

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT
MENGUNAKAN MOBILE BANKING BANK SYARIAH PADA
GENERASI MILENIAL DI KEBUMEN**



SKRIPSI

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

OLEH:

AFROKH YULIATI

NIM. 17108020056

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

2021

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT
MENGUNAKAN MOBILE BANKING BANK SYARIAH PADA
GENERASI MILENIAL DI KEBUMEN**



SKRIPSI

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

OLEH:

AFROKH YULIATI
NIM. 17108020056

DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI

HASAN AL BANNA, SEL., M.E.

NIP.19900312 000000 1 301

**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-1203/Un.02/DEB/PP.00.9/12/2021

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MENGGUNAKAN
MOBILE BANKING BANK SYARIAH PADA GENERASI MILENIAL DI
KEBUMEN

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AFROKH YULIATI
Nomor Induk Mahasiswa : 17108020056
Telah diujikan pada : Jumat, 17 Desember 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Hasan Al Banna, SEI., M.E
SIGNED

Valid ID: 61c530c774720



Penguji I
Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 61c316e8d8ec7



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

Valid ID: 61c41aa710c27



Yogyakarta, 17 Desember 2021
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 61c5362d22c84

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Afrokh Yulianti
Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Waarahmatullahi Wabarakatuh

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

Nama : Afrokh Yulianti

NIM 17108020056

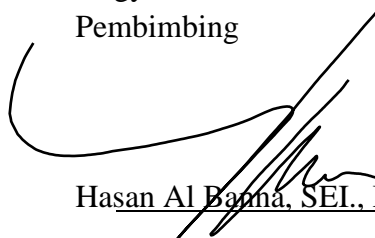
Judul Skripsi : “Analisis factor-faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah pada Generasi Milenial di Kebumen”

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 gelas Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

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

Wasaalamu'alaikum Warahamatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 07 Desember 2021
Pembimbing



Hasan Al Banna, SEI., M.E
NIP:19900312 000000 1 301

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Afrokh Yuliati

NIM : 17108020056

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat menggunakan Mobile Banking Syariah pada generasi Milenial di Kebumen”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penelitian sendiri, bukan duplikasi ataupun sanduran 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 peneliti.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 07 Desember 2021

Peneliti



Afrokh Yuliati

NIM:17108020056

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,
saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Afrokh Yuliati

NIM : 17108020056

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

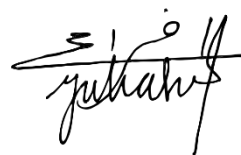
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneksekusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat menggunakan Mobile Banking Bank Syariah pada Generasi Milenial di Kebumen”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/penyusun dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 07 Desember 2021

Yang menyatakan



Afrokh Yuliati

NIM. 17108020056

MOTTO

Kualitas pribadi kita adalah kita sendiri yang menciptakan

Bukan orang lain.

-Ummi Siti Ngafifah Al-Chafidzoh-

There are hidden blessings in every struggle.



HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah atas berkat, rahmat, kemudahan, serta kelancaran yang Allah berikan. Karya sederhana ini, penulis persembahkan untuk:

Keluarga tercinta

Bapak Adqiya, Ibu Alfiyah, serta kedua adik Yusuf Firdaus dan Febrian Tri Aditya yang selalu memberikan semangat dan motifasi dalam setiap keadaan.

Guru

Seluruh Guru yang sudah mencurahkan tenaga dan pikirannya untuk mendidik saya, baik dibangku formal maupun non formal, sehingga saya bisa mencapai titik ini.

Keluarga Besar

Om, Bibi, Lilik yang selalu mendukung saya dalam menempuh bangku pendidikan.

Dosen Pembimbing Akademik

Alex Fahrur Riza, SE., M.Sc.

Dosen Pembimbing Skripsi

Hasan Al Banna, SEI., M.E

Almamater Tercinta

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Teman-teman

Teman-teman Perbankan Syariah 2017 serta teman teman Asrama Annisa

PEDOMAN TRANSLITER 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/198:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	S	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	Ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
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	Ṣ	Es (dengan titik diatas)
ض	Dhad	Ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	Tha'	Ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	Zha'	Ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	‘	Koma terbalik diatas

غ	Gain	Gh	Ge dan ha
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostref
ي	Ya	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	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 ditengah 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>
الأولياء كرامة	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

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

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	A
جاهلية	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati	Ditulis	A
تنسى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. kasrah + ya' mati	Ditulis	I
كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. dhammah + wawu mati	Ditulis	U
فروض	Ditulis	<i>Furud</i>

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

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *qamariyah* maka ditulis dengan huruf awal “al”

الْقُرْآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
الْقِيَاس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf *syamsiyyah* maka ditulis sesuai dengan huruf pertama *syamsiyyah* tersebut

السَّمَاء	Ditulis	<i>As-sama'a</i>
الشَّمْس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

ذَوِي الْفُرُوض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أَهْلُ السُّنَّة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum warahmatulahi wabarokatuh

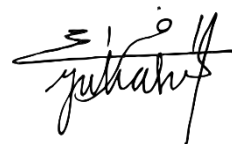
Alhamdulillah, Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar sebagai tahap akhir studi di Program Studi Perbankan Syariah dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Tanpa bantuan, bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat selesai dengan baik. Oleh karena itu, ucapan terima kasih disampaikan sebesar-besarnya dan semoga Allah memberikan ridho-Nya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al-Makin, S.Ag., MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, M.M. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Alex Fahrur mRiza, SE., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dari proses awal perkuliahan hingga akhir semester.
5. Bapak Hasan Al Banna, SEI., M.E. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.

