowledge-based trust. *International Journal of Information Management*, 31(3), 252–260. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2010.07.006>
- Lin, Z., & Theingi, H. (2019). Extended Utaut2 Model on Factors Influencing of Mobile Commerce Acceptance in Yangon , Myanmar. *AU-GBS e-JOURNAL*, 12(2), 3–18.
- Ling, K. C., Chai, L. T., & Piew, T. H. (2010). The Effects of Shopping Orientations, Online Trust and Prior Online Purchase Experience toward Customers' Online Purchase Intention. *International Business Research*, 3(3), 63. <https://doi.org/10.5539/ibr.v3n3p63>
- Loureiro, S. M. C., Cavallero, L., & Miranda, F. J. (2018). Fashion brands on retail websites: Customer performance expectancy and e-word-of-mouth. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41(December 2017), 131–141. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.12.005>
- Malaquias, Rodrigo F., & Hwang, Y. (2016). An empirical study on trust in mobile banking: A developing country perspective. *Computers in Human Behavior*, 54, 453–461. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.08.039>
- Malaquias, Rodrigo Fernandes, & Hwang, Y. (2017). Mixing business and pleasure: Empirical implications for trust in mobile banking. *Journal of Electronic Commerce Research*, 18(3), 212–224.
- Maroofi, F., Kahrarian, F., & Dehghani, M. (2013). An Investigation of Initial Trust in Mobile Banking. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 3(9), 394–403. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v3-i9/228>
- Masrek, M. N., Halim, M. S. A., Khan, A., & Ramli, I. (2018). The impact of perceived credibility and perceived quality on trust and satisfaction in mobile banking context. *Asian Economic and Financial Review*, 8(7), 1013–1025. <https://doi.org/10.18488/journal.aefr.2018.87.1013.1025>

- Masri, M. El, & Tarhini, A. (2017). Factors affecting the adoption of e-learning systems in Qatar and USA : Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2). *Educational Technology Research and Development*, 65(3), 743–763.
- Merhi, M., Hone, K., & Tarhini, A. (2019). A cross-cultural study of the intention to use mobile banking between Lebanese and British consumers: Extending UTAUT2 with security, privacy and trust. *Technology in Society*, 59(July), 101151. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101151>
- Meutia, E. D. (2015). *Internet of things–Keamanan dan Privasi*. (Vol. 1, No. 1, pp. 85-89).
- Mikalef, P., Pateli, A., & Giannakos, M. (2013). Why are users of social media inclined to Word-of-Mouth? *IFIP Advances in Information and Communication Technology*, 399, 112–123. https://doi.org/10.1007/978-3-642-37437-1_10
- Min Tun, P. (2020). Factors Influencing Intention to Reuse Mobile Banking Services for the Private Banking Sector in Myanmar Mobile Financial Services in Myanmar View project Factors Influencing Intention to Reuse Mobile Banking Services for the Private Banking Sector in Mya. *Asean Journal of Management & Innovation*, June. <https://doi.org/10.14456/ajmi.2020.5>
- Morawczynski, O., & Miscione, G. (2008). Examining trust in mobile banking transactions: The case of M-PESA in Kenya. *IFIP International Federation for Information Processing*, 282, 287–298. https://doi.org/10.1007/978-0-387-84822-8_19
- Mostafa, A. A. N., & Eneizan, B. (2018). Factors Affecting Acceptance of Mobile Banking in Developing Countries. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(1), 340–351. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v8-i1/3812>
- Mufingatun, M., Prijanto, B., Dutt, H., Faculty, V., Islamia, J. M., & Nagar, J. (2020). (*Bisnis dan Manajemen*). 12(2), 88–106. <https://doi.org/10.26740/bisma.v12n2.p88-106>
- Mustaqim, A. (2018). Disruption Era: Opportunity or Threat For The Counselor. *The 1st International Conference on Islamic Guidance and Counseling*, 235–242.
- Nanggong, A. (2018). Perilaku Pasca-Adopsi Teknologi Personal Terhadap Intensi Sustainable Behavior. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 17(1), 10–26. <https://doi.org/10.12695/jmt.2018.17.1.2>
- Nguyen, T. T., Nguyen, H. T., Mai, H. T., & Tran, T. T. M. (2020). Determinants of digital banking services in Vietnam: Applying utaut2 model. *Asian Economic and Financial Review*, 10(6), 680–697. <https://doi.org/10.18488/journal.aefr.2020.106.680.697>
- Nurastuti, Wiji. 2011. Teknologi Perbankan. Yogyakarta. Graha Ilmu
- Obal, M. (2017). What drives post-adoption usage? Investigating the negative and positive

