

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN,
DAN RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *MOBILE*
BANKING SYARIAH
(STUDI KASUS PADA GENERASI MILENIAL DI YOGYAKARTA)**



SKRIPSI

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

OLEH:

**ULFA DWI TANTI
NIM. 17108020105**

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

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN,
DAN RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *MOBILE*
BANKING SYARIAH
(STUDI KASUS PADA GENERASI MILENIAL DI YOGYAKARTA)**



SKRIPSI

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

OLEH:

ULFA DWI TANTI
NIM. 17108020105

DOSEN PEMBIMBING:

JAUHAR FARADIS, S.H.I., M.A.
NIP. 19840523 201101 1 008

**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-1037/Un.02/DEB/PP.00.9/11/2021

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING SYARIAH (STUDI KASUS PADA GENERASI MILENIAL DI YOGYAKARTA)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ULFA DWI TANTI
Nomor Induk Mahasiswa : 17108020105
Telah diujikan pada : Jumat, 17 September 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 619d9f87eb3c

Ketua Sidang
Jauhar Faradis, S.H.I., M.A.
SIGNED



Valid ID: 6183ab0b5de7

Penguji I
Alex Fahrur Riza, SE., M.Sc.
SIGNED



Valid ID: 619c8f776f476

Penguji II
Rifaatul Indana, S.E.I., M.E.
SIGNED



Valid ID: 619f07e5781e0

Yogyakarta, 17 September 2021
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Ulfa Dwi Tanti

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

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

Nama : Ulfa Dwi Tanti

NIM : 17108020105

Judul Skripsi : “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Kepercayaan, dan Risiko terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Syariah (Studi Kasus pada Generasi Milenial di Yogyakarta)”

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

Dengan ini, kami berharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 07 September 2021

Pembimbing

Jauhar Faradis, S.H.I., M.A.
NIP. 19840523 201101 1 008

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ulfa Dwi Tanti

NIM : 17108020105

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Kepercayaan, dan Risiko terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Syariah (Studi Kasus pada Generasi Milenial di Yogyakarta)**" adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali, pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 07 September 2021

Penyusun



Ulfa Dwi Tanti
NIM. 17108020105

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

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

Nama : Ulfa Dwi Tanti
NIM : 17108020105
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

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

“Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Kepercayaan, dan Risiko terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Syariah (Studi Kasus pada Generasi Milenial di Yogyakarta)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia, 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, 07 September 2021

Penyusun

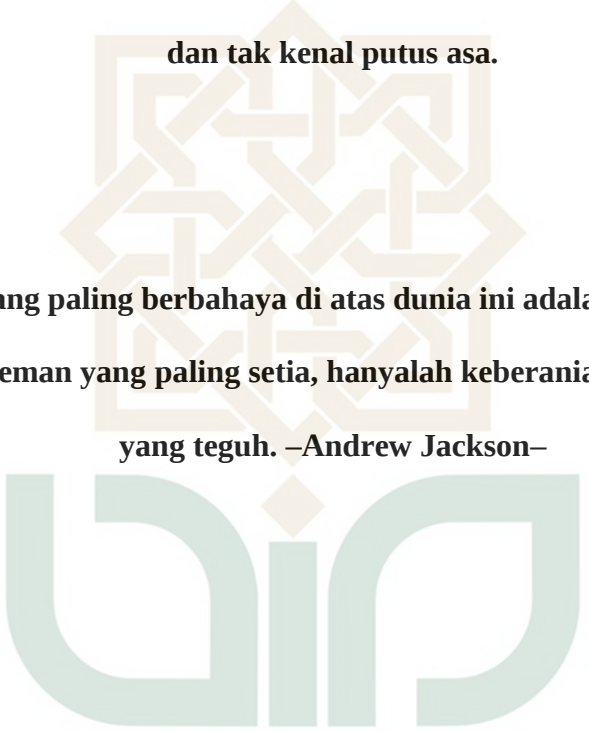


Ulfa Dwi Tanti
NIM. 17108020105

MOTTO

**Jawaban dari sebuah keberhasilan adalah terus belajar
dan tak kenal putus asa.**

**Musuh yang paling berbahaya di atas dunia ini adalah penakut dan
bimbang. Teman yang paling setia, hanyalah keberanian dan keyakinan
yang teguh. –Andrew Jackson–**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

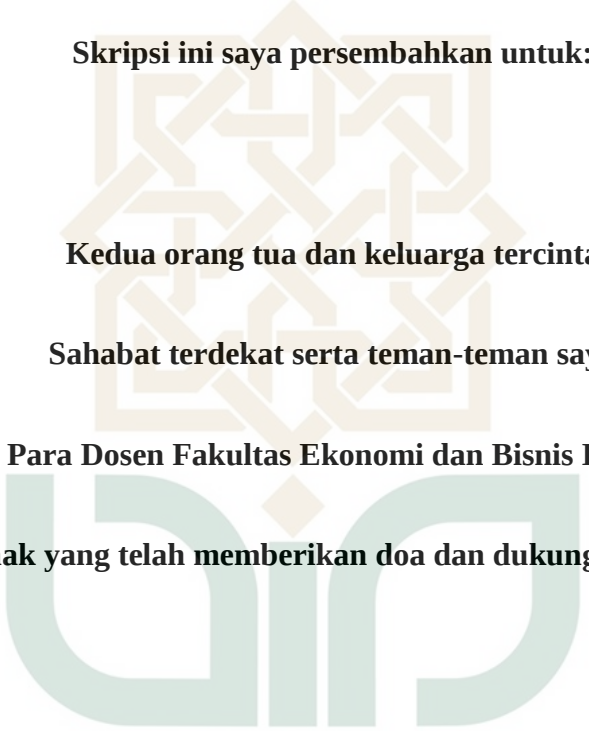
Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua dan keluarga tercinta

Sahabat terdekat serta teman-teman saya

Para Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Semua pihak yang telah memberikan doa dan dukungan kepada saya



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	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Zāl	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Šād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	koma terbalik di atas

غ	Gain	g	Ge
ف	Fā'	f	Ef
ق	Qāf	q	Qi
ك	Kāf	k	Ka
ل	Lām	l	El
م	Mīm	m	Em
ن	Nūn	n	En
و	Wāwu	w	We
ه	Hā	h	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	Yā'	y	Ye

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

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

C. Tā' marbūṭah

Semua *Tā' marbūṭah* ditulis dengan h, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “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>
كرمة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

--- َ ---	Fathah	Ditulis	A
--- ِ ---	Kasrah	Ditulis	i
--- ُ ---	Dammah	Ditulis	u
نَعَلَ	Fathah	Ditulis	<i>fa'ala</i>
ذَكَرَ	Kasrah	Ditulis	<i>zūkara</i>
يَذْهَبُ	Dammah	Ditulis	<i>yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. Fathah + alif	Ditulis	<i>ā</i>
جاهلية	Ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>ā</i>

جاهلية	Ditulis	tansā
3. Kasrah + ya' mati	Ditulis	ī
كريم	Ditulis	karīm
4. Dhammah + wawu mati	Ditulis	ū
فروض	Ditulis	furūd

F. Vokal Rangkap

1. Fathah + yā' mati	Ditulis	ai
بينكم	Ditulis	bainakum
2. Dhammah + wāwu mati	Ditulis	au
قول	Ditulis	qaul

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

أَنْتُمْ	Ditulis	a'antum
أَعَدَّتْ	Ditulis	u'iddat
اِنَّ شَكَرْتُمْ	Ditulis	la'in syakartum

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti oleh huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