6. Seluruh dosen Perbankan Syariah S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat.
7. Seluruh Pegawai dan Staff Tata Usaha Perbankan Syariah S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
8. Perpustakaan Pusat Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah menyediakan referensi.
9. Orang tua tercinta bapak Adqiya dan ibu Alfiyah dan kedua adik saya, serta seluruh keluarga besar yang turut mendoakan atas kelancaran skripsi ini
10. Bapak KH. Nur Shodiq dan Umami Siti Ngafifah Al-Chafidzoh (Pengasuh PP. Mambaul Ihsan Karangayar), KH. Jalal Suyuti (Pengasuh PP. Wahid Hasyim Yogyakarta) serta KH. Mohammad Jazim (Pengasuh Asrama Annisa) yang sudah memberikan dukungan dan pelajaran untuk bekal di dunia dan akhirat.
11. Teman –teman Asrama Annisa, PPMI, Perbankan Syariah 2017 dan juga KKN UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta, 07 Desember 2021



Afrokh Yuliati

NIM. 17108020056

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITER ARAB LATIN	viii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
ABSTRAK.....	xix
ABSTRACT.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Kerangka Teori.....	15
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Berfikir.....	39
D. Pengembangan Hipotesis	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	43
A. Jenis Penelitian.....	43

B. Sumber Data.....	43
C. Teknik Pengumpulan Data.....	43
D. Populasi dan Sampel	44
E. Metode Analisis Data.....	46
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Karakteristik Responden	49
B. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	54
C. Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	63
D. Pembahasan Hasil Penelitian	66
BAB V PENUTUP.....	75
A. Kesimpulan	75
B. Keterbatasan Penelitian.....	75
C. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	 xxxv

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Layanan dan Produk yang Menggunakan Internet	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Skala Likert	43
Tabel 4.1 Outer Loading	54
Tabel 4.2 Fornell-Lacker Criterion	57
Tabel 4.3 Cross Loading	58
Tabel 4.4 R-Square.....	60
Tabel 4.5 Path Coefficient	61
Tabel 4.6 Signifikansi	62
Tabel 4.7 Construct Crossvalidated Redundancy	63
Tabel 4.8 Model Fit.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	38
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan pada Jenis Kelamin.....	48
Gambar 4.2 responden Berdasarkan pada Usia.....	49
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan pada Pendidikan Terakhir.....	50
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan pada Pekerjaan.....	51
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan pada Pendapatan	52
Gambar 4.6 Outer Loading	53
Gambar 4.7 Average Variance Extracted.....	56
Gambar 4.8 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	86
Lampiran 2 Data Jawaban Responden	94
Lampiran 3 Curriculum Vitae	107



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui niat menggunakan *mobile banking* pada generasi milenial di Kebumen. Penelitian ini bersifat kuantitatif, yakni untuk menguji hipotesis yang sebelumnya sudah ditetapkan. Sampel yang diuji pada penelitian ini sebanyak 100 generasi milenial yang belum menggunakan *mobile banking* bank syariah. Teknik pengambilan sampelnya adalah *purposive sampling*. Data penelitian ini diperoleh dengan cara menyebar kuisioner. Metode analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Model* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS). Alat bantu uji yang digunakan untuk adalah PLS versi 3.3.3.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan *mobile banking* syariah. Kemudian, persepsi kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan *mobile banking* bank syariah. Dan yang terakhir persepsi risiko berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan *mobile banking* syariah.

Kata kunci: persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, persepsi risiko, niat menggunakan

ABSTRACT

This study aims to determine the Intention to Use mobile banking for the milenial generation in Kebumen. This research is quantitative, namrly to test the hypothesis that has benn previously established. Samples that tasted in this study as many as 100 milenial generations who have not used Islamic mobile banking. The sampling technique is purposive sampling. The research data was obtained by distributing questionnaires. Method the data analysis used is Stuctural Equational Model (SEM) based on Partial Least Square (PLS). The test tool used for this is the PLS version 3.3.3.

The result showed that the Perceived Ease of Use significant and positive effect on the Intention to Use Islamic Mobile Banking. Then, Perceived Usefulness has a significant positive effect on Intention to Use Islamic Mobile Banking. And finally Perceived Risk significant positive effect on the Intention to Use Islamic Mobile Banking.

Keyword: Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk, Intention to Use

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan internet di Indonesia sangatlah pesat, hal ini dapat dilihat dari peningkatan kontribusi pengguna internet. Jumlah pengguna internet mengalami kenaikan sebesar 14.225.028 dari tahun 2018 ke tahun 2020 (APJII, 2020). Saat ini, dunia ada di era industri 4.0 yang bisa ditandai dengan berkembangnya teknologi yang cukup pesat. Di era industri 4.0 ini, seluruh tatanan manajemen di setiap industri mengalami perubahan, tidak terkecuali pada teknologi keuangan dan perbankan digital. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi seperti internet menduduki posisi yang strategis dalam perkembangan layanan keuangan.

Perkembangan internet ini juga dirasakan bank syariah. Bank syariah tentunya juga melakukan peningkatan kualitas layanan nasabah dengan adanya *mobile banking*. Bagian dari *e-commerce* yang menyajikan pelayanan perbankan dalam bentuk *online* dan menawarkan kelancaran serta kemudahan dalam mengakses informasi perbankan merupakan teknologi terbaru dalam *smartphone* yaitu *mobile banking* (Sulistiyarini, 2013). Dengan layanan yang tersedia dalam fitur-fitur *mobile banking*, transaksi yang dilakukan oleh nasabah akan lebih efisien waktu dan tenaga.

Layanan dan Produk Keuangan yang Menggunakan Internet:

Tabel 1.1 Layanan dan Produk yang Menggunakan Internet

Layanan dan Produk	Sering	Jarang	Tidak Pernah	Tidak Punya
<i>Fintech</i>	5.5%	13.4%	0.9%	80.2%
<i>Internet Banking</i>	3.9%	8.3%	26.6%	61.2%
<i>Mobile banking</i>	7.4%	13.9%	22.0%	56.7%

Sumber: (APJII, 2020)

Menurut data layanan dan produk keuangan yang menggunakan internet tahun 2020 yang diterbitkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) sebesar 7.4% *mobile banking* sering digunakan dalam aktivitas sehari-hari, dan 13.9% jarang menggunakan *mobile banking* dalam kegiatan sehari-hari. Kemudian sebesar 22.0% tidak pernah menggunakan *mobile banking* dalam kegiatan sehari-harinya. Hal ini berarti hanya 56.7% yang tidak mempunyai *mobile banking*. Dari data diatas, dapat kita lihat bahwa *mobile banking* lebih sering digunakan daripada *fintech* ataupun *internet banking*. Dengan layanan *mobile banking*, setiap orang yang memilikinya akan merasakan kemudahan dalam bertransaksi kapan dan dimanapun berada selama masih dapat terhubung dengan jaringan internet.