- antecedents of disruptive technology continuous adoption intentions. *Industrial Marketing Management*, 63, 42–52. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.01.003>
- Ofori, K. S., Boateng, H., Okoe, A. F., & Gvozdanovic, I. (2017). Examining customers' continuance intentions towards internet banking usage. *Marketing Intelligence and Planning*, 35(6), 756–773. <https://doi.org/10.1108/MIP-11-2016-0214>
- Otoritas Jasa Keuangan (2020, September 17). Snapshot Perbankan Syariah Juni 2020. Januari 3.
<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Snapshot-Perbankan-Syariah-Juni-2020.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan (n.d). Perbankan Syariah dan Kelembagaannya. Januari 14, 2021.
<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/PBS-dan-Kelembagaan.aspx>
- Olaleye, S. A., Agjei, R. O., Kolog, E. A., & Budu, J. (2019). Effect of Gratification, Utilitarian, and Trust Elements on the Use of Retail Mobile Banking App in Africa: A Comparative Study. *IEEE AFRICON Conference, 2019-Sept.*
<https://doi.org/10.1109/AFRICON46755.2019.9133874>
- Owusu Kwateng, K., Osei Atiemu, K. A., & Appiah, C. (2018). Acceptance and use of mobile banking: an application of UTAUT2. *Journal of Enterprise Information Management*, 32(1), 118–151. <https://doi.org/10.1108/JEIM-03-2018-0055>
- Pal, A., Herath, T., De', R., & Rao, H. R. (2020). Contextual facilitators and barriers influencing the continued use of mobile payment services in a developing country: insights from adopters in India. *Information Technology for Development*, 26(2), 394–420. <https://doi.org/10.1080/02681102.2019.1701969>
- Poromatikul, C., De Maeyer, P., Leelapanyalert, K., & Zaby, S. (2019). Drivers of continuance intention with mobile banking apps. *International Journal of Bank Marketing*, 38(1), 242–262. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2018-0224>
- Puriwat, W., & Tripopsakul, S. (2017). Mobile banking adoption in Thailand: An integration of technology acceptance model and mobile service quality. *European Research Studies Journal*, 20(4), 200–210. <https://doi.org/10.35808/ersj/885>
- Puspitosari, R., & Hidayat, A. (2020). Determinants of Mobile Banking Adoption Behavior in Sub-Urban Areas. *American International Journal of Business Management (AIJBM) ISSN*, 3(10), 59–71. www.aijbm.com
- Rachadika, I. K., Irwan, M., & Nasution, P. (2020). *Pemanfaatan Internet Terhadap Perkembangan Industri*. 02, 34–48.

- Rahmani, Z., Tahvildari, A., Honarmand, H., Yousefi, H., & Daghighi, M. S. (2012). The definition of mobile banking (mobile banking). *Arabian Journal of Business and Management*, 2(5), 37–40.
- Raman, A., & Don, Y. (2013). Preservice teachers' acceptance of learning management software: An application of the UTAUT2 model. *International Education Studies*, 6(7), 157–164. <https://doi.org/10.5539/ies.v6n7p157>
- Ramos, F. L., Ferreira, J. B., De Freitas, A. S., & Rodrigues, J. W. (2018). The effect of trust in the intention to use m-banking. *Brazilian Business Review*, 15(2), 175–191. <https://doi.org/10.15728/bbr.2018.15.2.5>
- Ratminto, Shabrina, F., & Yusuf, R. R. (2018). *Pelayanan Prima: Pedoman Penerapan Momen Kritis Pelayanan Dari A Sampai Z*. Gajah Mada University Press.
- Salimon, M. G., Mokhtar, S. S. M., Yusoff, R. Z., Adeleke, A. Q., Morakiny, S., & Mushi, H. M. (2017). Facilitating conditions and perceived security as antecedents of trust among e-banking customers in Nigeria. *International Journal of Economic Research*, 14(19), 265–276.
- Saparudin, M., Rahayu, A., Hurriyati, R., & Sultan, M. A. (2020). Exploring the role of trust in mobile-banking use by Indonesian customer using unified theory of acceptance and usage technology. *International Journal of Financial Research*, 11(2), 51–60. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v11n2p51>
- Shaikh, A.A., Karjaluoto, H. (2015). Mobile Banking Adoption: A Literature Riview. *Telematics and Informatics*, 31, 129-142. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tele.2014.05.003>
- Shao, Z., Zhang, L., Li, X., & Guo, Y. (2019). Antecedents of trust and continuance intention in mobile payment platforms: The moderating effect of gender. *Electronic Commerce Research and Applications*, 33, 100823. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2018.100823>
- Sharif, A., & Raza, S. A. (2017). The influence of hedonic motivation, self-efficacy, trust and habit on adoption of internet banking: A case of developing country. *International Journal of Electronic Customer Relationship Management*, 11(1), 1–22. <https://doi.org/10.1504/IJECRM.2017.086750>
- Shin, D. H. (2010). MVNO services: Policy implications for promoting MVNO diffusion. *Telecommunications Policy*, 34(10), 616–632. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2010.07.001>
- Sholihin, Mahfud dan Ratmono, Dwi. 2020. Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis. Yogyakarta. Penerbit ANDI
- Sihite, J., Harun, T. W., & Nugroho, A. (2015). The Low Cost Airline Consumer Price