الْقُرْآن	Ditulis	Al-Qur'an
الْقِيَّاس	Ditulis	Al-Qiyas

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

السماء	Ditulis	<i>As-Sama'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-Kata dalam Penulisan Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوي الفروض	Dibaca	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنة	Dibaca	<i>Ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi atau tugas akhir berjudul **“Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Kepercayaan, dan Risiko terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Syariah (Studi Kasus pada Generasi Milenial di Yogyakarta)”** dengan sebaik-baiknya. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah mengantarkan kita dari kegelapan peradaban menuju peradaban yang penuh dengan ilmu pengetahuan dan selalu kita nantikan syafa'atnya di hari akhir nanti.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata 1 (satu) Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tentunya, dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

2. Bapak Dr. Afdawaiza, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, M.M. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah.
4. Bapak Hasan Al Banna, SEI., M.E selaku Dosen Penasihat Akademik.
5. Bapak Jauhar Faradis, S.H.I, M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, motivasi, serta banyak masukan dari awal proses penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan wawasan serta ilmu pengetahuan yang luas selama di bangku perkuliahan.
7. Seluruh Pegawai Staf Tata Usaha Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Kedua orang tua tercinta Bapak Sukaryanto dan Ibu Trinuraini, yang sangat penulis sayangi dan cintai, terima kasih yang amat mendalam karena telah menjadi orang tua yang sangatlah sabar dan ikhlas dalam mendidik anak-anaknya, penuh perjuangan dalam menafkahi, selalu memberikan nasihat yang sangat berguna, doa tiada henti, dukungan yang menguatkan, motivasi yang berharga, kasih sayang kepada anaknya, serta semua kebaikan yang selalu diberikan kepada penulis.
9. Seluruh keluarga yang penulis cintai, di mana selalu memberikan dukungan dan motivasi.

10. Teman-teman KKN Angkatan 102 Kalijaga Berdikari di Dusun Benyo, Sendangsari, Pajangan, Bantul, Yogyakarta.
11. Seluruh teman-teman Perbankan Syariah angkatan 2017, khususnya PS C yang selama di bangku perkuliahan ini telah menempuh pendidikan bersama-sama.
12. Sahabat-sahabat tersayang dari awal semester, yang menjadi penyemangat dan pemberi motivasi bagi penulis. Terima kasih kepada Enny dan Tyas.
13. Seluruh pihak yang telah terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dalam kelancaran penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Allah SWT selalu melindungi dan melimpahkan rahmat-Nya kepada semua orang yang telah berjasa dalam membantu hidup penulis. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan menjadi amal shaleh dan memperoleh balasan dari Allah SWT. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik serta saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 07 September 2021



Ulfa Dwi Tanti

NIM: 17108020105

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
ABSTRAK	xxiii
ABSTRACT	xxiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian	15
D. Manfaat Penelitian	16
E. Sistematika Pembahasan	17
BAB II LANDASAN TEORI	19
A. Kerangka Teori.....	19
1. Perilaku Konsumen.....	19
2. Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam.....	20
3. Perbankan Syariah	22
4. <i>Mobile Banking</i>	24
5. TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>).....	26

6. Minat.....	31
7. Persepsi Kegunaan.....	32
8. Kemudahan	33
9. Kepercayaan.....	35
10. Risiko.....	37
11. Generasi Milenial.....	39
B. Telaah Pustaka	44
C. Pengembangan Hipotesis	50
D. Kerangka Pemikiran.....	54
BAB III METODE PENELITIAN	55
A. Jenis Penelitian.....	55
B. Sumber Data Penelitian.....	55
C. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	56
D. Populasi dan Sampel Penelitian	57
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	60
F. Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran.....	64
G. Teknik Analisis Data.....	65
1. Analisis Deskriptif.....	66
2. Uji Instrumen.....	66
3. Uji Asumsi Klasik	67
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
5. Uji Hipotesis	70
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	74
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	74
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	75
1. Karakteristik Kota/Kabupaten	75
2. Karakteristik Jenis Kelamin.....	76
3. Karakteristik Tahun Lahir.....	77
4. Karakteristik Jenjang Pendidikan	78
5. Karakteristik Pekerjaan.....	79

6. Karakteristik Penghasilan	80
C. Hasil Analisis Data.....	81
1. Pengujian Instrumen Penelitian	81
2. Uji Asumsi Klasik.....	83
D. Analisis Regresi Linier Berganda	87
E. Uji Hipotesis	90
1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	90
2. Uji Simultan (Uji F).....	91
3. Uji Parsial (Uji t)	92
F. Pembahasan Hasil Penelitian	97
1. Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Syariah di Yogyakarta	97
2. Pengaruh Kemudahan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Syariah di Yogyakarta	101
3. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Syariah di Yogyakarta	104
4. Pengaruh Risiko terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Syariah di Yogyakarta	107
BAB V PENUTUP	112
A. Kesimpulan	112
B. Keterbatasan Penelitian	113
C. Saran.....	114
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN	i

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk DIY	9
Tabel 1.2 Jumlah Jaringan Kantor Bank Syariah di Yogyakarta	9
Tabel 2.1 Telaah Pustaka	44
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	61
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	65
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Nasabah Bank Syariah.....	75
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Kota/Kabupaten	76
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Tahun Lahir	77
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	78
Tabel 4.6 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	79
Tabel 4.7 Data Responden Berdasarkan Penghasilan	80
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	81
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	83
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas Uji Kolmogorov-Smirnov.....	85
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	86
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	87
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	88
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	90
Tabel 4.15 Hasil Uji F	91
Tabel 4.16 Hasil Uji t.....	93
Tabel 4.17 Detail Jawaban Kuesioner Penelitian Variabel Persepsi Kegunaan ...	99
Tabel 4.18 Detail Jawaban Kuesioner Penelitian Variabel Kemudahan.....	103
Tabel 4.19 Detail Jawaban Kuesioner Penelitian Variabel Kepercayaan	106
Tabel 4.20 Detail Jawaban Kuesioner Penelitian Variabel Risiko	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	27
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	54
Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas Data	84
Gambar 4.2 Grafik Normal P-P Plot.....	84



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	i
Lampiran 2. Data Responden.....	vii
Lampiran 3. Data Jawaban Kuesioner Responden.....	ix
Lampiran 4. Hasil Olah Data SPSS.....	xvii
Lampiran 5. <i>Curriculum Vitae</i>	xxvii



ABSTRAK

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan, kepercayaan, dan risiko terhadap minat generasi milenial menggunakan *mobile banking* syariah di Yogyakarta. Jenis penelitian dalam penelitian ini merupakan kuantitatif dan bersifat kausal. Dalam penelitian ini sampel yang dibutuhkan adalah sebanyak 200 responden dengan metode *sampling incidental*. Data yang didapatkan dari penelitian ini bersumber dari kuesioner yang dibagikan. Penelitian ini menggunakan metode analisis yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda dengan alat analisis yaitu IBM SPSS versi 25. Dalam penelitian ini hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan *mobile banking* syariah di Yogyakarta, kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan *mobile banking* syariah di Yogyakarta, kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan *mobile banking* syariah di Yogyakarta, dan risiko tidak berpengaruh terhadap minat generasi milenial menggunakan *mobile banking* syariah di Yogyakarta.