Saat ini, pengguna layanan internet didominasi oleh generasi milenial. Generasi milenial dapat diartikan sebagai generasi yang tahun lahirnya antara 1980-2000 (Houston, 2020). Transaksi melalui layanan internet terbilang lebih mudah dan efisien baik tenaga maupun waktu. Generasi milenial cenderung

memilih bertransaksi melalui layanan internet dibandingkan bertransaksi dengan uang tunai dikarenakan layanan tersebut merupakan sebuah inovasi baru dari dampak adanya perkembangan internet. Generasi milenial sangatlah akrab dengan kemajuan teknologi informasi sekarang ini. Dalam sebuah artikel Henry Kasyfi Soemartono yang merupakan sekretaris Jenderal APJII mengatakan hampir 50% orang yang menggunakan internet di Indonesia adalah orang-orang yang mempunyai rentang tahun umur antara 19-34 tahun, dimana umur tersebut merupakan bagian dari generasi milenial. Sementara hampir 30% pengguna internet berada pada rentang umur 25-54 tahun. Kemudian pengguna internet dengan rentang usia 13-18 tahun sejumlah 16,68%. Selanjutnya, pengguna internet lebih dari umur 54 tahun sebanyak 4,24%. Selain itu, Henry Kasyfi mengungkapkan bahwa model aplikasi berbayar atau berlangganan tidak terlalu banyak dipakai. Disini jelas bahwa *mobile banking* adalah aplikasi tidak berbayar. Dalam Hanafizadeh et al., (2014) orang yang lebih muda (usia 25-34 tahun) sangat tertarik dengan layanan *mobile banking*. Generasi milenial terbiasa bertransaksi tanpa uang tunai (*cashless*) dan lebih memilih menggunakan alat pembayaran elektronik seperti uang elektronik, kartu kredit ataupun debit (Rif'ah, 2019). Sekarang, layanan internet menjadi pilihan pertama bagi pengguna di industri pada sektor keuangan, terutama bagi generasi milenial. Dalam Govender & Sihlali (2014) penelitian atau studi yang berfokus pada faktor yang dapat berpengaruh terhadap mahasiswa dan kalangan pemuda untuk menggunakan *mobile banking* masih sangat terbatas.

Nasabah perbankan, khususnya perbankan syariah tentunya mempunyai banyak pertimbangan dalam menggunakan atau menerima suatu teknologi perbankan yang baru. Menurut Jogiyanto (2007) untuk mengetahui diterima atau tidaknya sistem teknologi informasi, dapat diketahui dengan menggunakan konsep model diterimanya suatu teknologi, yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM). Pengguna teknologi akan mempunyai niat untuk menggunakan sebuah teknologi jika dirasakan bahwa sistem teknologi tersebut mempunyai manfaat serta mudah untuk digunakan. TAM adalah teori tindakan yang menjelaskan berdasarkan pada satu asumsi bahwasannya tanggapan dan persepsi seseorang terhadap sebuah hal dapat menentukan perilaku dan sikap orang tersebut (Fadhli & Fachrudin, 2016). Faktor-faktor yang berpengaruh pada perilaku dan sikap seseorang diantaranya adalah persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan dari teknologi tersebut.

Banyak faktor yang secara independen dapat berpengaruh pada niat untuk menggunakan *mobile banking* secara positif, namun secara dependen dampaknya lebih kecil. Hal tersebut dapat dilihat dari analisis regresi yang menyimpulkan ada dua faktor utama, yakni manfaat yang dirasakan dan kepercayaan yang secara signifikan dapat mempengaruhi niat perilaku seseorang untuk menggunakan *mobile banking* (Govender & Sihlali, 2014). Beberapa variabel independen dan dependen muncul dalam penyelidikan berbagai aspek atau faktor dalam proses pengambilan keputusan konsumen yang terkait dengan penggunaan *mobile banking*. Ada tiga variabel dependen utama, yakni sikap, niat, dan penggunaan. Sedangkan variabel independen ada

8, diantaranya: persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, pengaruh risiko, persepsi kontrol perilaku, persepsi sosial, kompatibilitas dengan gaya hidup dan kondisi fasilitas (Aljaz & Heikki, 2015). Kemudian (Akturan & Tezcan, 2012) niat menggunakan *mobile banking* secara dominan dipengaruhi oleh kegunaan yang dirasakan, manfaat yang dirasakan, risiko sosial, dan risiko kinerja. Berdasar pada hasil penelitian sebelumnya, dapat diambil kesimpulan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi niat menggunakan *mobile banking* cukup banyak, dan dengan hasil penelitian yang satu dengan lainnya berbeda-beda.

Menurut Dewi & Warmika (2016), persepsi tentang kemudahan penggunaan mempunyai dampak positif yang signifikan terhadap niat menggunakan *Mobile Commerce* di Kota Denpasar. Laksana (2015) juga mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Selain itu, dalam Shanmugam et al. (2014) persepsi kemudahan penggunaan tidak mempengaruhi pengguna secara signifikan terhadap niat menggunakan *mobile banking*. Selanjutnya H. A. Kurniawati et al. (2017) mengungkapkan persepsi kemudahan penggunaan juga berpengaruh terhadap minat-minat menggunakan *mobile banking* tetapi tidak signifikan.

Persepsi kegunaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *mobile commerce* di Kota Denpasar (Dewi & Warmika, 2016). Penelitian yang dilakukan Novitasari (2020) persepsi kegunaan tidak mempunyai pengaruh terhadap minat untuk menggunakan *mobile banking*

BSM pada mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Kemudian dalam Muhajir (2020) secara parsial manfaat (kegunaan) berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap minat generasi milenial untuk menggunakan *mobile banking*. Persepsi kegunaan yang dirasakan tidak mempengaruhi keinginan untuk menggunakan *mobile banking* (Shanmugam et al., 2014).

Mobile banking juga memiliki risiko dalam penggunaannya. Dalam (Pertiwi & Adhivinna, 2014) Indonesia menempati peringkat keempat di Asia dan peringkat keenam di dunia dalam tindak kejahatan internet, khususnya menggunakan *internet banking*. Dalam Novitasari (2020) persepsi risiko berpengaruh negatif yang signifikan terhadap minat untuk menggunakan *mobile banking* BSM pada mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Menurut Fadhli & Fachrudin (2016), persepsi risiko mempunyai pengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap nasabah bank umum pengguna *internet banking* di Kota Banda Aceh. Sedangkan pada Dewi & Warmika (2016) persepsi risiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna *m-commerce* di Kota Denpasar. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan Laksana (2015) bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh signifikan terhadap keinginan menggunakan *mobile banking*.