- Sensitivity. An Investigation on The Mediating Role of Promotion and Trust in Brand. *International Research Journal of Business Studies*, 7(3), 199–211. <https://doi.org/10.21632/irjbs.7.3.199-211>
- Siyoto, Sandu dan Sodik, Muhammad Ali. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta. Literasi Media Publishing, 64-66
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta
- Skvarciany, V., & Jureviciene, D. (2017). Factors Influencing Customer Trust in Mobile Banking: Case of Latvia. *Economics and Culture*, 14(2), 69–76. <https://doi.org/10.1515/jec-2017-0019>
- Smith, H. J., Milberg, S. J., & Burke, S. J. (1996). Information privacy: Measuring individuals' concerns about organizational practices. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 20(2), 167–195. <https://doi.org/10.2307/249477>
- Suh, B., & Han, I. (2003). The impact of customer trust and perception of security control on the acceptance of electronic commerce. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 135–161. <https://doi.org/10.1080/10864415.2003.11044270>
- Suhaily, L., & Darmoyo, S. (2017). Effect of product quality, perceived price and brand image on purchase decision mediated by customer trust (study on japanese brand electronic product). *Jurnal Manajemen*, 21(2), 179–194. <https://doi.org/10.24912/jm.v21i2.230>
- Tamilmani, K., Rana, N., Dwivedi, Y., Sahu, G. P., & Roderick, S. (2018). Association for Information Systems AIS Electronic Library (AISeL) Exploring the Role of “Price Value” for Understanding Consumer Adoption of Technology: A Review and Meta-analysis of UTAUT2 based Empirical Studies. <https://aisel.aisnet.org/pacis2018/64>
- Tan, F. B., & Chou, J. P. C. (2008). The relationship between mobile service quality, perceived technology compatibility, and users' perceived playfulness in the context of mobile information and entertainment services. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 24(7), 649–671. <https://doi.org/10.1080/10447310802335581>
- Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M. (1991). Personal computing: Toward a conceptual model of utilization. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 15(1), 125–142. <https://doi.org/10.2307/249443>
- Thusi, P., & Maduku, D. K. (2020). South African millennials' acceptance and use of retail mobile banking apps: An integrated perspective. *Computers in Human Behavior*, 111(July 2019). <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106405>
- Tunay, K. B., Tunay, N., & Akhisar, İ. (2015). Interaction Between Internet Banking and

- Bank Performance: The Case of Europe. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 363–368. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.335>
- Vebiana, V. (2018). Perbankan Digital , Pengalaman Pelanggan , dan Kinerja Keuangan Bank Syariah. *9th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 747–751. [file:///C:/Users/win7/Downloads/1145-Article Text-2220-1-10-20180830 \(1\).pdf](file:///C:/Users/win7/Downloads/1145-Article Text-2220-1-10-20180830 (1).pdf)
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*. 27(3), 425–478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *2015 IEEE MTT-S International Microwave Symposium, IMS 2015*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.1109/MWSYM.2015.7167037>
- Ventre, I., & Kolbe, D. (2020). The Impact of Perceived Usefulness of Online Reviews, Trust and Perceived Risk on Online Purchase Intention in Emerging Markets: A Mexican Perspective. *Journal of International Consumer Marketing*, 32(4), 287–299. <https://doi.org/10.1080/08961530.2020.1712293>
- Wu, K., Vassileva, J., Noorian, Z., & Zhao, Y. (2015). How do you feel when you see a list of prices? The interplay among price dispersion, perceived risk and initial trust in Chinese C2C market. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 25, 36–46. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2015.03.007>
- Yi, Y., & La, S. (2003). The moderating role of confidence in expectations and the asymmetric influence of disconfirmation on customer satisfaction. *Service Industries Journal*, 23(5), 20–47. <https://doi.org/10.1080/02642060308565622>
- Yusmad, Muhammad Arafat. 2018. *Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori ke Praktik*. Yogyakarta. Deepublish
- Yusoff, R. Z., & Mokhtar, S. S. M. (2016). The influence of E-Satisfaction, E-Trust and Hedonic Motivation on the Adoption of E-banking and Its Determinants in Nigeria: A Pilot Study. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 7(1), 54–63. <https://doi.org/10.5901/mjss.2016.v7n1p54>
- Yusuf, A. Muri. 2014. *Metode Penelitian: Kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan*. Jakarta. Kencana, 46-47
- Zhang, T., Tao, D., Qu, X., Zhang, X., Zeng, J., Zhu, H., & Zhu, H. (2020). Automated vehicle acceptance in China: Social influence and initial trust are key determinants. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 112(September 2019), 220–233. <https://doi.org/10.1016/j.trc.2020.01.027>

- Zhang, Y., Chen, X., Liu, X., & Zhu, N. (2018). Exploring trust transfer between internet enterprises and their affiliated internet-only banks: An adoption study of internet-only banks in China. *Chinese Management Studies*, 12(1), 56–78. <https://doi.org/10.1108/CMS-06-2017-0148>
- Zolait, A. H., Isa, S. M., Ali, H. M., & Sundram, V. P. K. (2018). Men vs. Women: Study of online shopping habits and factors influencing buying decisions in Bahrain. *International Journal of E-Services and Mobile Applications*, 10(4), 61–73. <https://doi.org/10.4018/IJESMA.2018100104>