Kata Kunci: *Mobile Banking* Syariah, TAM, IBM SPSS, Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Kepercayaan, Risiko, Minat Menggunakan



ABSTRACT

This research aims to determine the effect of perceived usefulness, ease, trust, and risk on the millennial generation's intention of using sharia mobile banking in Yogyakarta. The type of research is quantitative and causal. In this research, the sample required is as many as 200 respondents with incidental sampling method. The data obtained from this research were sourced from the distributed questionnaires. This research uses analytical methods, namely validity test, reliability test, classical assumption test, and multiple linear regression analysis with an analytical tool, namely IBM SPSS version 25. In this research, the results obtained indicate that perceived usefulness has a positive and significant effect on the millennial generation's intention of using sharia mobile banking in Yogyakarta, ease has a positive and significant effect on the millennial generation's intention of using sharia mobile banking in Yogyakarta, trust has a positive and significant effect on the millennial generation's intention of using sharia mobile banking in Yogyakarta, and risk has no effect on the millennial generation's intention of using sharia mobile banking in Yogyakarta.

Keywords: *Sharia Mobile Banking, TAM, IBM SPSS, Perceived Usefulness, Ease, Trust, Risk, Intention of Use*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Berkembangnya teknologi kini dinilai sangatlah pesat dari tahun ke tahun. Perkembangan teknologi yang dimaksudkan salah satunya merupakan teknologi internet. Teknologi internet sudah tidak asing lagi digunakan dalam menunjang aktivitas hingga saat ini. Ditandai dengan terus meningkatnya jumlah pengguna yang memanfaatkan internet. Riyanto & Nistanto (2021) memberikan informasi dari survei yang dilakukan oleh HootSuite dengan laporan penggunaan internet dengan penduduk berumur 16 sampai dengan 64 tahun diakui mempunyai berbagai macam peralatan elektronik, antara lain ponsel (telepon seluler), laptop atau *personal computer*, tablet, jam pintar atau *smartwatch*, serta elektronik lainnya. Di Indonesia pun diketahui pengakses internet (berumur 16 sampai 64 tahun) memiliki telepon seluler (*smartphone*) mencapai sebesar 98,3%. Tidak diragukan lagi, ponsel ini dimanfaatkan sebagai teknologi yang sering digunakan mengakses di internet.

Dikutip dari Jamaludin (2020), di mana Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dan Indonesia Survey Center (ISC) ikut serta melakukan survei mengenai jumlah pengakses internet di Indonesia tahun 2019 sampai kuartal kedua tahun 2020. Dalam survei diperoleh laporan bahwa pengakses internet di Indonesia sebanyak 196,71 juta dari 266 juta penduduk Indonesia. Dalam perhitungannya naik sebesar 73,7%

daripada tahun sebelumnya yaitu 64,8%. Tahun 2018, banyaknya pengguna internet Indonesia memperoleh 171,17 juta pengakses. Artinya, pertumbuhan meningkat 8,9% dari tahun 2018 hingga 2019-2020 (kuartal kedua). Hingga awal tahun 2021, dicapai 202,6 juta jiwa pengguna internet di Indonesia (Riyanto & Nistanto, 2021).

Dari perkembangan teknologi dan penggunaanya yang terus meningkat tersebut tentu saja dapat menjadikan dukungan sebuah organisasi untuk bersaing dalam dunia bisnis. Semakin cepat dan mudahnya memperoleh informasi dengan menggunakan teknologi canggih tersebut dapat memberikan dampak meningkatnya interaksi antar orang dalam memperoleh informasi yang diinginkan. Dengan demikian, teknologi yang terus berkembang tersebut membuat perubahan pada berkembangnya teknologi informasi maupun komunikasi, terutama bidang ekonomi maupun sosial, termasuk aktivitas transaksi keuangan yang dilakukan secara langsung ataupun tidak langsung.

Dapat diketahui, perusahaan maupun organisasi ikut serta dalam memanfaatkan teknologi yang terus berkembang yaitu melalui kegiatan transaksi perbankan. Dengan mengikuti perkembangan teknologi, perbankan mempunyai maksud untuk menjalankan perusahaannya dengan sehat dan meningkatkan pencapaian kinerja. Perbankan tidak tertinggal untuk berinovasi dan bertransformasi dalam perkembangan industri yang telah dikenal dengan istilah fintech (*financial technology*) dalam sektor digital. Perbankan mengembangkan suatu teknologi berwujud sistem

layanan digital pada pengguna ataupun nasabah melalui layanan *mobile banking* (Kurniawati, Winarno, & Arif, 2017).

Mobile banking adalah layanan berbentuk jasa yang memanfaatkan teknologi informasi dalam pengoperasiannya. *Mobile banking* ataupun mempunyai istilah *m-banking*, yaitu sebuah layanan yang disediakan oleh perbankan dalam mendukung kelancaran serta memudahkan aktivitas transaksi perbankan (Ramadhan & Herianingrum, 2017). *Mobile banking* memungkinkan penggunanya untuk bertransaksi termasuk melakukan pembayaran-pembayaran dengan sistem *online*, yang berarti untuk menggunakannya harus selalu terkoneksi dengan internet. Aplikasi ini juga dapat membuktikan bahwa pihak bank dapat meningkatkan layanan lebih cepat serta mencapai jangkauan lebih luas pada kegiatan perbankan yang dijalankan (Fadlan & Dewantara, 2018). Dengan kemunculan layanan *m-banking*, maka diyakinkan dapat membantu memudahkan serta memberikan keuntungan pada penggunanya untuk mengakses layanan-layanan hanya dengan memanfaatkan aplikasi saja tidak diharuskan mendatangi lokasi lembaga keuangan tersebut.

Perbankan mengeluarkan layanan ini tidak terlepas dengan adanya perkembangan teknologi informasi, yang pada kenyataannya *mobile banking* ini memudahkan pelaksanaan bertransaksi, namun di sudut berbeda dapat pula membuat penggunaannya semakin berisiko. Melihat kenyataan tersebut, perlu adanya faktor keamanan yang harus diperhatikan, bahkan dengan faktor tersebut dapat dijadikan fitur utama

yang dilengkapi oleh pihak bank demi kenyamanan pengguna *mobile banking* (Fadlan & Dewantara, 2018).

Telah banyak dilihat dan diketahui pula, berbagai penawaran layanan *mobile banking* yang dilakukan melalui media-media elektronik serta penawaran secara langsung oleh pihak bank kepada nasabah ketika pembuatan rekening tabungan. Akan tetapi, masih terdapat pula orang yang kurang berminat akan manfaat aplikasi. Penyebab dari kendala ini berupa pemahaman yang kurang mengenai bergunanya dan mudahnya aplikasi yang ditawarkan, selain itu terdapat pula orang yang lebih memilih melakukan transaksi perbankan dengan cara manual yaitu datang di lokasi bank dengan cara mengantre (Kurniawati et al., 2017).

Laporan dari Pusparisa (2020) menyatakan Indonesia diprediksikan untuk penggunaan telepon seluler pintar (*smartphone*) semakin naik persentasenya. Data menunjukkan tahun 2015, diperoleh 28,6% penduduk yang memanfaatkan *smartphone*. Kemudian dari tahun ke tahun, pengguna *smartphone* semakin meningkat. Pada tahun 2018, lebih dari setengah populasi di Indonesia atau sebesar 56,2% telah menggunakan *smartphone*. Hingga tahun 2019, sebanyak 63,3% masyarakat menggunakan *smartphone*. Diperkirakan pada tahun 2025, setidaknya sebesar 89,2% penduduk Indonesia akan menggunakan *smartphone*. Selama kurun waktu enam tahun, semenjak 2019 dinyatakan penembusan *smartphone* Indonesia meningkat 25,9%. Meningkatnya pengguna *smartphone* ini menyebabkan teknologi semakin dianggap sangat berguna untuk

menunjang aktivitas sehari-hari. Setelah melihat laporan Pusparisa (2020) dari katadata.co.id mengenai pengguna *smartphone* di Indonesia, seharusnya dapat memberikan peningkatan minat menggunakan *mobile banking*.