Penelitian ini menggunakan parameter persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, serta persepsi risiko dalam menggunakan fasilitas *mobile banking* syariah. Persepsi risiko menjadi pertimbangan mendasar yang akan dipertimbangkan nasabah dalam menggunakan fasilitas teknologi tersebut. Persepsi risiko juga mempengaruhi tingkat kenyamanan penggunaan fasilitas

tersebut. Persepsi kegunaan juga menjadi pertimbangan dalam niat menggunakan teknologi *mobile banking* tersebut. Persepsi kegunaan erat kaitannya dengan kebutuhan atau manfaat yang dihasilkan dari menggunakan *mobile banking*, terutama dalam kegiatan transaksi sehari-hari. Selanjutnya, kemudahan penggunaan *mobile banking* syariah juga menjadi dasar penerimaan teknologi tersebut. Karena, kepercayaan yang dirasakan oleh nasabah dalam menggunakan *mobile banking* bank syariah memiliki hubungan yang positif dengan kemudahan dalam menggunakan *mobile banking* bank syariah.

Berdasarkan penelitian sebelumnya antara hasil penelitian yang satu dengan lainnya memiliki hasil yang berbeda-beda, hal ini mengindikasikan bahwa untuk melakukan pengujian faktor apa saja yang dapat mempengaruhi niat dalam menggunakan *mobile banking* bank syariah masih sangat relevan, mengingat semakin banyak pengguna internet yang menggunakan layanan *mobile banking*.

Dalam APJII (2020) provinsi Jawa Tengah mengalami lonjakan pemakai internet pada setiap tahunnya. Di tahun 2018 terdapat 24,531,969 juta pengguna internet, sedangkan di tahun 2019-2020 terdapat 26,536,320 juta pengguna internet. Dengan demikian, pengguna internet mengalami kenaikan 5,4%. Dalam Statistik Perbankan Syariah OJK (2021), sebaran kantor yang terhubung dalam UUS (Unit Usaha Syariah) dan BUS (Bank Umum Ssyariah) di Jawa Tengah mengalami kenaikan khususnya pada jumlah kantor cabang. Kantor cabang di Jawa Tengah pada bulan Januari 2021 berjumlah 36 kantor cabang,

sedangkan pada bulan Februari 2021 kantor cabang di Jawa Tengah mengalami penambahan 1 kantor cabang, sehingga berjumlah 37 kantor cabang.

Kabupaten Kebumen merupakan salah satu kabupaten Jawa Tengah. Letak geografis Kebumen adalah $7^{\circ}27'$ - $7^{\circ}50'$ Lintang Selatan dan $109^{\circ}33'$ - $109^{\circ}50'$ Bujur Timur.¹ Kabupaten Kebumen sendiri terdiri dari 26 Kecamatan dengan luas wilayah 1.281,115 km². Dalam sebuah artikel, Romadhoni (2021) mengungkapkan bahwa Arif Sugiyarto selaku Bupati Kebumen mengajak desa-desa untuk menggunakan teknologi digital. Arif Sugiyarto juga memberikan dukungan dengan memberikan pasokan internet untuk sejumlah titik yang memiliki layanan internet kurang memadai. Dilansir dari Kebumenekspres.com mengkonfirmasi bahwa Kebumen mempunyai desa digital.² Desa digital ini diharapkan dapat membantu transaksi dan kemajuan ekonomi digital. Desa digital ini terletak di Desa Tambakprogaten Kecamatan Kliorong. Desa Tambakprogaten juga memiliki perpustakaan digital. Kecamatan Alian merupakan kecamatan yang seluruh desa di dalamnya terpilih sebagai Desa Melek Internet (Desmili) atau disebut juga dengan Desa *Online*. Kedepannya, masing-masing desa di Kecamatan Alian akan membuat Rumah Internet yang nantinya akan menyediakan layanan internet secara gratis di sejumlah titik. Kemajuan teknologi dan jaringan merupakan salah satu kunci dari pembangunan desa itu sendiri.³ Mahasiswa KKN Tematik IPB University juga mengadakan pelatihan digitalisasi UMKM di desa Ngabean Kecamatan

¹ <https://www.kebumenkab.go.id/index.php/web/page/23>

² <http://www.kebumenekspres.com/2018/05/kebumen-kini-punya-desa-digital>

³ <https://jatengprov.go.id/beritadaerah/alien-ditarget-jadi-desa-melek-internet/>

Mirit. Sekarang, hampir semua sektor UMKM dijual secara online.⁴ Di Desa Kedaleman Wetan Kecamatan Puring juga dilakukan pendampingan pemasaran digital produk UMKM oleh mahasiswa KKN UNS.⁵ Maka dari hal tersebut pemerintah Kebumen akan membantu masyarakat dalam penguatan internet agar tidak ada kendala dalam penggunaannya.⁶ Selain itu, Dilansir dari berita pada acara pengenalan BRImo, Heri Purnomo selaku Pemimpin Cabang Bank BRI Kebumen menyatakan bahwa BRImo merupakan terobosan perbankan digital terbaru dari Bank BRI yang memberikan kemudahan dan keamanan untuk layanan transaksi perbankan.⁷ Selain itu, Yazid Mahfudz selaku Bupati Kebumen juga mengungkapkan bahwa perkembangan teknologi informasi menjadikan evolusi pada layanan perbankan digital yang dapat digunakan sebagai alat pemenuhan kebutuhan dan dapat memudahkan masyarakat khususnya Kebumen dalam melakukan transaksi keuangan. Adanya UMKM di Kebumen yang melakukan *marketing digital*, maka sangat dimungkinkan bahwa alat pembayaran yang digunakan juga salah satunya *mobile banking* bank syariah. Fenomena tersebut merupakan bukti nyata bahwa internet di Kebumen tentunya sudah memadai. Dengan adanya jaringan internet di Kebumen yang memadai, maka kendala internet dalam penggunaan *mobile banking* sudah tidak menjadi masalah. Desa digital yang diharapkan dapat mengembangkan perekonomian digital, tentunya memerlukan transaksi pembayaran digital. Selain itu, dengan adanya pengenalan *mobile banking* dari

⁴ https://sibima.kebumenkab.go.id/index.php/web/news_detail/17498

⁵ <https://www.inikebumen.net/2021/09/mahasiswa-kkn-uns-berikan-pendampingan>

⁶ <https://jatengprov.go.id/>

⁷ <https://www.inikebumen.net/2020/02/bri-kebumen-kenalkan-brimo-aplikasi>

salah satu bank di Kebumen tentunya menjadikan *mobile banking* sudah tidak asing bagi masyarakat.