LAMPIRAN



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN INVESTIGASI PENERIMAAN *MOBILE BANKING* BANK SYARIAH DALAM PEMBAYARAAN *E-MONEY* DI INDONESIA DENGAN PENGEMBANGAN UTAUT2

Sehubungan dengan penyusunan skripsi dengan judul yang telah disebutkan di atas, maka dengan hormat saya:

Nama : Alfian Nisa Septiani

NIM : 17108020075

Memohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner yang saya ajukan secara jujur dan terbuka. Daftar pertanyaan ini saya ajukan semata-mata untuk penelitian sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang Strata Satu (S1), Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Atas partisipasi saudara/i dalam mengisi daftar pertanyaan kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya

Alfian Nisa Septiani

Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

A. Data Responden

Nama (inisial) :

Usia :

Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan

Domisili : (kota tempat tinggal saat ini)

Jenjang Pendidikan : SLTA/Sederajat

D3/S1

S2/S3

Lainnya (isikan jenjang pendidikan anda)

Pekerjaan : Mahasiswa/Pelajar

PNS/Pegawai BUMN/POLRI/TNI

- Karyawan Swasta
- Wiraswasta/Entrepreneur
- Pekerja Professional
- Lainnya (isikan pekerjaan anda)

- Penghasilan perbulan :
- < Rp 1.500.000
 - Rp 1.500.000 s/d Rp 5.000.000
 - Rp 5.000.000 s/d Rp 10.000.000
 - > Rp 10.000.000

B. Petunjuk Pengisian

Pilihlah salah satu jawaban dari setiap butir pernyataan yang paling sesuai dengan pendapat Anda dengan memberi tanda cek (✓) pada kolom yang tersedia sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Ketentuan penomoran dan keterangan pengisian sebagai berikut:

1. Sangat tidak setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

C. Kuesioner

Kuesioner Terbuka

1. Apakah Anda telah menggunakan Mobile Banking Bank Syariah? (Ya/Tidak).
2. Sebutkan M-Banking Syariah yang anda gunakan?
 - BSI Mobile (BSM, BNI Syariah, dan BRI Syariah)
 - Muamalat DIN
 - Mega Syariah Mobile
 - BTPN Syariah Mobile
 - BSD Mobile Banking (Bank Bukopin)
 - Lainnya, Sebutkan
3. Sudah berapa lama anda menggunakan M-Banking Bank Syariah?
 - Kurang dari 6 Bulan
 - 6 Bulan – 1 Tahun
 - 1 Tahun – 2 Tahun

- 2 Tahun – 3 Tahun
 - Lebih dari 3 Tahun
4. Apa alasan anda menggunakan M-Banking tersebut?
 5. Apakah Mobile Banking mendukung kemudahan dalam melakukan bisnis/pekerjaan Saya? (Ya/Tidak dan sertakan alasan)
 6. Apakah yang perlu diperbaiki oleh Bank Syariah terkait dengan layanan M-Banking?
 7. Seberapa sering anda menggunakan M-Banking untuk *top-up e-money* dalam satu bulan?
 8. Transaksi e-money melalui Mobile Banking mana yang sering anda gunakan? (sebutkan salah satu)
 - OVO
 - Gopay
 - LinkAja
 - Dana
 - Shopeepay
 - Lainnya, Sebutkan

Kuesioner Tertutup

a. Harapan Kinerja (*Performance Expectancy*)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Menurut Saya M-Banking bermanfaat dalam melakukan pembayaran (top-up) e-money di kehidupan Saya sehari-hari					
2	Menggunakan M-Banking membantu Saya menyelesaikan pembayaran (top-up) e-money dengan lebih cepat					
3	Menggunakan M-Banking untuk pembayaran (top-up) e-money dapat meningkatkan produktifitas Saya					

b. Harapan Usaha (*Effort expectancy*)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Mempelajari cara menggunakan M-Banking untuk pembayaran (top-up) e-money itu mudah bagi saya					
2	Penggunaan M-Banking untuk pembayaran (top-up) e-money jelas dan dapat dipahami					
3	Menurut Saya M-Banking untuk					

	pembayaran (top-up) e-money mudah digunakan					
4	Mudah bagi Saya untuk menguasai penggunaan M-Banking untuk pembayaran (top-up) e-money					

c. Pengaruh sosial (*Social Influence*)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Orang terdekat Saya berpikir bahwa Saya harus menggunakan M-Banking untuk pembayaran (top-up) e-money					
2	Orang yang berpengaruh dalam hidup Saya berpikir bahwa Saya harus menggunakan M-Banking untuk pembayaran (top-up) e-money					
3	Orang yang pendapatnya Saya hargai lebih suka Saya menggunakan M-Banking untuk pembayaran (top-up) e-money					