Selanjutnya, melalui laporan Miftahudin (2020) bersumber dari laporan OJK menunjukkan bahwa transaksi digital mengalami peningkatan pesat selama masa pandemi *covid-19*. Pada Maret 2020 kegiatan transaksi meningkat sebesar 320%, kemudian April 2020 naik mencapai 480%. Seperti pada BNI terjadi kenaikan transaksi layanan *m-banking* paling signifikan mencapai 84,4% (*year on year*). Sedangkan, BRI mencatat kenaikan transaksi pada layanan BRI Mobile sebesar 31% (*year on year*) pada Mei 2020. Selanjutnya, BCA juga melaporkan pengakses layanan pembayaran digital naik 20% sampai 30% dengan calon nasabah membuka rekening melalui *video banking* memperoleh 5.100 rekening tiap harinya. Terlihat melalui laporan tersebut jumlah peminat semakin bertambah dalam menggunakan layanan perbankan digital terutama *mobile banking* dan hal ini juga menandakan bahwa pengguna yang telah memanfaatkan *m-banking* dirasa lebih nyaman untuk melaksanakan aktivitas bertransaksi di perbankan menggunakan *smartphone*. Ditambah lagi, saat ini diketahui pula transaksi secara *offline* atau transaksi yang mewajibkan nasabah untuk datang ke lokasi bank terjadi penurunan. Dalam hal ini, telah terjadi tren peningkatan penutupan kantor cabang. Menurut Indonesia Fintech Institute (2021) juga

menambahkan bahwa masyarakat atau nasabah dikatakan sudah tidak memanfaatkan ATM untuk melakukan transaksi, mereka lebih memilih berpindah menggunakan *mobile banking*.

Tentunya, pengguna dari *mobile banking* berasal dari berbagai golongan usia. Pengguna tersebut dapat masuk dalam kategori generasi milenial. Menurut Yuswohady (2016), *millennial generation* merupakan generasi terlahir dalam rentang waktu awal tahun 1980 hingga 2000. Generasi ini dikenal dengan individu yang banyak memanfaatkan teknologi komunikasi atau dikenal juga kelompok yang hidup di masa *internet booming* (Lancaster & Stillman, 2002).

Badan Pusat Statistik (BPS) menyebutkan bahwa pengguna aktif internet sebagian besar merupakan generasi milenial. Melalui profil Generasi Milenial tahun 2018, dinyatakan *millennial generation* berjumlah 33,75% pada total populasi. Dengan demikian, generasi milenial menyumbangkan untuk pembentukan struktur jumlah penduduk dengan usia produktif yang cukup tinggi, di mana 67,02% penduduk berusia produktif, kira-kira 50,36% merupakan generasi Y (Susanti, 2020).

BPS memberikan penjelasan (melalui Data Statistik Telekomunikasi Indonesia) bahwa pengaksesan internet didominasi pemanfaatan media sosial yaitu sebesar 79,13% dan mendapatkan informasi atau berita sebesar 65,97%. Untuk pengaksesan internet lain yaitu *entertainment* sebesar 45,07%, tugas sekolah sebesar 25,87%, penggunaan *electronic mail* sebesar 21,10%, jual beli barang dan jasa

online mencapai 10,82%, fasilitas keuangan sebesar 5,08%, dan tujuan lain sebesar 12,84% (Susanti, 2020). Terlihat melalui laporan tersebut, penggunaan fasilitas keuangan melalui internet ini masih belum mendominasi atau tergolong rendah, artinya masih terdapat generasi milenial yang belum berminat menggunakan fasilitas keuangan, khususnya *mobile banking*. Fasilitas keuangan termasuk *mobile banking* ini berarti juga belum dimanfaatkan secara maksimal. Hal ini berbanding terbalik dengan laporan yang dinyatakan oleh Miftahudin (2020) dalam laporan OJK mengenai peningkatan layanan perbankan digital.

Saat ini pun, Bank Indonesia telah gencar menerapkan kebijakan untuk melakukan transaksi non tunai. Hingga sepanjang tahun 2020, Bank Indonesia telah memberikan catatan bahwa transaksi non tunai telah meningkat seiring perkembangan digitalisasi. Nilai transaksi *digital banking* sebesar Rp2.774,5 triliun atau tumbuh 13,91% *year on year* (secara tahunan) (Sahara, 2021). Sementara itu, diketahui jumlah pengguna *mobile banking* di Indonesia pun pada tahun 2020 telah mencapai 36 juta hingga tahun 2023 diprediksikan menjadi 88 juta pengguna (Zufrizal, 2020). Salah satunya, dilaporkan pada kuartal I 2021, jumlah pengguna BNI *mobile banking* mencapai 8,56 juta pengguna atau tumbuh 58,4% daripada kuartal I 2020 sebesar 5,41 juta (DetikNews, 2021).

Dengan jumlah persentase generasi milenial yang berjumlah cukup besar tersebut, pihak perbankan terutama perbankan syariah dapat

memanfaatkan fenomena yang ada agar generasi milenial berminat untuk memanfaatkan pelayanan lembaga bank syariah dan memutuskan memakai *m-banking* syariah. Didukung pula dengan pemakaian *smartphone* yang terus naik pula, pihak bank syariah dapat menawarkan layanan *m-banking* syariah melalui berbagai fitur yang lengkap sehingga dapat memenuhi kebutuhan dari nasabah. Canggihnya *smartphone* membuat masyarakat semakin mudah untuk memanfaatkan aplikasi layanan *mobile banking* hanya melalui genggam tangan saja. Selain itu, diketahui bahwa telah banyak bermunculan berbagai layanan *mobile banking* syariah seperti BSI (Bank Syariah Indonesia) mengeluarkan aplikasi BSI *Mobile*, BCA Syariah mengeluarkan sistem layanan BCA Syariah *Mobile*, Bank Muamalat mengeluarkan Muamalat *Mobile* serta layanan *mobile banking* syariah dari bank syariah lainnya.

OJK (2021) dalam Statistik Perbankan Syariah April 2021 mencatat jumlah nasabah bank syariah di Indonesia yang memiliki rekening bank syariah berjumlah 30 juta lebih nasabah. Hal ini membuktikan telah banyak masyarakat yang berminat melakukan transaksi perbankan melalui perbankan syariah. Tentunya sebagian besar nasabah bank syariah tersebut telah menggunakan *mobile banking* syariah dan terdapat pula nasabah yang belum menggunakannya.

Dalam penelitian ini, objek penelitian yang dipilih oleh penulis merupakan generasi milenial yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Yogyakarta merupakan daerah dengan kepadatan penduduk yang cukup

tinggi. Diketahui di Yogyakarta ini terdapat 5 kabupaten. Berdasarkan data yang diterbitkan oleh BPS (2020), disampaikan bahwa jumlah penduduk di Yogyakarta mencapai 3.668.719 jiwa. Di bawah ini adalah tabel berisikan jumlah penduduk berdasarkan kabupaten/kota di Yogyakarta.