Dalam sebuah wawancara yang dilakukan Styarini & Riptiono (2020) terdapat manfaat dan kegunaan yang dirasakan oleh nasabah pengguna rekening debit Bank BRI Kantor Cabang Kebumen, diantaranya dengan memakai *mobile banking* nasabah akan lebih efektif, praktis, dan mempermudah dalam melakukan transaksi tanpa harus ke ATM ataupun ke bank terutama bagi para pelaku bisnis. Pada observasi yang dilakukan Rhamdhani (2020), *customer service* BRI di wilayah Kebumen mengungkapkan bahwa nasabah masih merasakan keberatan terhadap layanan *mobile banking*. Secara umum, keluhan yang nasabah rasakan adalah terkait dengan menu *mobile banking*. Hal ini dapat berpengaruh pada minat dalam menggunakan *mobile banking* bank syariah di Kebumen.

Berdasarkan pada latar belakang diatas, peneliti mengambil judul penelitian "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan *Mobile Banking* Syariah pada Generasi Milenial di Kebumen."

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang, maka peneliti menarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap niat menggunakan *mobile banking* syariah pada generasi milenial di Kebumen?

2. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap niat menggunakan *mobile banking* syariah pada generasi milenial di Kebumen?
3. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap niat menggunakan *mobile banking* syariah pada generasi milenial di Kebumen?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang dan rumusan masalah peneliti mempunyai tujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat menggunakan *mobile banking* syariah pada generasi milenial di Kebumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan terhadap niat menggunakan *mobile banking* syariah pada generasi milenial di Kebumen.
3. Untuk mengetahui persepsi risiko terhadap niat menggunakan *mobile banking* syariah pada generasi milenial di Kebumen.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam:

1. Kontribusi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan secara umum dan informasi khususnya tentang faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap niat menggunakan *mobile banking* syariah.

2. Kontribusi Praktis

- a) Bagi Penyusun

Bagi penyusun, hasil dari penelitian yang sudah dilakukan dapat memberi pengetahuan serta wawasan tambahan terutama terkait dengan

faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk menggunakan *mobile banking* syariah.

b) Bagi Pembaca

Dari hasil penelitian diharapkan pembaca dapat menggunakan sebagai bahan bacaan untuk menambah wawasan dan juga ilmu pengetahuan.

E. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini menggunakan sistem penulisan yang terdiri dari Bab I Pendahuluan, Bab II Landasan Teori, Bab III Metode Penelitian, Bab IV Hasil dan Pembahasan, kemudian Bab V Penutup.

BAB I: PENDAHULUAN

Bab I berisi tentang pendahuluan mengenai keseluruhan isi skripsi. Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kontribusi penelitian. Pada latar belakang akan dijelaskan urgensi dari penelitian yang dilakukan tentang judul yang diambil oleh peneliti. Kemudian dari latar belakang tersebut ditariklah garis rumusan masalah yang berwujud pertanyaan kajian. Berdasar pada rumusan masalah, maka didapatkan adanya manfaat dan tujuan dari penelitian tersebut. Tujuan penelitian berisi penjelasan akan sesuatu yang ingin dicapai dalam sebuah penelitian. Sedangkan manfaat penelitian berisi penjelasan tentang manfaat yang akan didapatkan dari penelitian tersebut diantara lain dalam kontribusi teori maupun praktis. Pada bagian akhir Bab I dijabarkan sistematika penulisan skripsi yang terdiri dari BAB I, BAB II, BAB III, BAB IV, dan BAB V.

BAB II: LANDASAN TEORI

Pada Bab II berisikan teori-teori sebelumnya yang menjadi landasan dalam penelitian ini. Teori ini bertujuan memaparkan fakta yang ada. Setiap teori tersebut disajikan dalam sub bab yang terpisah. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan tersebut maka menghasilkan hipotesis awal untuk kemudian diuji dan juga terdapat kerangka pikiran. Pengembangan hipotesis merupakan penentuan hipotesis untuk kemudian diuji sesuai teori dan penelitian terdahulu yang relevan. Dari pengembangan hipotesis inilah maka ditarik model penelitian yang berupa gambar yang mempunyai hubungan antar variabel yang nantinya akan diuji.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab III memaparkan secara umum tentang langkah-langkah yang akan digunakan dalam penelitian untuk dapat menjawab hipotesis dan menjelaskan jenis penelitian yang akan digunakan. Selain itu, juga menguraikan data dan teknik pemerolehan data yang akan digunakan dalam penelitian beserta definisi operasionalnya dan pengukuran variabel. Yang terakhir dalam bab ini berisi metode pengujian hipotesis yang digunakan. Pada bagian ini berisi alat analisis statistik untuk mengolah data yang diperoleh. Dari hasil analisis tersebutlah dijelaskan kriteria penyimpulan yang digunakan.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV membahas gambaran umum mengenai obyek penelitian. Serta menguraikan analisis data yang akan digunakan dalam penelitian berupa tabel ataupun teks. Hasil penelitian diuraikan proses penelitian yang sesuai dengan

alat analisis seperti dalam Bab III. Hasil penelitian disajikan dalam penjelasan dan analisis tabel yang disajikan dalam tabel. Kemudian dalam pembahasan terdapat analisa dan penafsiran dari peneliti yang didukung ataupun mendukung teori yang digunakan oleh peneliti sebagai dasar dalam melakukan penelitian tersebut dalam menciptakan hipotesis awal. Selain itu, juga adanya justifikasi atau alasan penulis terhadap hasil penelitian yang diperoleh.