d. Kondisi Fasilitas (*Facilitating Condition*)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menggunakan M-Banking dalam pembayaran (top-up) e-money					
2	Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan M-Banking dalam pembayaran (top-up) e-money					
3	M-Banking untuk pembayaran (top-up) e-money sesuai (kompatibel) dengan smartphone yang saya gunakan					

e. Nilai Harga (*Price Value*)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Biaya untuk menggunakan M-Banking untuk pembayaran (top-up) e-money relatif murah					
2	Biaya yang Saya keluarkan untuk menggunakan M-Banking dalam pembayaran (top-up) e-money sesuai dengan manfaat yang saya dapat					
3	Biaya yang dibayarkan untuk transaksi e-money, M-Banking memberikan pelayanan yang bagus					

f. Motivasi Hedonis (Hedonic Motivation)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Menggunakan M-Banking untuk pembayaran (top-up) e-money sangat menyenangkan					
2	Menggunakan M-Banking untuk pembayaran (top-up) e-money sangat menggembirakan					
3	Menggunakan M-Banking untuk pembayaran (top-up) e-money sangat menghibur					

g. Kebiasaan (Habit)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Menggunakan M-Banking untuk pembayaran (top-up) e-money sudah menjadi kebiasaan bagi Saya					
2	Saya gemar menggunakan M-Banking untuk pembayaran (top-up) e-money					
4	Saya harus menggunakan M-Banking untuk pembayaran (top-up) e-money					

h. Keamanan/Privasi (Security/privacy)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Informasi pribadi Saya yang ada pada M-Banking ketika melakukan pembayaran (top-up) e-money terlindungi					
2	Transaksi online pembayaran (top-up) e-money melalui M-Banking aman					
3	Kerahasiaan dan privasi pribadi Saya pada M-Banking ketika melakukan pembayaran (top-up) e-money terjamin					

i. Kepraktisan (Practicity)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Produktivitas dari penggunaan e-money meningkat melalui M-Banking					
2	M-Banking untuk pembayaran (top-up) e-money nyaman digunakan melalui M-Banking					
3	Efektivitas dari penggunaan e-money ditingkatkan melalui M-Banking					
4	Melalui M-Banking Saya mudah menemukan apa yang dicari					
5	Secara keseluruhan M-Banking untuk pembayaran (top-up) e-money mudah digunakan					

j. Kepercayaan (*Trust*)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	M-Banking untuk pembayaran (top-up) e-money ini benar-benar dapat dipercaya					
2	M-Banking untuk pembayaran (top-up) e-money ini sangat kompeten di bidangnya					

k. Niat Keberlanjutan (*Continuance Intention*)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya berniat untuk terus menggunakan M-Banking untuk pembayaran (top-up) e-money di masa mendatang					
2	Saya mencoba menggunakan M-Banking untuk pembayaran (top-up) e-money dalam kehidupan sehari-hari daripada alternatif lain					
3	Saya berencana untuk terus melanjutkan penggunaan M-Banking untuk pembayaran (top-up) e-money					

Lampiran 2 Jawaban Responden

A. Data Jawaban Responden

PE1	PE2	PE3	EE1	EE2	EE3	EE4	SI1	SI2	SI3	FC1	FC2	FC3	PV1	PV2	PV3	HM1	HM2	HM3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	3	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	3	3	3	4	4	1
5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	5	4	5	5	4	4	4
5	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4
3	3	3	5	4	5	5	2	2	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3
5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4	3
5	5	5	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	2	4	4	4	4	3
4	5	4	5	4	4	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	3	3	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5
4	4	4	5	4	5	5	4	3	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4
4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3	5	4	4	5	5	4	5	4
5	5	5	5	4	5	5	3	2	3	5	5	5	5	5	5	3	4	4

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	5	5	4	4	5	5	2	2	2	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	5	3	4	4	5	4	4	4
5	5	3	5	4	5	5	3	3	3	4	4	5	4	5	3	4	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	3	5	5	5	5	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	3	5	5	5	5
5	5	5	5	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3
5	4	3	5	5	5	4	2	2	4	5	5	4	5	4	4	3	4	5	5
5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	3	5	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	5	4
4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	3	4	5	3	5	4	4	5	4	4
3	4	3	4	5	5	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3
5	4	4	4	3	3	4	2	3	3	3	3	4	2	3	3	4	4	4	2
5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	2	3	4	3	3	4	4	3	3	3
5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	5	4	4	5	4	3	3	3

4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	5	4	4	5	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	5	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5
4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	5	5	5	5	3	3	3
5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	3	4	4	3
4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3
4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	4	4	5	4	4	4	5	5	4
5	5	5	5	4	4	5	4	1	4	5	4	4	3	4	4	4	3	1
1	3	2	4	2	2	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	2	2	3	3	2	4	4	3	4	3	5	3	3	4	3	3	2
4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	1