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk DIY

No.	Kabupaten/Kota	Jumlah Penduduk
1	Kulon Progo	436.395
2	Bantul	985.770
3	Gunungkidul	747.161
4	Sleman	1.125.804
5	Kota Yogyakarta	373.589

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2020

Melalui tabel tersebut, penulis menjadi tertarik untuk mengetahui faktor-faktor yang membuat generasi milenial di Yogyakarta berminat untuk menggunakan *mobile banking* syariah. Ditambah lagi terdapat lembaga bank syariah yang cukup memadai di Yogyakarta tersebar di beberapa tempat tiap kabupatennya. Dalam laporan Statistik Perbankan Syariah yang diterbitkan oleh OJK (2021) mencatat jumlah jaringan kantor bank syariah di Yogyakarta yang terangkum pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.2 Jumlah Jaringan Kantor Bank Syariah di Yogyakarta

Bank Umum Syariah	
Kantor Pusat Operasional/ Kantor Cabang	8
Kantor Cabang Pembantu/ Unit Pelayanan Syariah	26
Kantor Kas	10
Unit Usaha Syariah	
Kantor Pusat Operasional/ Kantor Cabang	5
Kantor Cabang Pembantu/ Unit Pelayanan Syariah	9

Kantor Kas	3
BPRS	
Jaringan Kantor	12

Sumber: Statistik Perbankan Syariah, 2021

Untuk mengetahui faktor-faktor diterimanya penggunaan teknologi terdapat salah satu pendekatan yang dapat digunakan yaitu model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM). Model penerimaan teknologi ini dikembangkan oleh Davis berdasarkan adaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dicetuskan oleh Ajzen dan Fishbein (1980). Dalam TAM terdapat konstruk-construct yang relevan terhadap perilaku penggunaan teknologi seperti persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) serta persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Persepsi kegunaan diartikan oleh Davis (1989) yaitu kemungkinan subjektif calon pemakai memanfaatkan teknologi dapat menjadikan kinerjanya meningkat. Sedangkan persepsi kemudahan penggunaan merupakan taraf ukuran di mana calon pemakai mempunyai harapan agar sistem target terbebas dari usaha (*effort*).

Persepsi kegunaan menjadi salah satu faktor yang dapat meyakinkan keinginan atau minat seseorang dalam penggunaan *mobile banking*. Persepsi kegunaan ialah takaran melalui pemakaian sebuah sistem diyakini dapat memunculkan kebermanfaatan pada seseorang yang memakainya (Wibowo, 2006). Perihal ini didukung oleh penelitian Rahayu (2015) di mana memperoleh hasil yakni terdapat pengaruh persepsi kegunaan atau persepsi manfaat terhadap minat perilaku

menggunakan *mobile banking*. Berbeda dengan penelitian dari Aieni & Purwantini (2017), menunjukkan tidak terdapat pengaruh signifikan pada variabel persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) pada penggunaan *mobile banking*.

Selanjutnya, kemudahan (*perceived ease of use*) mempunyai pengertian sejauh mana seorang individu yakin apabila memanfaatkan sebuah teknologi akan terbebas pada suatu usaha. Apabila seorang individu merasa yakin mengenai sebuah sistem tidaklah sulit digunakan maka hal tersebut adalah suatu keyakinan untuk mengambil keputusan (Jogiyanto, 2007). Penelitian yang dilakukan Fadlan & Dewantara (2018) menemukan persepsi kemudahan berpengaruh positif pada penggunaan *mobile banking*. Apabila sistem (termasuk *m-banking*) tidaklah sulit dipahami serta dioperasikan maupun diyakini mampu mendatangkan kegunaan kepada pengguna, hal ini tentu saja dapat memengaruhi perilaku seorang individu dalam pemakaian *m-banking*. Namun, berbeda dengan penelitian Rahayu (2015), memperoleh hasil yaitu persepsi kemudahan penggunaan memberikan pengaruh negatif pada minat perilaku dalam memakai *mobile banking*.

Selain itu, terdapat faktor lain untuk menentukan minat seseorang menggunakan *mobile banking* yaitu kepercayaan. Kepercayaan merupakan suatu pemberian nilai hubungan kepada individu lainnya pada transaksi tertentu yang sesuai keinginannya pada lingkungan yang sifatnya tidak menentu (Pavlou, 2002). Pada penelitian Rahmad, Astuti, & Riyadi (2017)

memperoleh hasil kepercayaan memberikan pengaruh terhadap minat menggunakan *SMS Banking*. Akan tetapi, penelitian oleh Aieni & Purwantini (2017) menunjukkan perbedaan hasil yaitu kepercayaan tidaklah mempunyai pengaruh secara signifikan pada penggunaan *mobile banking*.

Selain faktor-faktor di atas, terdapat faktor lainnya dalam memengaruhi minat menggunakan *mobile banking* yaitu risiko. Risiko menjadi suatu permasalahan yang mendasar dalam memanfaatkan sebuah teknologi terutama *m-banking*. Risiko dapat meliputi berbagai ketidakpastian yang terkait pada tiap aktivitas individu yang dilakukannya, di mana melalui adanya ketidakpastian ini dapat membuat tiap individu akan memilih jalan yang lebih aman baginya (Leeraphong & Mardjo, 2013). Dikutip melalui CNBC Indonesia yang melaporkan saat ini, tidak dapat dipungkiri lagi bahwa kejahatan digital terjadi di Indonesia. Salah satunya adalah kasus hilangnya uang yang dimiliki nasabah pada *internet banking* ataupun *m-banking* akibat dibobol. Diketahui nasabah di salah satu bank dengan kepemilikan ratusan juta uang pada rekening bank menghilang tanpa sisa (Franedya, 2020).

Melihat risiko yang ada, berbagai pihak perbankan mulai memberlakukan digitalisasi guna memperketat pengamanan transaksi maupun dana nasabah. Fitur keamanan ini dapat berupa *biometric login* serta notifikasi *real time* yang dapat meyakinkan nasabah bahwa dana yang dikelola oleh bank aman (Malvyandie & Sanusi, 2020). Selain itu,

perbankan akan selalu merahasiakan data-data privasi serta memberlakukan sistem dengan berbagai peraturan yang diterapkan oleh otoritas. Seperti halnya dengan kode-kode *One Time Password* atau OTP di mana tidak boleh dibagikan ke pihak manapun. Begitu pula, PT Bank Mandiri Tbk mempunyai sistem anti *fraud* yaitu *Fraud Risk Management System* (FRMS) yang berfungsi untuk mendeteksi risiko penipuan serta hal ini dapat mengurangi tindakan kecurangan dalam melakukan transaksi digital nasabah (Septiadi & Mahadi, 2020).

Demikian dalam penggunaan aplikasi *mobile banking*, apabila pihak bank memiliki kemampuan untuk memberikan layanan dengan sistem keamanan yang baik maka dapat dipastikan risiko yang muncul tidaklah tinggi. Dengan adanya sistem keamanan yang dilengkapi dalam aplikasi tersebut, tentu akan meminimalisir rasa khawatir pengguna akan risiko yang ada. Penelitian yang dilakukan oleh Djalil, Arfan, Yahya, & Sahirah (2017) memperoleh hasil risiko mempunyai pengaruh signifikan pada adopsi uang elektronik. Berbeda dengan hasil penelitian oleh Aieni & Purwantini (2017), di mana diperoleh hasil risiko tidaklah signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*.

Pada penelitian ini, diharapkan agar memberikan kontribusi positif khususnya pada masyarakat yaitu menumbuhkan tingkat literasi serta inklusi terkait dengan *mobile banking* syariah. Dikarenakan, *mobile banking* itu sendiri mempunyai banyak manfaat seperti praktis digunakan sehingga tidak mengharuskan untuk mendatangi ATM, mudah digunakan

hanya dengan memanfaatkan telepon genggam yang sudah terinstal aplikasi, terbebas dari biaya penggunaan aplikasi, aman ketika diakses, dan manfaat-manfaat lainnya (Maris, 2021). Maka, hal ini dapat menjadi peluang dalam menggunakan *mobile banking* bagi calon pengguna. Bagi bank syariah, harapannya penelitian yang dilakukan ini dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang dapat memengaruhi minat terutama generasi milenial di Yogyakarta untuk bertransaksi digital dengan *mobile banking* syariah.