BAB V: PENUTUP

Bab terakhir disajikan kesimpulan secara singkat yang diperoleh dari pembahasan implikasi juga saran. Pada bagian kesimpulan disajikan simpulan singkat atas pengujian hipotesis. Kemudian juga menjelaskan bagaimana implikasi dari hasil penelitian. Terakhir merupakan saran yang berisi keterbatasan dan saran yang diberikan untuk keperluan penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, dan persepsi risiko terhadap niat menggunakan *mobile banking* syariah pada generasi milenial di Kebumen. Berdasarkan data hasil penelitian yang sudah dilakukan, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel persepsi kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *mobile banking* syariah pada generasi milenial di Kebumen. Dengan demikian, H1 **diterima**.
2. Variabel persepsi kegunaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *mobile banking* syariah pada generasi milenial di Kebumen. Dengan demikian, H2 pada penelitian ini **diterima**.
3. Variabel persepsi risiko mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *mobile banking* syariah pada generasi milenial di Kebumen. Dengan demikian, H3 pada penelitian ini **ditolak**.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dirancang dan dilakukan dengan sebaik mungkin, namun dalam penelitian masih terdapat keterbatasan, diantaranya:

1. Pada penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel X, yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, dan persepsi risiko untuk mengetahui niat menggunakan *mobile banking* syariah pada generasi

milennial di Kebumen. Masih 38,4% variabel yang mempengaruhi niat menggunakan *mobile banking* syariah pada generasi di Kebumen belum dijelaskan dalam penelitian ini.

2. Peneliti masih menggunakan kuisioner yang disebar ke generasi milennial di Kebumen, peneliti tidak menyebar pada generasi milennial dengan cakupan yang lebih luas.

C. Saran

1. Bagi Perusahaan

Pihak perbankan syariah sebagai penyedia *mobile banking* syariah, untuk dapat bersaing hendaknya memperhatikan beberapa aspek untuk meningkatkan layanan *mobile banking* syariah. Pada penelitian ini menunjukkan ketika nasabah mempercayai faktor kemudahan penggunaan, kegunaan, dan risiko dikelola dengan baik oleh pihak perusahaan, maka niat menggunakan *mobile banking* syariah juga akan meningkat. Oleh karenanya, perusahaan harus memperhatikan sikap positif tentang *mobile banking* syariah terhadap nasabah.

Pihak perusahaan juga harus menunjukkan minat membangun strategi untuk meningkatkan niat menggunakan *mobile banking* syariah. Pengembangan sistem dan layanan *mobile banking* syariah juga perlu dilakukan untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang tentunya akan meningkatkan niat menggunakan *mobile banking* syariah. Dengan demikian, pihak perusahaan ataupun perbankan akan dapat

mempertahankan nasabah pengguna layanan *mobile banking* syariah serta memperluas cakupan konsumen pengguna *mobile banking* syariah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebaiknya, peneliti menggunakan variabel tambahan yang belum dijelaskan pada penelitian ini, dan memperbanyak referensi penelitian yang diperlukan.



DAFTAR PUSTAKA

- Aboelmaged, M. gamal, & 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.
- Akturan, U., & Tezcan, N. (2012a). Mobile Banking Adoption of The Youth Market. *Marketing Intelligence & Planning*, 30(4).
- Akturan, U., & Tezcan, N. (2012b). Mobile banking adoption of the youth market Perceptions and intentions. *Marketing Intelligence & Planning*, 30(4). <https://doi.org/0.1108/02634501211231928>
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Williams, M. D. (2016). Consumer Adoption of Mobile banking in Jordan: Examining the Role of Usefulness, Ease of Use, Perceived Risk and Self-efficacy. *Journal of Enterprise Information Management*, 29(1). <http://hdl.handle.net/10454/18082>
- Aljaz, S., & Heikki, K. (2015). Mobile Banking Adoption: A Literature Review. *Telematics and Informatics*, 32(1).
- Alraja', M. N., & Mohammed, A. (2015). Customer Acceptance of E-Commerce: Integrating Perceived Risk with TAM. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 13(2).
- AlSoufi, A., & Ali, H. (2014). Customers' Perception of M-Banking Adoption in Kingdom of Bahrain: An Empirical Assessment of An Extended TAM Model. *International Journal of Managing Information Technology (IJMIT)*, 6(1). <https://doi.org/10.5121/ijmit.2014.6401>
- Amin, M. K., Azhar, A., Amin, A., & Akter, A. (2015). Applying the Technology Acceptance Moden in examining Bangladeshi consumers' behavioral intention to use Mobile Wallet: PLS-SEM Approach. *International Conference and Information Technology*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.3833.4484>
- Anggraini, Y. (2010). *Pengukuran Indeks kepuasan Pelanggan dengan Pendekatan Partial Least Square (PLS)*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- APJII. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020. In *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia* (Vol. 2020, pp. 1–146). <https://apjii.or.id/survei>
- Asnakew, Z. S. (2020). Customers' Continuance Intention to Use Mobile Banking: Development and Testing of an Integrated Model [Bahir Dar

- University]. In *The Review of Socionetwork Strategies*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s12626-020-00060-7>
- Asyari, A. M. (2020). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah dalam Menggunakan BNI Mobile*. Universitas Islam Indonesia.
- Baabdullah, A., Alalwan, A. A., Rana, N. P., Patil, P. P., & Dwivedi, Y. K. (2019). An Integrated Model for M-Banking Adoption in Saudi Arabia. *International Journal of Bank Marketing*, 37(2), 452–478.
<http://hdl.handle.net/10454/17463>
- Daud, N. M., Kassim, N. ezalin M., Said, W. S. R. W. M., & Noor, M. M. M. (2011). Determining Critical Success Factors of Mobile Banking Adoption in Malaysia. *Ustralian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(9).
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and user Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3).
<http://www.jstor.org/stable/249008>
- De Leon, M. V. (2019). Factors influencing behavioural intention to use mobile banking among retail banking clients. *Jurnal Studi Komunikasi*, 3(2).
<https://doi.org/10.25139/jsk.3i2.1469>
- Dewi, N., & Warmika, I. (2016). Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(4), 2606–2636.
- Fadhilah, N. F. (2019). *Pengaruh Pengetahuan, Persepsi tentang Bank Syariah, dan Teknologi E-Banking Terhadap Minat Masyarakat Religius Menggunakan Produk-Produk Bank Syariah*. Universitas Islam Negeri Syariah Hidayatullah.
- Fadhli, M., & Fachrudin, R. (2016). Pengaruh Persepsi Nasabah atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan Internet Banking. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 1(2).
- Fahrenie. (2020). *Faktor-faktor yang mempengaruhi Niat menggunakan Aplikasi Akuntansi SI APIK*. Uiniversitas Islam Indonesia.
- Govender, I., & Sihlali, W. (2014). A Study of Mobile Banking Adoption among University Students Using an Extended TAM. *Mediterranean Journal of Social Science*, 5(7). <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n7p451>
- Gupta, S., Yun, H., Xu, H., & Kim, H.-W. (2017). An exploratory study on mobile banking adoption in Indian metropolitan and urban areas: a scenario-based experiment. *Information Technology for Development*.