5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4
3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3
5	5	5	3	3	3	4	5	5	4	2	3	3	4	3	3	4	4	2
4	5	2	4	5	4	4	2	2	1	3	5	5	4	3	4	4	3	3
4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	4	4	4
4	4	5	4	5	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	5	3	3	3
5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4
5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	3	5	4	3	5	5	5
5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4
5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4
5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	5
5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5

Lanjutan

HB1	HB2	HB3	SP1	SP2	SP3	P1	P2	P3	P4	P5	TR1	TR2	CI1	CI2	CI3
3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4
3	3	5	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3
5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4
4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
3	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3
5	4	3	4	4	5	4	5	4	5	3	4	5	5	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	2	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3
4	4	3	5	4	5	3	4	3	5	4	4	4	4	4	3
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	3	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3

4	4	4	3	3	3	4	3	3	5	3	3	3	3	3	3
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	3	4	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	3
5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	3
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4
4	3	1	3	4	3	3	4	3	3	5	3	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4
5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4
4	4	5	3	3	4	4	4	5	4	4	2	3	4	4	5
4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5
5	5	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	5	5	4

4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5
5	5	3	2	3	5	1	3	4	4	4	3	4	5	4	4
5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2
4	5	4	3	3	3	5	4	4	4	5	3	3	3	3	4
1	2	2	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3
2	2	5	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3
4	3	2	3	4	3	3	5	4	4	3	3	4	3	3	1
5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5
2	2	3	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3	3	4	3
4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	4	4	5	5	5
4	3	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4
5	4	5	5	3	3	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5

4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4
5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4
4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4

Lampiran 3 Output Hasil Olah Data

A. Uji Goodness of Fit

Model fit and quality indices

Average path coefficient (APC)=0.177, P=0.011

Average R-squared (ARS)=0.539, P<0.001

Average adjusted R-squared (AARS)=0.524, P<0.001

Average block VIF (AVIF)=2.152, acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3

Average full collinearity VIF (AFVIF)=2.401, acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3

Tenenhaus GoF (GoF)=0.648, small ≥ 0.1 , medium ≥ 0.25 , large ≥ 0.36

Sympson's paradox ratio (SPR)=1.000, acceptable if ≥ 0.7 , ideally = 1

R-squared contribution ratio (RSCR)=1.000, acceptable if ≥ 0.9 , ideally = 1

Statistical suppression ratio (SSR)=1.000, acceptable if ≥ 0.7

Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)=1.000, acceptable if ≥ 0.7

B. Uji Validitas Konvergen

* Combined loadings and cross-loadings *

	PE	EE	SI	FC	PV	HM	HB	SP	P TRUST	CI	Type (a)	SE	P value
PE1	0.899	0.116	-0.024	0.153	0.023	0.041	-0.041	-0.015	-0.014	0.006	-0.202	Reflect	0.073 <0.001
PE2	0.852	0.022	-0.077	-0.025	0.130	0.035	-0.016	-0.084	0.130	-0.006	-0.103	Reflect	0.074 <0.001
PE3	0.821	-0.150	0.106	-0.142	-0.160	-0.081	0.062	0.104	-0.120	-0.001	0.328	Reflect	0.074 <0.001
EE1	0.100	0.876	-0.103	0.155	-0.010	-0.102	0.181	-0.094	-0.276	0.066	0.036	Reflect	0.073 <0.001