Dari penelitian ini juga, diharapkan agar bank syariah di Indonesia terus memerhatikan faktor-faktor yang membuat nasabah maupun calon nasabah dapat melaksanakan transaksi perbankan termasuk melibatkan keamanan, kenyamanan, maupun kemudahan dalam menggunakan layanan yang telah disediakan, terutama sistem pembayaran digital ini. Pihak bank syariah juga harus teliti dan ketat dalam menjaga data pribadi milik nasabah agar tidak tersebar serta dapat menjauhkan permasalahan serta meminimalisir berbagai risiko. Bank syariah juga perlu mengadakan pengembangan seiring berjalannya waktu terhadap sistem layanan digital agar kebutuhan nasabah untuk bertransaksi terpenuhi serta agar perbankan syariah mampu mempunyai daya saing dengan baik terhadap lembaga-lembaga bank lainnya.

Bersumber pada penguraian latar belakang tersebut, penulis mempunyai ketertarikan dalam menganalisis lebih jauh terkait faktor-faktor yang memberikan pengaruh terhadap minat generasi milenial di

Yogyakarta dalam penggunaan *mobile banking* syariah, dikarenakan tidak konsistennya hasil dalam penelitian-penelitian terdahulu. Dengan demikian, penulis mengambil judul **“PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* SYARIAH (STUDI KASUS PADA GENERASI MILENIAL DI YOGYAKARTA)”**.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut, penulis memperoleh empat rumusan masalah. Rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat generasi milenial menggunakan *mobile banking* syariah di Yogyakarta?
2. Bagaimana kemudahan berpengaruh terhadap minat generasi milenial menggunakan *mobile banking* syariah di Yogyakarta?
3. Bagaimana kepercayaan berpengaruh terhadap minat generasi milenial menggunakan *mobile banking* syariah di Yogyakarta?
4. Bagaimana risiko berpengaruh terhadap minat generasi milenial menggunakan *mobile banking* syariah di Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Dari keempat rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang diinginkan untuk diperoleh antara lain:

1. Untuk menjelaskan terkait pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat generasi milenial menggunakan *mobile banking* syariah di Yogyakarta.
2. Untuk menjelaskan terkait pengaruh kemudahan terhadap minat generasi milenial menggunakan *mobile banking* syariah di Yogyakarta.
3. Untuk menjelaskan terkait pengaruh kepercayaan terhadap minat generasi milenial menggunakan *mobile banking* syariah di Yogyakarta.
4. Untuk menjelaskan terkait pengaruh risiko terhadap minat generasi milenial menggunakan *mobile banking* syariah di Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Adapun dalam penelitian ini, dimaksudkan dapat memberikan manfaat di antaranya:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Pada hasil penelitian dimaksudkan mampu memberikan penjelasan dan pengetahuan mengenai faktor-faktor seperti pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan, kepercayaan, serta risiko terhadap minat generasi milenial menggunakan *mobile banking* syariah.
 - b. Dapat dijadikan materi bacaan maupun referensi untuk pihak-pihak yang melaksanakan penelitian selanjutnya.
2. Manfaat Praktis
 - a. Temuan atau hasil pada penelitian ini diharapkan nantinya mampu memberikan partisipasi secara praktis serta memberikan manfaat bagi pihak lembaga keuangan (terutama bank syariah) agar dapat melakukan pengembangan ide atau inovasi terbaru terkait sistem

mobile banking ke depannya dengan kemampuan semakin canggih dan fitur-fitur yang terus diperbarui (*update*), sehingga nasabah pun akan terus menggunakannya.

- b. Memudahkan manajemen perbankan syariah dalam meningkatkan kiat-kiat (strategi) pemasaran terkait dengan peningkatan penggunaan fasilitas layanan *mobile banking* syariah.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk sistematika penulisan pada penelitian ini terdiri dari lima bab. Kelima bab telah diuraikan secara singkat, di mana masing-masing dijelaskan di bawah ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama berisi mengenai uraian latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan. Latar belakang penelitian membahas permasalahan akan kasus yang ingin penulis teliti, isu-isu berkaitan dengan persepsi kegunaan, kemudahan, kepercayaan, dan risiko. Sedangkan, penjelasan mengenai batasan-batasan yang akan dibahas penulis pada penelitian terletak pada rumusan masalah.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab kedua membahas terkait teori-teori dan telaah pustaka mengenai penelitian-penelitian sebelumnya (terdahulu) yang digunakan dalam penelitian sebagai acuan. Selanjutnya, terdapat pula hipotesis yang merupakan pendugaan sementara yang berasal dari rumusan masalah, serta

kerangka pemikiran yang disusun untuk menjelaskan dengan teoretis hubungan antar variabel-variabel dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ketiga membahas mengenai metode-metode penelitian yang digunakan dalam penelitian terdiri atas penjelasan mengenai jenis penelitian, sumber data penelitian, jenis serta teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, definisi operasional variabel penelitian, instrumen penelitian serta skala pengukuran, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab keempat ini menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian secara umum, analisis data maupun pembahasan hasil penelitian. Bab keempat ini sebagai suatu hasil yang mana merupakan jawaban dari pertanyaan-pertanyaan pada rumusan masalah yang terdapat pada bab sebelumnya.

BAB V PENUTUP

Dalam bab kelima berisi penjelasan mengenai simpulan yang didapatkan dari hasil penelitian. Selain itu, disajikan saran maupun beberapa masukan bagi pihak-pihak bersangkutan untuk menjadi pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan guna mencapai tujuan yaitu untuk menjelaskan pengaruh dari persepsi kegunaan, kemudahan, kepercayaan, dan risiko terhadap minat generasi milenial menggunakan *mobile banking* syariah di Yogyakarta. Dari hasil analisis maupun pembahasan pada bab sebelumnya, maka diambil kesimpulan antara lain:

1. Persepsi kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan *mobile banking* syariah di Yogyakarta. Dalam penelitian ini artinya hipotesis yang diterima adalah H_1 . Artinya, semakin tinggi persepsi kegunaan seseorang terhadap *mobile banking* syariah, maka dapat meningkatkan minat generasi milenial dalam menggunakan *mobile banking* syariah.
2. Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan *mobile banking* syariah di Yogyakarta. Dalam penelitian ini, artinya hipotesis yang diterima adalah H_2 . Artinya, semakin *mobile banking* syariah dirasakan memiliki kemudahan untuk dipakai, maka dapat meningkatkan minat generasi milenial dalam menggunakan *mobile banking* syariah.
3. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan *mobile banking* syariah di Yogyakarta. Dalam penelitian ini, artinya menerima H_3 . Artinya, semakin seseorang

memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap *mobile banking* syariah, maka dapat meningkatkan minat generasi milenial dalam menggunakan *mobile banking* syariah

4. Risiko tidak mempunyai pengaruh terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan *mobile banking* syariah di Yogyakarta. Dalam penelitian ini artinya hipotesis yang diterima adalah H_0 dan H_4 ditolak. Artinya, semakin tinggi ataupun rendah risiko dari penggunaan *mobile banking* syariah maka hal ini tidak menjamin akan meningkatkan minat generasi milenial dalam menggunakan *mobile banking* syariah.