<https://doi.org/10.1080/02681102.2016.1233855>

- Hanafizadeh, P., Behboudi, M., Koshksaray, A. A., & Tabar, M. J. S. (2014). Mobile-banking adoption by Iranian bank clients. *Telematics and Informatics*, 62–78. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.tele.2012.11.001>
- Hossain, S. A., Bao, Y., Hasan, N., & Islam, M. F. (2020). Perception and prediction of intention to use online banking systems: An empirical study using extended TAM. *International Journal of Research Business and Social Science*, 9(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.20525/ijrbs.v9i1.591>
- Houston, D. D. (2020). ADOPSI PENERIMAAN DIGITAL PAYMENT PADA KALANGAN MILENIAL. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*, 7(2).
- Islahuddin, & Syaifudin, N. (2020). *Pasar e-commerce terbesar Indonesia dari milenial*. Lokadata.id. <https://lokadata.id/artikel/pasar-e-commerce-terbesar-indonesia-dari-milenial>
- Jayantari, I. A. A. U., & Seminari, N. K. (2018). Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(5), 2621. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i05.p13>
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. C.V ANDI OFFSET.
- Jouda, H. (2020). Expanding TAM and Investigating The Factors That Effect Consumer Intention To adopt Mobile Banking In Palestine. *Financial Internet Quartely*, 16(3).
- Kabir, Mohammad Rokibul. (2013). Factors Influencing the Usage of Mobile Banking: Incident from a Developing Country. *World Review of Business Research*, 3(3).
- Kabir, Muhammad Rokibul. (2013). Factors Influencing the Usage of Mobile Banking: Incident from a Developing Country. *World Review of Business Research*, 3(3), 96–114.
- Karim, M. W., Ulfy, M. A., & Huda, M. N. (2020). Determining Intention to Use Smartphone banking Application Among Millenial Cohort In Malaysia. *International Journal of Management And Sustainability*, 9(1), 43–53. <https://doi.org/10.18488/journal.11.2020.91.43.53>
- Khairi, M. S., & Baridwan, Z. (2015). An Empirical Study on Organizational Acceptance Accounting Information Systems in Sharia Banking. *The International Journal of Accounting and Business Society*, 23(1).
- Koenig-Lewis, Palmer, Adrian, Moll, & Alexander. (2010). Predicting young

- consumers' take up of mobile banking services. *International Journal of Bank Marketing*, 28(5), 410–432. <https://doi.org/10.1108/02652321011064917>
- Kumar, A., Dhingra, S., Batra, V., & Purohit, H. (2020). A Framework of Mobile Banking Adoption in India. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(40). <https://doi.org/10.3390/joitmc6020040>
- Kumar, V. . R., Lall, A., & Mane, T. (2017). Extending the TAM Model: Intention of Management Students to Use Mobile Banking: Evidence from India. *Global Business Review*, 18(1).
- Kurniawati, A., & Winarno. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Bnking dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) yang telah Dimodifikasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1).
- Kurniawati, H. A., Arif, A., & Winarno, W. A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 24. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v4i1.4563>
- Laksana, G. (2015). PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI RESIKO DAN PERSEPSI KESESUAIAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 26(2), 86309.
- Lemeshow, S., David, W., Klar, Janelle, Lwanga, Stephen, K., Pramono, & Dibyo. (1997). *Besar Sample dalam Penelitian Kesehatan*. Gadjah Mada University Press.
- 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*, 252–260. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfimgt.20120.07.006>
- Lule, I., Omwansa, T. K., & Waema, T. M. (2012). Application of Technology Acceptance Model (TAM) in M-Banking Adoption in Kenya. *International Journal of Computing and ICT Research*, 6(1), 31–43. <http://www.ijcir.org/volume6-number1/article4.pdf>
- Malaquias, R. F., & Silva, A. F. (2020). Understanding the use of mobile banking in rural areas of Brazil. *Technology in Society*. <https://doi.org/10.1016/j.techsoe.2020.101260>
- Martienz, B., & S, K. (2012). Predicting niat menggunakan for private sale sites. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 5(6).

- Muhajir, W. P. (2020). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Millenial dalam Menggunakan Mobile Banking*. IAIN Padangsidimpuan.
- Munoz-Leiva, F., Climent-Climent, S., & Liébana-Cabanillas, F. (2017). Determinants of Intention to Use the Mobile Banking apps: An Extension of the Classic TAM model. *Spanish Journal of Marketing*, 21, 25–38. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.sjme.2016.12.001>
- Mutahar, A. M., Daud, N. M., Ramayah, T., Isaac, O., & Aldholay, A. H. (2018). The effect of awareness and perceived risk on the technology acceptance model (TAM): mobile banking in Yemen. *Int. J. Service and Standards*, 12(2).
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Nguyen, V. A., & Nguyen, T. P. T. (2020). An Integrated Model of CSR Perception and TAM on Intention to Adopt Mobile Banking. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(12). <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no12.1073>
- Novitasari, A. (2020). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)*. UIN Sunan Kalijaga.
- Octaviani, E. (2016). *Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Penerimaan dan Penggunaan Sistem Manajemen Pembelajaran EXELSA Universitas Sanata Dharma*. Universitas Sanata Dharma.
- OJK. (2021). *Statistik Perbankan Syariah*. OJK. https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Mei-2021/SPS_Mei_2021.pdf
- Owusu, G. M. Y., Bekoe, R. A., & Addo, A. A. Y. & J. O. (2020). Mobile Banking Adoption among the Ghanaian Youth. *Journal of African Business*. <https://doi.org/10.1080/15228916.2020.1753003>
- Park, J., Amendah, E., Lee, Y., & Hyun, H. (2018). *M-payment service: Interplay of perceived risk, benefit, and trust in service adoption* (pp. 1–13). <https://doi.org/10.1002/hfm.20750>
- Pertiwi, F., & Adhivinna, V. V. (2014). PENGARUH RISIKO, MANFAAT DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPERCAYAAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN INTERNET BANKING DI YOGYAKARTA. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 11(1).
- Radiah, E., & Jam'an, A. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Lembaga perpustakaan dan penerbit Universitas Muhammadiyah Makassar.