EE2	0.072	0.853	0.082	-0.064	0.056	0.083	-0.116	-0.029	-0.028	0.035	-0.129	Reflect	0.074	<0.001
EE3	-0.044	0.885	0.063	-0.105	-0.049	0.045	-0.268	0.073	0.130	-0.008	0.083	Reflect	0.073	<0.001
EE4	-0.134	0.823	-0.043	0.014	0.006	-0.025	0.215	0.052	0.183	-0.098	0.005	Reflect	0.074	<0.001
SI1	0.110	0.004	0.920	-0.041	0.070	-0.086	0.053	0.048	0.045	-0.160	-0.071	Reflect	0.073	<0.001
SI2	-0.048	0.041	0.913	0.094	-0.085	0.142	-0.129	0.046	-0.043	0.102	-0.146	Reflect	0.073	<0.001
SI3	-0.064	-0.046	0.897	-0.053	0.015	-0.056	0.077	-0.097	-0.002	0.061	0.222	Reflect	0.073	<0.001
FC1	0.001	0.079	0.097	0.860	-0.272	-0.013	-0.119	0.270	-0.208	-0.265	0.314	Reflect	0.074	<0.001
FC2	0.088	0.059	-0.076	0.885	0.088	0.218	0.274	-0.138	-0.109	0.113	-0.237	Reflect	0.073	<0.001
FC3	-0.102	-0.154	-0.021	0.781	0.200	-0.233	-0.179	-0.141	0.353	0.164	-0.078	Reflect	0.075	<0.001
PV1	0.014	-0.059	0.007	-0.042	0.902	-0.016	0.017	0.073	-0.057	-0.116	0.116	Reflect	0.073	<0.001
PV2	-0.008	0.084	0.007	0.029	0.924	0.062	0.004	-0.080	-0.065	0.071	-0.014	Reflect	0.073	<0.001
PV3	-0.007	-0.027	-0.014	0.012	0.907	-0.047	-0.021	0.009	0.123	0.043	-0.101	Reflect	0.073	<0.001
HM1	0.217	-0.031	-0.007	0.070	-0.032	0.860	0.056	-0.037	-0.039	0.077	-0.173	Reflect	0.074	<0.001
HM2	-0.059	-0.107	0.020	-0.120	-0.084	0.926	0.055	-0.046	0.208	0.034	0.041	Reflect	0.073	<0.001
HM3	-0.161	0.153	-0.016	0.063	0.128	0.822	-0.120	0.090	-0.193	-0.119	0.135	Reflect	0.074	<0.001
HB1	-0.050	-0.019	-0.123	0.205	0.066	0.042	0.908	-0.085	-0.170	0.108	-0.118	Reflect	0.073	<0.001
HB2	-0.100	0.008	-0.064	0.066	0.063	-0.024	0.895	-0.012	-0.102	0.015	-0.070	Reflect	0.073	<0.001
HB3	0.170	0.012	0.212	-0.308	-0.145	-0.021	0.797	0.110	0.308	-0.140	0.213	Reflect	0.075	<0.001
SP1	0.138	-0.069	0.024	-0.150	0.052	-0.056	0.038	0.920	0.157	-0.160	0.016	Reflect	0.073	<0.001
SP2	0.069	0.058	-0.018	0.143	-0.061	0.044	0.006	0.934	-0.114	0.181	-0.168	Reflect	0.072	<0.001
SP3	-0.207	0.009	-0.005	0.005	0.010	0.011	-0.044	0.926	-0.041	-0.024	0.153	Reflect	0.073	<0.001
P1	0.343	-0.373	-0.023	-0.053	-0.184	-0.077	0.049	0.093	0.770	-0.180	0.231	Reflect	0.075	<0.001
P2	0.096	0.126	0.014	0.118	0.058	0.169	-0.205	0.040	0.839	-0.003	-0.314	Reflect	0.074	<0.001
P3	-0.029	-0.266	0.049	0.093	-0.010	0.015	0.115	0.062	0.883	-0.132	-0.052	Reflect	0.073	<0.001
P4	-0.117	0.072	-0.103	0.055	0.044	-0.102	0.069	-0.012	0.702	0.145	-0.045	Reflect	0.077	<0.001
P5	-0.322	0.496	0.046	-0.244	0.096	-0.034	-0.021	-0.206	0.736	0.212	0.222	Reflect	0.076	<0.001
TR1	-0.008	-0.079	0.029	-0.140	-0.066	0.042	-0.074	0.083	0.099	0.959	0.136	Reflect	0.072	<0.001
TR2	0.008	0.079	-0.029	0.140	0.066	-0.042	0.074	-0.083	-0.099	0.959	-0.136	Reflect	0.072	<0.001
CI1	0.007	-0.011	-0.016	0.085	0.076	-0.045	-0.011	-0.089	-0.010	0.107	0.900	Reflect	0.073	<0.001
CI2	0.058	-0.014	-0.032	-0.062	0.008	0.019	-0.128	0.097	0.017	-0.107	0.936	Reflect	0.072	<0.001
CI3	-0.068	0.027	0.050	-0.021	-0.086	0.025	0.148	-0.013	-0.007	0.005	0.880	Reflect	0.073	<0.001

Notes: Loadings are unrotated and cross-loadings are oblique-rotated. SEs and P values are for loadings. P values < 0.05 are desirable for reflective indicators.

C. Uji Validitas Diskriminan

* Correlations among latent variables and errors *

Correlations among l.vs. with sq. rts. of AVEs

	PE	EE	SI	FC	PV	HM	HB	SP	P	TRUST	CI
PE	0.858	0.601	0.289	0.420	0.334	0.426	0.430	0.384	0.650	0.468	0.534
EE	0.601	0.860	0.293	0.606	0.533	0.440	0.583	0.456	0.694	0.501	0.612
SI	0.289	0.293	0.910	0.454	0.320	0.424	0.448	0.361	0.383	0.476	0.390
FC	0.420	0.606	0.454	0.843	0.629	0.556	0.600	0.512	0.677	0.568	0.663
PV	0.334	0.533	0.320	0.629	0.911	0.491	0.501	0.555	0.599	0.514	0.556
HM	0.426	0.440	0.424	0.556	0.491	0.870	0.561	0.427	0.530	0.549	0.585
HB	0.430	0.583	0.448	0.600	0.501	0.561	0.868	0.506	0.585	0.511	0.711
SP	0.384	0.456	0.361	0.512	0.555	0.427	0.506	0.927	0.585	0.690	0.492
P	0.650	0.694	0.383	0.677	0.599	0.530	0.585	0.585	0.789	0.635	0.628
TRUST	0.468	0.501	0.476	0.568	0.514	0.549	0.511	0.690	0.635	0.959	0.586
CI	0.534	0.612	0.390	0.663	0.556	0.585	0.711	0.492	0.628	0.586	0.906

Note: Square roots of average variances extracted (AVEs) shown on diagonal.