B. Keterbatasan Penelitian

Selama melakukan penelitian ini tentu saja penulis menyadari masih memiliki beberapa keterbatasan. Berikut keterbatasan-keterbatasan yang dialami oleh penulis, yakni:

1. Variabel yang dipakai pada penelitian ini hanya terdiri dari empat variabel independen, antara lain persepsi kegunaan, kemudahan, kepercayaan, serta risiko untuk mengetahui pengaruhnya terhadap minat generasi milenial menggunakan *mobile banking* syariah. Variabel-variabel independen yang digunakan tersebut juga sudah terlalu umum dan sering diteliti.
2. Waktu dalam menyebarkan kuesioner penelitian sampai target dapat terpenuhi tergolong terlalu lama.

3. Pengambilan sampel untuk kriteria usia masih belum merata, sehingga belum dapat menjelaskan generasi milenial di Yogyakarta sesuai kriteria usia secara keseluruhan.

C. Saran

Dari hasil penelitiannya di mana sudah ditegaskan di atas, maka penulis mempunyai beberapa saran yang tentunya penulis harapkan agar mampu memberikan suatu manfaat kepada pihak-pihak bersangkutan. Berikut terdapat berbagai saran yang penulis ajukan, yakni:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan supaya menambah variabel independen yang lebih lengkap guna mengetahui pengaruh terhadap minat seseorang dalam menggunakan *mobile banking* syariah, sehingga nantinya dapat diperoleh informasi yang lebih jelas.
2. Bagi bank syariah diharapkan meningkatkan kualitas layanan dalam *mobile banking* syariah seperti menambah fitur-fitur baru, melakukan *update* aplikasi, memperkuat keamanan, dan faktor-faktor lain yang membuat calon pengguna semakin tertarik memanfaatkannya. Selain itu, bank syariah juga harus terus mempromosikan mengenai aplikasi *mobile banking* syariah agar menarik banyak pengguna untuk menggunakan layanan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Aboelmaged, M. G., & Gebba, T. R. (2013). Mobile Banking Adoption: An Examination of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. *International Journal of Business Research and Development*, 2(1), 35–50. https://doi.org/10.1007/978-3-531-92534-9_12
- Adams, D. A., Nelson, R. R., & Todd, P. A. (1992). Perceived Usefulness, Ease of Use, and Usage of Information Technology: A Replication. *MIS Quarterly*, 16(2), 227–247.
- Aieni, A. N., & Purwantini, A. H. (2017). Eksplorasi Penggunaan Mobile Banking: Pendekatan Technology Acceptance Model. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 15(1), 86–96.
- Anto, M. B. H. (2003). *Pengantar Ekonomi Mikro Islami*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Ardana, R. A., Kertahadi, & Azizah, D. F. (2014). The Influence of Perceived Usefulness, Ease of Use, Compatibility and Risk on Mobile Banking User Attitude (Study At PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Branch Malang Kawi). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 17(2), 1–7.
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- BPS. (2020). *Jumlah Penduduk Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)*. Yogyakarta.
- Cho, Y. C., & Sagynov, E. (2015). Exploring Factors That Affect Usefulness, Ease Of Use, Trust, And Purchase Intention In The Online Environment. *International Journal of Management & Information Systems*, 19(1), 21–36.
- Davis, F.D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003.
- Davis, Fred. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology*. 13(3), 319–340.
- Davis, G. B. (1993). *Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen* (Terjemahan). Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo.
- DetikNews. (2021, May 6). Wow! Ini Mobile Banking Terbaik Se-Indonesia. *News.Detik.Com*. Retrieved from <https://news.detik.com/adv-nhl-detikcom/d-5559538/wow-ini-mobile-banking-terbaik-se-indonesia>
- Dewi, N. M. A. P., & Warmika, I. G. K. (2016). Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko terhadap Niat

Menggunakan Mobile Commerce di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(4), 2606–2636.

- Djalil, M. A., Arfan, M., Yahya, M. R., & Sahirah, N. (2017). The Influence of Usefulness , Adequacy of Information , and Perceived Risk of Electronic Money Brizzi Adoption in Banda Aceh – Indonesia. *The 7th Annual International Conference (AIC) Syiah Kuala University and The 6th International Conference on Multidisciplinary Research (ICMR) in Conjunction with the International Conference on Electrical Engineering and Informatics (ICELTICs)*, 174–184.
- Engel, F. J., Roger, D., & Blackwell. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binapura Aksara.
- Fadlan, A., & Dewantara, R. Y. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 62(1), 82–89. Retrieved from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/2652/3045>
- Featherman, M., & Pavlou, P. (2002). Predicting E-Service Adoption : A Perceived Risk Facets Perspective. *Eighth Americas Conference on Information Systems*, 1034–1046.
- Franedya, R. (2020, September 7). Waspadalah! Ini kasus Pembobolan M-banking yang Terjadi di RI. *Cnbcindonesia.Com*. Retrieved from <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200907140920-37-184917/waspadalah-ini-kasus-pembobolan-m-banking-yang-terjadi-di-ri>
- Fullah, L., & Candra, D. S. (2012). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Resiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Nasaah dalam Menggunakan Internet Banking BRI. *Manajemen*, 1–10.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. *MIS Quarterly*.
- Ghozali, I. (2005). *Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (3rd ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2009). *Ekonometrika Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan SPSS 17*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (5th ed.). Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Giovanis, A. N., Binioris, S., & Polychronopoulos, G. (2012). An Extension of TAM Model with IDT and Security/Privacy Risk in the Adoption of Internet Banking Service in Greece. *EuroMed Journal of Business*, 7(1), 24–53. <https://doi.org/10.1108/14502191211225365>
- 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>
- Hair, J., J. F., B., W. C., B., B.J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis Seventh Edition (Pearson New International Edition)*. New Jersey: Pearson.
- Harahap, I. (2013). *Panduan Praktis Praktikum SPSS*. Medan: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Medan.
- Hardiningtyas, R. S., Sularso, A., & Irawan, B. (2017). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Risiko terhadap Sikap dan Intensi Perilaku Nasabah dalam Penggunaan Internet Banking di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Jember. *JEAM*, 16(1), 18–31.
- Indonesia Fintech Institute. (2021, July 23). Setelah Kantor Cabang, ATM Mulai Ditinggalkan Beralih ke Mobile Banking. *Indonesia Fintech Institute*. Retrieved from <https://fintechinstitute.co.id/2021/07/23/setelah-kantor-cabang-atm-mulai-ditinggalkan-beralih-ke-mobile-banking.html>
- Jamaludin, F. (2020, November 9). Pengguna Internet Indonesia Capai 196 Juta di Tahun 2019 sampai Q2 2020. *Merdeka.Com*. Retrieved from <https://www.merdeka.com/teknologi/pengguna-internet-indonesia-capai-196-juta-di-tahun-2019-sampai-q2-2020.html?page=1>
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Kerlinger, F. N. (2008). *Asas-asas Penelitian Behavioral*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Kilber, J., Barclay, A., & Ohmer, D. (2014). Seven Tips for Managing Generation Y. *Journal of Management Policy and Practice*, 15(4), 80–90.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.; B. Molan, Ed.). Jakarta: PT. Indeks Media Group.
- Koufaris, M., & Hampton-sosa, W. (2002). Customer Trust Online: Examining the Role of the Website. *Cis*, 5, 1–20.
- Kurniawati, H. A., Winarno, W. A., & Arif, A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach

- Modified). *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, IV(1), 24–29.
- Lancaster, L. C., & Stillman, D. (2002). *When Generations Collide: Who They Are, Why They Clash, How to Solve the Generational Puzzle at Work*. New York: HarperCollins.
- Leeraphong, & Mardjo. (2013). Trust and Risk in Purchase Intention through Online Social Network. *Jurnal of Economic Business and Management*, 1(4), 314–318.
- Makmuriyah, A. N. U. R., & Vanni, K. M. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri di Kota Semarang). *Eduka: Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis*, 5(1), 37–44.
- Malvyandie, & Sanusi. (2020, December 15). Pentingnya Keamanan Mobile Banking di Tengah Meningkatnya Transaksi Digital. *Tribunnews.Com*. Retrieved from <https://www.tribunnews.com/bisnis/2020/12/15/pentingnya-keamanan-mobile-banking-di-tengah-meningkatnya-transaksi-digital>
- Mannan, M. A., & Nastangin, M. (1997). *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. PT Dana Bhakti Prima Yasa.
- Maris, S. (2021, June 19). 5 Manfaat Menggunakan Mobile Banking, Yakin Tak Mau Manfaatkan Aplikasinya? Retrieved October 20, 2021, from liputan6.com website: <https://liputan6.com/amp/4585197/5-manfaat-menggunakan-mobile-banking-yakin-tak-mau-manfaatkan-aplikasinya>
- Martono, N. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (2nd ed.). Jakarta: Rajawali Press.
- Martono, Nanang. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Miftahudin, H. (2020, July 23). Penggunaan Layanan Perbankan Digital Meningkat Pesat. *Medcom.Id*, p. 1. Retrieved from <https://www.medcom.id/ekonomi/keuangan/nN90mejK-penggunaan-layanan-perbankan-digital-meningkat-pesat>
- Muflih, M. (2006). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Noor, D. J. (2011). *Metodologi Penelitian (Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah)*. Jakarta: Kencana.
- OJK. (2021). *Statistik Perbankan Syariah*. Jakarta.
- Oktabriantono, A. P., Sulindawati, N. luh G. E., & Dewi, P. E. D. M. (2017). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan,

- Keamanan, dan Persepsi Risiko terhadap Penggunaan E-Banking pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi Program S1*, 8(2), 1–10.
- Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking (Studi pada Program Layanan Internet Banking BRI). *Jurnal Studi Manajemen*, 8(1), 1–11.
- Panjaitan, P., & Prasetya, A. (2017). Pengaruh Social Media terhadap Produktivitas Kerja Generasi Millenial (Studi Pada Karyawan PT. Angkasa Pura I Cabang Bandara Internasional Juanda). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 48(1), 173–180.
- Park, S. Y., Nam, M. W., & Cha, S. B. (2012). University Students Behavioral Intention to Use Mobile Learning: Evaluating the Technology Acceptance Model. *British Journal of Educational Technology*, 43(3), 592–605. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8535.2011.01229.x>
- Pavlou. (2002). Consumen Intention to Adopt Electronic Commerce Incorporating Trust and Risk in Technology Acceptance Model. *Journal Of Logistic Information Management*.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (9th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Prasetijo, R., & Ihalauw, J. J. O. . (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Priyatno, D. (2009). *Lima Jam Belajar Olah Data Dengan SPSS 17*. Yogyakarta: Andi.
- Pusparisa, Y. (2020, September 15). Pengguna Smartphone diperkirakan Mencapai 89% Populasi pada 2025. *Katadata.Co.Id*. Retrieved from databoks.katadata.co.id/2020/09/15/pengguna-smartphone-diperkirakan-mencapai-89-populasi-pada-2025
- Qardhawi, Y. (n.d.). *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Z. Arifin & D. Husain, Eds.).
- Rahayu, I. S. (2015). Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, V(2), 137–150.
- Rahmad, A. D., Astuti, E. S., & Riyadi. (2017). Pengaruh Kemudahan terhadap Kepercayaan dan Penggunaan SMS Banking. *Administrasi Bisnis*, 36–43.

- Ramadhan, R., & Herianingrum, S. (2017). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga terhadap Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 4(6), 478–492.
- Ramos, F. L., Ferreira, J. B., Freitas, A. S. de, & 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/http://dx.doi.org/10.15728/bbr.2018.15.2.5>
- Riswandi, B. A. (2005). *Aspek Hukum Internet Banking*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Riyanto, G. P., & Nistanto, R. K. (2021, February 23). Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta. *Kompas.Com*. Retrieved from <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>
- Sahara, N. (2021, January 22). Sepanjang 2020, BI Catat Transaksi Digital Banking Capai Rp 2.774,5 Triliun. *Investor.Id*. Retrieved from <https://investor.id/finance/sepanjang-2020-bi-catat-transaksi-digital-banking-capai-rp-27745-triliun>
- Sakti, A. (2003). *Sistem Ekonomi Islam: Filosofi dan Bangunannya*.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior* (7th ed.). New Jersey: Patience Hall International, Inc.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods for Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U. (2013). *Research Methods for Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Septiadi, A., & Mahadi, T. (2020, October 6). *Makin Banyak Dipakai Kala Pandemi, Bank Perkuat Keamanan Transaksi Digital*. Retrieved from https://keuangan.kontan.co.id/news/makin-banyak-dipakai-kala-pandemi-bank-perkuat-keamanan-transaksi-digital-1/?utm_source=line&utm_medium=text
- Shun Wang, Y., Yu-Min, W., HsinHui, L., & Tzung-I, T. (2003). Determinants of User Acceptance of Internet Banking: An Empirical Study. *International Journal of Service Industry Management*, 14(5), 501–519.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Stern, P. J. (2002). Generational Differences. *Journal of Hand Surgery*, 27(2), 187–194. <https://doi.org/https://doi.org/10.1053/jhsu.2002.32329>

- Sudarsono, H. (2008). *Bank & Lembaga Keuangan Syariah* (2nd ed.). Yogyakarta: Ekonisia.
- Sudarwinarti, V. S. (2019). Pentingnya Berpikir Kritis Generasi Milenial di Era Industri 4.0. *Jurnal ADB'S Secretary*, 8.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyadi, & Purwanto, S. K. (2016). *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern* (3rd ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kualitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Susanti. (2020, July 1). Sensus Penduduk 2020, Sensus Era Digital. BPS (*Badan Pusat Statistik*). Retrieved from bandungkota.bps.go.id/news/2020/01/07/15/sensus-penduduk-2020--sensus-era-digital---.html
- Thompson, R., Christopher, A. ., & Jane, M. H. (1991). *Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization*. *Management Information System Quarterly*.
- Tjini, S. S. A., & Baridwan, Z. (2013). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis, Universitas Brawijaya Malang*, 1(2).
- Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. (2008).
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46.
- Wangawijaya. (2012). *Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: Gramedia.
- Wibowo, A. (2006). *Kajian tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. Jakarta: Universitas Budi Luhur.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi pada Pengguna Jasa Commuterline di

- Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 6(1), 440–456.
- Widi, R. K. (2010). *Asas Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Widyarini, M. M. N. (2009). *Seri Psikologi Populer: Kunci Pengembangan Diri*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Yousafzai, S. Y., Pallister, J. G., & Foxall, G. R. (2003). A Proposed Model of E-Trust for Electronic Banking. *Technovation: Cardiff Business School*, 23, 847–860. [https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(03\)00130-5](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(03)00130-5)
- Yudha, N. H. (2015). Analysis of the Influence of Banking Customer Perception of Internet Banking Adoption (Study on the Banking Customers Using Internet Banking In Surakarta). *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(4), 2337–3806.
- Yuswohady. (2016, January 17). *Millennial Trends 2016*. Retrieved from <http://www.yuswohady.com/2016/01/17/millennial-trends-2016/>
- Zufrizal. (2020, December 9). Pengguna Mobile Banking di 4 Negara Ini Bakal Meroket. *Finansial.Bisnis.Com*. Retrieved from <https://finansial.bisnis.com/read/20201209/90/1328817/pengguna-mobile-banking-di-4-negara-ini-bakal-meroket>