- Rahayu, I. S. (2015). MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DENGAN MENGGUNAKAN KERANGKA TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, V(2).
- Rahman, Z. U., & Shaikh, F. A. (2020). Critical Factors Influencing the Behavioral Intention of Consumers towards Mobile Banking in Malaysia. *Engineering, Technology & Applied Science Research*, 20(1). <https://doi.org/10.48084/etasr.3320>
- Ramadhan, R. (2016). *Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga pada Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking di Bank Syariah Mandiri Surabaya*. Universitas Airlangga.
- Ramli, Y., Harwani, Y., Soelton, M., Hariani, S., Usman, F., & Rohman, F. (2021). The Implication of Trust that Influences Customers' Intention to Use Mobile Banking. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 353–361. <https://doi.org/10.13106/jafeb2021.vol8.no1.353>
- 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*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15728/bbr.2018.15.2.5>
- Revels, J., Tojib, D., & Tsarenko, Y. (2010). Understanding Consumer Intention to Use Mobile Services. *Australasian Marketing Journal*, 74–80. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2010.02.002>
- Rhamdhani, I. M. (2020). The Effect Satisfaction, Trust, and Continuance Intention On Loyalty Of Mobile Banking Customers. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2).
- Rif'ah, S. (2019). FENOMENA CASHLESS SOCIETY DI ERA MILENIAL DALAM PERSPEKTIF ISLAM. *Al-Mushtofa: Journal of Sharia Economics*, 2(1).
- Riza, A. F., & Hafizi, R. (2019). Customers attitude toward Islamic mobile banking in Indonesia: Implementation of TAM. *Asian Journal of Islamic Management*, 1(2), 75–84. <https://doi.org/10.1108/AJIM.vol1.iss2.art1>
- Rizanata, M. F. (2014). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Word of Mouth, Niat Beli dan Retensi Pelanggan Gerai Indomaret Di Surabaya. *Journal of Business and Banking*. *Journal of Bussines and Banking*, 4(1).
- Romadhoni, B. A. (2021). *Agar Melek Teknologi, Seluruh Desa di Kebumen akan Dipasang Internet Gratis*. Jateng.Suara.Com. <https://jateng.suara.com/read/2021/03/25/113055/agar-melek-teknologi-seluruh-des-di-kebumen-akan-dipasang-internet-gratis?page=all>
- Roy, SK, Balaji, MS, Kesharwani, Sekhon, A. &, & H. (2017). Predicting internet banking adoption in India: A perceived risk perspective. *Journal of Strategic*

Marketing, 25(5–6), 418–438.
<https://doi.org/10.1080/0965254X.2016.1148771>

Said, A., Gunawan, I., Budiarti, I., & Rahayu, T. R. B. (2018). *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*. Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.

Shanmugam, A., Savarimuthu, M. T., & Wen, T. C. (2014). Factors Affecting Malaysian Behavioral Intention to Use Mobile Banking With Mediating Effects of Attitude. *Academic Research International*, 5(2).

Silva, P. (2015). *Davi's Technology Acceptance Model (TAM) (1989)*. Federal University of Paraiba, Brazil.

Singh, S., & Sivastava, R. . (2018). Predicting the intention to use mobile banking in India. *International Journal of Bank Marketing*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJBM-12-2016-0186>

Singh, S., & Sivastava, R. . (2020). Understanding the intention to use mobile banking by existing online banking customers: an empirical study. *Journal of Financial Services Marketing*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1057/s41264-020-00074-w>

Song, H.-L. (2015). Customer Adoption of Mobile banking: An integration of TAM with Trust and Social influence. *Applied Mechanics and Materials*, 701–702, 1323–1327. <https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/AMM.701-702.1323>

Styarini, F., & Riptiono, S. (2020). Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk dan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Aplikasi Mobile Banking Bank BRI di Kantor Cabang Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(4).

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan* (27th ed.). CV. Alfabeta.

Suhartanto, D., Dean, D., Ismail, T. A. T., & Sundari, R. (2019). Mobile Banking Adoption in Islamic Banks. *Journal of Islamic Marketing*.
<https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2019-0096>

Sukandarrumi. (2012). *Metode Penelitian: Petunjuk Praktis Untuk Penelitian Pemula*. Gajah Mada University Press.

Sulistiyarini, S. (2013). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Teknologi Acceptance Model (TAM) dan Theory Of Planned Behaviour (TPB). *Jurnal Ekonomi Universitas Brawijaya Malang*, 1(2).

Sultan, R. R., & Kurniawati, T. L. (2019). Analisis Technology Acceptance Model

Generasi Millenial Jakarta terhadap Penggunaan E-Money. *Jurnal PILAR Nusa Mandiri*, 15(1).

Susanto, A., Chang, Y., & Ha, Y. (2016). Determinants of Continuance Intention to Use The Smartphone Banking Services: An Extension to The Expectation-Confirmation Model. *Industrial Management & Data Systems*, 116(3), 508–525. <https://doi.org/10.1108/IMDS-05-2015-0195>

Tahar, A., Hosan Alden Riyadh, Sofyani, H., & Purnomo, W. E. (2020). Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Security and Intention to Use E-Filing: The Role of Technology Readiness. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9). <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no9.537>

Ulum, M., Tirta, Im., & Anggraeni, D. (2014). Analisis Structural Equation Modeling (SEM) untuk Sampel Kecil dengan Pendekatan Partial Least Square (PLS). In *Prosiding Seminar Nasional Matematika*. Universitas Jember.

Veríssimo, J. M. C. (2016). Enablers and restrictors of mobile banking app use: A fuzzy set qualitative comparative analysis (fsQCA). *Journal of Business Research*, 69, 5456–5460. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.155>

Yudha, H. N., & Isgiyarta, J. (2015). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI NASABAH BANK TERHADAP INTERNET BANKING ADOPTION (Studi pada nasabah Perbankan yang menggunakan Internet Banking di Kota Surakarta). *DIPONEGORO JOURNAL OF ACCOUNTING*, 4(4).

Yunus, M. (2014). Diffusion of Innovation, Consumer Attitudes and Intentions to use Mobile Banking. *Information and Knowledge Management*, 4(10).

Zakaria, A. (2019). *Analisis Sikap Nasabah dan Pengaruhnya Terhadap Niat Menggunakan Mobile Banking pada Nasabah Bank Bukopin, Tbk Cabang Bandar Lampung*. Universitas Lampung.