D. Uji Inner Model

* Latent variable coefficients *

R-squared coefficients

PE	EE	SI	FC	PV	HM	HB	SP	P	TRUST	CI
									0.710	0.368

Adjusted R-squared coefficients

PE	EE	SI	FC	PV	HM	HB	SP	P	TRUST	CI
									0.686	0.362

Composite reliability coefficients

PE	EE	SI	FC	PV	HM	HB	SP	P	TRUST	CI
0.893	0.919	0.935	0.880	0.936	0.903	0.901	0.948	0.891	0.958	0.932

Cronbach's alpha coefficients

PE	EE	SI	FC	PV	HM	HB	SP	P	TRUST	CI
0.820	0.882	0.896	0.795	0.897	0.839	0.835	0.918	0.846	0.912	0.890

Average variances extracted

PE	EE	SI	FC	PV	HM	HB	SP	P	TRUST	CI
0.736	0.739	0.828	0.711	0.830	0.758	0.753	0.859	0.622	0.919	0.821

Full collinearity VIFs

PE	EE	SI	FC	PV	HM	HB	SP	P	TRUST	CI
2.067	2.475	1.475	2.708	2.091	1.897	2.506	2.241	2.369	2.665	2.917

Q-squared coefficients

PE	EE	SI	FC	PV	HM	HB	SP	P	TRUST	CI
									0.636	0.371

Minimum and maximum values

PE	EE	SI	FC	PV	HM	HB	SP	P	TRUST	CI
-4.788	-3.795	-3.495	-2.937	-2.621	-2.572	-3.404	-3.346	-2.973	-2.562	-3.112
0.672	0.812	1.194	0.864	1.000	1.231	1.007	0.935	0.983	0.937	0.870

Medians (top) and modes (bottom)

PE	EE	SI	FC	PV	HM	HB	SP	P	TRUST	CI
0.672	0.374	0.022	0.296	0.102	0.093	0.160	0.004	0.191	0.253	0.318
0.672	0.812	1.194	0.864	1.000	1.231	1.007	0.935	0.983	0.937	0.870

Skewness (top) and exc. kurtosis (bottom) coefficients

PE	EE	SI	FC	PV	HM	HB	SP	P	TRUST	CI
-1.981	-1.379	-0.759	-1.100	-0.610	-0.501	-0.951	-0.804	-0.781	-0.719	-0.994
4.680	1.611	0.413	0.406	-0.760	-0.600	0.558	-0.115	-0.271	-0.629	0.290

Tests of unimodality: Rohatgi-Székely (top) and Klaassen-Mokveld-van Es (bottom)

PE	EE	SI	FC	PV	HM	HB	SP	P	TRUST	CI
Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes

Tests of normality: Jarque–Bera (top) and robust Jarque–Bera (bottom)

PE	EE	SI	FC	PV	HM	HB	SP	P	TRUST	CI
No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
No	No	No	No	No	Yes	No	No	No	No	No

* Effect sizes for path coefficients *

	PE	EE	SI	FC	PV	HM	HB	SP	P	TRUST	CI
TRUST	0.017	0.016	0.079	0.054	0.009	0.086	0.031	0.291	0.127		
CI										0.368	

E. Uji Hipotesis

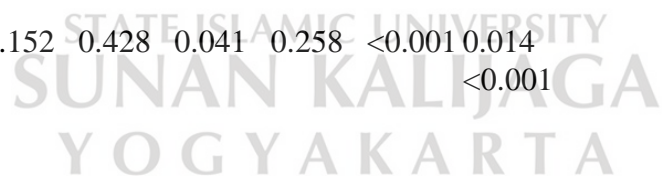
* Path coefficients and P values *

Path coefficients

	PE	EE	SI	FC	PV	HM	HB	SP	P	TRUST	CI
TRUST		0.036	0.031	0.156	0.092	0.017	0.155	0.058	0.421	0.195	
CI										0.607	

P values

	PE	EE	SI	FC	PV	HM	HB	SP	P	TRUST	CI
TRUST		0.346	0.365	0.039	0.152	0.428	0.041	0.258	<0.001	0.014	
CI										<0.001	



Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup**CURICULUM VITAE****Data Pribadi**

Nama : Alfian Nisa Septiani
Tempat Tanggal Lahir : 17 September 1998
Alamat : Ngemplak, Banjarharjo, Kalibawang, Kulon Progo
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Telepon : 087826498466
Status : Belum menikah
Golongan Darah : O
Kewarganegaraan : Indonesia
E-mail : nisaalfian581@gmail.com

Riwayat Pendidikan

Tahun	Institusi
2017-sekarang	Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
2014-2017	SMA Negeri 1 Sentolo
2011-2017	SMP Negeri 2 Kalibawang
2005-2011	SD Negeri Ngemplak



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA