

**DETERMINAN NIAT MENGGUNAKAN *DIGITAL BANKING*  
PERBANKAN SYARIAH: PENGEMBANGAN *UNIFIED  
THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECNOLOGY 2*  
(UTAUT2)**



Oleh  
**Joko Setyono**  
**1430316007**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

**DISERTASI**

Diajukan kepada Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga  
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh  
Gelara Doktor Ilmu Ekonomi Islam

**YOGYAKARTA**  
**2021**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS DARI PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Joko Setyono, S.E., M.Si.  
NIM : 1430316007  
Program/Prodi. : Doktor (S3)/Studi Islam  
Konsentrasi : Ekonomi Islam

Menyatakan bahwa naskah **disertasi** ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya, dan bebas dari plagiarisme. Jika dikemudian hari terbukti bukan karya sendiri atau melakukan plagiarisi, maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Yogyakarta, Oktober 2021

Saya yang menyatakan,



Joko Setyono, S.E., M.Si  
NIM.1430316007

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## PENGESAHAN

Judul Disertasi : DETERMINAN NIAT MENGGUNAKAN DIGITAL BANKING PERBANKAN SYARIAH: PENGEMBANGAN UNITED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT2)

Ditulis oleh : Joko Setyono

NIM : 1430316007

Program/Prodi. : Doktor (S3) / Studi Islam

Konsentrasi : Ekonomi Islam

**Telah dapat diterima**  
**Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Doktor (Dr.)**  
**Dalam Bidang Studi Islam**

Yogyakarta, 6 Desember 2021

An. Rektor/  
Ketua Sidang,



**Prof. Dr. H. Syamsul Anwar, M.A.**  
NIP.: 19560217 198303 1 003

## YUDISIUM

### BISMILLĀHIRRAHMĀNIRRAHĪM

DENGAN MEMPERTIMBANGKAN JAWABAN PROMOVENDUS ATAS PERTANYAAN DAN KEBERATAN PARA PENILAI DALAM UJIAN TERTUTUP (PADA TANGGAL 3 AGUSTUS 2021), DAN SETELAH MENDENGAR JAWABAN PROMOVENDUS ATAS PERTANYAAN DAN SANGGAHAN PARA PENGUJI DALAM SIDANG UJIAN TERBUKA, MAKA KAMI MENYATAKAN, PROMOVENDUS, **JOKO SETYONO** NOMOR INDUK: **1430316007** LAHIR DI **GROBOGAN**, TANGGAL **2 JULI 1973**,

LULUS DENGAN PREDIKAT :

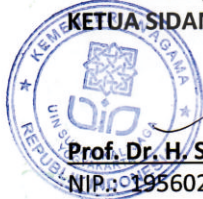
**PUJIAN (CUM LAUDE)/SANGAT MEMUASKAN/MEMUASKAN\*\***

KEPADA SAUDARA DIBERIKAN GELAR DOKTOR **STUDI ISLAM** KONSENTASI **EKONOMI ISLAM** DENGAN SEGALA HAK DAN KEWAJIBAN YANG MELEKAT ATAS GELAR TERSEBUT.

\*SAUDARA MERUPAKAN DOKTOR KE-794.

YOGYAKARTA, 6 Desember 2021

An. REKTOR /  
KETUA SIDANG,






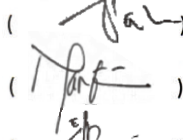



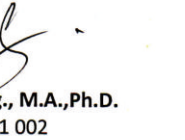

**Prof. Dr. H. Syamsul Anwar, M.A.**

NIP.: 19560217 198303 1 003

\*\* CORET YANG TIDAK DIPERLUKAN

**DAFTAR HADIR DEWAN PENGUJI  
UJIAN TERBUKA PROMOSI DOKTOR**

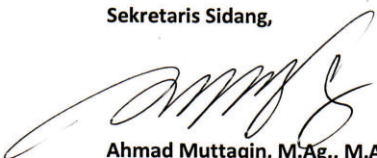
Nama Promovendus : Joko Setyono (  )  
NIM : 1430316007  
Judul Disertasi : DETERMINAN NIAT MENGGUNAKAN DIGITAL BANKING PERBANKAN SYARIAH: PENGEMBANGAN *UNITED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2* (UTAUT2)

Ketua Sidang : Prof. Dr. H. Syamsul Anwar, M.A. (  )  
Sekretaris Sidang : Ahmad Muttaqin, M.Ag., M.A., Ph.D. (  )  
Anggota : 1. Prof. Drs. H. Hadri Kusuma, MBA., Ph.D. (  )  
(Promotor/Penguji)  
2. Dr. M. Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc (  )  
(Promotor/Penguji)  
3. Dr. Misnen Ardiansyah, SE., M.Si., Ak., CA., ACPA. (  )  
(Penguji)  
4. Dr. Sunaryati, S.E., M.Si. (  )  
(Penguji)  
5. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si. (  )  
(Penguji)  
6. Dr. H. Muhammad Fakhri Husein, SE., M.Si (  )  
(Penguji)

Di Ujikan di Yogyakarta pada hari Senin tanggal 6 Desember 2021

Tempat : Aula Lt. 1 Gd. Pascasajana UIN Sunan Kalijaga  
Waktu : Pukul 13.00 WIB. S.d. Selesai  
Hasil / Nilai (IPK) : 3,53  
Predikat Kelulusan : ~~Pujian (Cum laude)~~/ Sangat Memuaskan/ Memuaskan

**Sekretaris Sidang,**

  
**Ahmad Muttaqin, M.Ag., M.A., Ph.D.**  
NIP. 19720414 199903 1 002



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UIN SUNAN KALIJAGA  
PASCASARJANA

### PENGESAHAN PROMOTOR

Telah disetujui untuk diajukan Ujian Terbuka  
Promosi Doktor

PROMOTOR 1: Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA.

(  )

PROMOTOR 2: Dr. M. Ghafur Wibowo, M.Sc

(  )

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## Nota Dinas

Kepada Yth.,  
Direktur Pascasarjana  
UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr.wb

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah disertasi berjudul:

**DETERMINAN NIAT MENGGUNAKAN *DIGITAL BANKING* PERBANKAN SYARIAH: PENGEMBANGAN *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT2)***

Yang ditulis oleh:

Nama : Joko Setyono  
Nim : 1430316007  
Program : Doktor

Saya berpendapat bahwa disertasi tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diajukan dalam Ujian Terbuka.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Yogyakarta, 13 Oktober 2021  
Promotor;

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA



## Nota Dinas

Kepada Yth.,  
Direktur Pascasarjana  
UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr.wb

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah disertasi berjudul:

**DETERMINAN NIAT MENGGUNAKAN *DIGITAL BANKING* PERBANKAN SYARIAH: PENGEMBANGAN *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2* (UTAUT2)**

Yang ditulis oleh:

Nama : Joko Setyono  
Nim : 1430316007  
Program : Doktor

Saya berpendapat bahwa disertasi tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diajukan dalam Ujian Terbuka.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Yogyakarta, Oktober 2021  
Promotor;



Dr. M. Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc

## Nota Dinas

Kepada Yth.,  
Direktur Pascasarjana  
UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr.wb

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah disertasi berjudul:

**DETERMINAN NIAT MENGGUNAKAN *DIGITAL BANKING* PERBANKAN SYARIAH: PENGEMBANGAN *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT2)***

Yang ditulis oleh:

Nama : Joko Setyono  
Nim : 1430316007  
Program : Doktor

Saya berpendapat bahwa disertasi tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diajukan dalam Ujian Terbuka.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, September 2021

Penguji;



Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak,CA., ACPA

## Nota Dinas

Kepada Yth.,  
Direktur Pascasarjana  
UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr.wb

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah disertasi berjudul:

**DETERMINAN NIAT MENGGUNAKAN *DIGITAL BANKING* PERBANKAN SYARIAH: PENGEMBANGAN *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT2)***

Yang ditulis oleh:

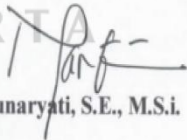
Nama : Joko Setyono  
Nim : 1430316007  
Program : Doktor

Saya berpendapat bahwa disertasi tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diajukan dalam Ujian Terbuka.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, September 2021  
Penguji;

  
Dr. Sunaryati, S.E., M.S.i.

## Nota Dinas

Kepada Yth.,  
Direktur Pascasarjana  
UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr.wb

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah disertasi berjudul:

**DETERMINAN NIAT MENGGUNAKAN *DIGITAL BANKING* PERBANKAN SYARIAH: PENGEMBANGAN *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2* (UTAUT2)**

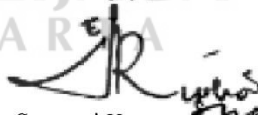
Yang ditulis oleh:

Nama : Joko Setyono  
Nim : 1430316007  
Program : Doktor

Saya berpendapat bahwa disertasi tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diajukan dalam Ujian Terbuka.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
Yogyakarta, 29 September 2021  
Penguji;



Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si

## ABSTRAK

Penelitian disertasi ini bermaksud untuk menganalisis dan memprediksi determinan terhadap niat perilaku dan perilaku penggunaan *digital banking* perbankan syariah. Studi disertasi ini melakukan pengembangan *Unified theory of acceptance and use of technology 2* (UTAUT2) yang terdiri dari ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, nilai harga, motivasi hedonis, dan kebiasaan sebagai determinan untuk memprediksi intensi dan perilaku penggunaan *digital banking* bank syariah. Pengembangan yang dilakukan pada kajian disertasi ini adalah mengintegrasikan ekstensi konstruk pemoderasi baru yaitu gaya hidup islami ke dalam model UTAUT2 dengan tujuan memprediksi pengaruh gaya hidup islami memperkuat atau melemahkan variabel independen (pengaruh sosial, nilai harga, dan kebiasaan) terhadap variabel dependen (intensi), serta penentu kuat lemahnya peran niat perilaku terhadap perilaku aktual pada konteks *digital banking* bank syariah di Indonesia.

Studi ini menggunakan 288 nasabah pengguna *digital banking* bank syariah di seluruh Indonesia sebagai sampel. Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan *Structural Equation Model* (SEM) sebagai model analisisnya, *software* yang digunakan adalah SmartPLS versi 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, nilai harga, motivasi hedonis, dan kebiasaan berpengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku menggunakan *digital banking* bank syariah. Sedangkan ekspektasi usaha, pengaruh sosial dan kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah. Untuk pengaruh langsung terhadap perilaku menggunakan *digital banking* bank syariah, uji statistik membuktikan bahwa intensi, kondisi yang memfasilitasi, dan kebiasaan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah. Gaya hidup islami terbukti signifikan positif memperkuat relasi pengaruh sosial dan kebiasaan terhadap niat perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah. Sedangkan pada pengaruh niat perilaku terhadap

perilaku menggunakan, gaya hidup islami secara signifikan negatif memoderasi pengaruh niat perilaku terhadap perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah. Namun demikian, gaya hidup islami tidak memoderasi pengaruh nilai harga terhadap niat perilaku dan pengaruh kebiasaan terhadap perilaku aktual.

Implikasi hasil penelitian disertasi ini adalah: **pertama**, secara teoritik memberikan kontribusi dalam mengembangkan model perilaku konsumen dengan mengintegrasikan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* dengan gaya hidup islami sebagai variabel moderasi, khususnya pada konteks intensi perilaku untuk menggunakan *digital banking* perbankan syariah; **kedua**, secara empiris, penelitian disertasi ini memberikan kontribusi dalam mengisi keterbatasan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) dengan melakukan pengembangan model perilaku nasabah pengguna *digital banking* perbankan syariah, dimana studi ini membuktikan bahwa gaya hidup islami memoderasi relasi pengaruh sosial dan kebiasaan terhadap niat perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah. **ketiga**, secara praktis, hasil penelitian ini merekomendasikan bahwa perbankan syariah harus melakukan penambahan fitur-fitur baru pada *digital banking* yang dapat terhubung dengan jasa transaksi *online* lainnya serta mengembangkan fitur-fitur filantropi Islam seperti zakat, infaq, sedekah, dan wakaf pada *digital banking*nya.

Kata kunci: Perilaku Konsumen, *Use Behavior*, *Behavioral Intention*, *Digital Banking*.

## ABSTRACT

This dissertation research is meant to analyze and predict digital-banking behavioral intention and behavior to use sharia banking determinants. The study develops the *Unified theory of acceptance and use of technology 2* (UTAUT2) consisting of several determinants – performance expectation, work expectation, social influence, facilitating condition, price value, hedonistic motivation, and habit – to predict the intention and behavior of the use of digital banking of sharia banks. The development in this dissertation is conducted by integrating a new moderator construct extension i.e. Islamic life style into UTAUT2 model in order to predict if the style is in favor of or weakens the independent variables (i.e. social influence, price value, and habit) against the dependent variable (i.e. intention); it also determines the strength and weakness of behavioral intention's role against actual behavior in sharia banks' digital banking context.

Using 288 sharia bank customers who use digital banking throughout Indonesia, this quantitative study applied Structural Equation Model (SEM) as its analysis model with Smart PLS version 3.0 software. The results show that performance expectation, price value, hedonistic motivation, and habit significantly bring positive influence over the behavioral intention of using sharia banks' digital banking. However, work expectation, social influence and facilitating condition do not influence the intention to use digital banking. Statistic test on direct influence of sharia banks' digital banking behavior proves that there is significant positive influence from intention, facilitating condition and habit to digital-banking use behavior. Islamic life style proves to confirm its significant positive influence of social influence and behavior to the intention to use sharia banks' digital banking. The style, on the other hand, moderates significantly negative the influence of the intention to the use behaviors; it doesn't moderate the influence of price value to the intention behavior nor does habit behavior to actual behavior.

This research dissertation has several implications: first, theoretically, it contributes to the development of customers' behavior model by integrating Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 and Islamic life style as the moderator variable, in particular in the context of behavioral intention to use sharia banks' digital banking; second, empirically, it makes Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2 (UTAUT2) complete by developing a model of sharia banks' digital-banking-user customers. The study proves that Islamic life style moderates the relation between social influence and the habit of the intention of using digital banking; third, practically, the study recommends an upgrade to new features that are connected to other online transactions and an attachment of Islamic philanthropy features such as zakat, alms, and waqf attached in its digital banking.

Key words: Customers' Behavior, Use Behavior, Behavioral Intention, Digital Banking





## ملخص الرسالة

هدفت هذه الرسالة إلى تحليل وتوقع العوامل المحددة للنية السلوكية والسلوك الفعلي في استخدام الخدمات المصرفية الرقمية في البنوك الإسلامية. قامت الرسالة بتطوير النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا 2 (UTAUT2) والتي تتكون من الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، والتأثير الاجتماعي، والعوامل الميسرة، وقيمة السعر، والتحفيز الممتع، والاعتقاد كمحددات للتنبؤ بنية وسلوك في استخدام الخدمات المصرفية الرقمية للبنوك الإسلامية. ويتمثل التطوير في دمج أسلوب الحياة الإسلامي كبناء معتدل جديد، في نموذج النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا 2 (UTAUT2) بهدف التنبؤ بتأثير أسلوب الحياة الإسلامي لتقوية أو تخفيف المتغيرات المستقلة (التأثير الاجتماعي، وقيمة السعر، والاعتقاد) على المتغير التابع (النية)، وكذلك محددات قوة وضعف دور النوايا السلوكية في السلوك الفعلي في سياق الخدمات المصرفية الرقمية للبنوك الإسلامية في إندونيسيا.

اعتمد الباحث في هذه الرسالة على 288 عميلاً من مستخدمي الخدمات المصرفية الرقمية في البنوك الإسلامية من جميع أنحاء إندونيسيا كعينة. واستخدم الباحث نموذج المعادلة الهيكلية (SEM) كنموذج التحليل وبرنامج SmartPLS الإصدار 3.0. وتوصلت الرسالة إلى أن الأداء المتوقع وقيمة السعر والتحفيز الممتع والاعتقاد لها تأثير إيجابي كبير على نية استخدام الخدمات المصرفية الرقمية. وفي الوقت نفسه، فإن الجهد المتوقع والتأثير الاجتماعي والعوامل الميسرة ليس لها أي تأثير على النية السلوكية. وفيما يتعلق بالتأثير المباشر على السلوك في استخدام الخدمات المصرفية الرقمية أثبتت الاختبارات الإحصائية أن النية والعوامل

الميسرة والاعتیاد لها تأثير إيجابي كبير على السلوك في استخدام الخدمات المصرفية الرقمية. لقد تبين أن أسلوب الحياة الإسلامي يأتري على تعزيز العلاقة بين التأثير الاجتماعي والاعتیاد على نية استخدام الخدمات المصرفية الرقمية في البنوك الإسلامية. وأما ما يتعلق بتأثير النية على السلوك الفعلي، فإن أسلوب الحياة الإسلامي يخفف بشكل سلبي تأثير النية على السلوك الفعلي في استخدام الخدمات المصرفية الرقمية في البنوك الإسلامية. ومع ذلك، فإن أسلوب الحياة الإسلامي لا يخفف من تأثير قيمة السعر على النية وتأثير الاعتیاد على السلوك الفعلي.

والآثار المترتبة على نتائج هذه الرسالة هي: أولاً، تساهم هذه الرسالة نظرياً في تطوير نماذج سلوك المستهلك من خلال دمج النظرية الموحدة للقبول واستخدام التكنولوجيا 2 إلى أسلوب الحياة الإسلامي كمتغير معتدل، لا سيما في سياق النية في استخدام الخدمات المصرفية الرقمية؛ ثانياً، من الناحية التجريبية، تساهم هذه الرسالة في سد قيود النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا 2 من خلال تطوير نموذج سلوك العملاء من مستخدمي الخدمات المصرفية الرقمية للبنوك الإسلامية، حيث تثبتت هذه الرسالة أن أسلوب الحياة الإسلامي يقلل علاقة التأثير الاجتماعي والاعتیاد على النية في استخدام الخدمات المصرفية الرقمية للبنوك الإسلامية، ثالثاً، توصي نتائج الرسالة من الناحية العملية بأن تقوم البنوك الإسلامية بإضافة ميزات جديدة إلى الخدمات المصرفية الرقمية التي يمكن اتصالها بخدمات المعاملات الأخرى عبر الإنترنت وتطوير ميزات خيرية إسلامية مثل الزكاة والإنفاق والصدقة والوقف في الخدمات المصرفية الرقمية.

الكلمات الأساسية: سلوك المستهلك، سلوك الاستخدام، النية السلوكية، الخدمات المصرفية الرقمية.

## KATA PENGANTAR

### *Bismillahirrahmannirrahim*

Puji syukur Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah Yang Maha Pengasih dan Penyayang, yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulisan disertasi ini dapat diselesaikan. Tema yang diambil untuk diteliti dalam disertasi ini tidak hanya sekedar untuk menyelesaikan tugas akhir dan syarat penyelesaian studi program doktoral (S3) pada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, namun adanya keinginan untuk mengkaji fenomena di lapangan yang menunjukkan bahwa *market share* perbankan syariah di Indonesia yang relatif masih rendah. Disamping itu, peneliti menemukan bahwa masih terdapat *research gap* pada penelitian-penelitian terdahulu tentang perilaku konsumen khususnya terkait *digital banking* perbankan syariah. Disertasi disusun dalam lima bab disertai dengan lampiran-lampiran sebagaimana sistematika yang telah ditentukan oleh lembaga. Semoga disertasi ini dapat memberikan manfaat berupa sumbangsih keilmuan khususnya dalam bidang perilaku konsumen, serta dapat menambah khazanah dinamika akademik bagi para peneliti dan peminat kajian sejenis.

Penulisan disertasi ini dapat terselesaikan dengan baik karena tidak terlepas dari arahan, bimbingan, bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Untuk hal tersebut izinkan penulis untuk mengungkapkan rasa terimakasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung penyelesaian dan penulisan disertasi ini. Meski tidak dapat disebutkan satu persatu, namun pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan kepada sebagian saja, karena keterbatasan ruang.

Sebagai rasa hormat, syukur dan kebahagiaan kami atas selesainya penulisan disertasi ini, penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga, Prof. Dr. H. Abdul Mustaqim, S.Ag., M.Ag., selaku Direktur Pascasarjana, Prof. Noorhaidi, MA., M.Phil., Ph.D., selaku Direktur Pascasarjana periode sebelumnya, H Ahmad

Muttaqin, S.Ag., M.Ag., M.A., Ph.D., selaku Wakil Direktur Pascasarjana, Ahmad Rafiq, M.A., Ph.D selaku Ketua Program Studi, dan seluruh jajaran pengelola Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, disampaikan terimakasih jazakumullahu kahoiril jaza atas pemberian fasilitas dan pelayanan yang diberikan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan sampai selesainya penulisan disertasi.

2. Prof. Hadri Kusuma, MBA., dan Dr. M. Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc., selaku promotor yang dengan kesabaran dan keikhlasan memberikan bimbingan, arahan sejak awal hingga akhir penyelesaian disertasi ini.
3. Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag, Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak.CA, Dr. Sunaryati, Dr. Ahmad Salehudin, S.Th.I., M.A., selaku pengelola FEBI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, serta para dosen dan karyawan FEBI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang selama ini terus memberikan semangat dan mendoakan penulis.
4. Para Dosen dan Staf Pengajar Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan.
5. Rekan-rekan mahasiswa pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, terutama program doktor (S3) Studi Islam konsentrasi Ekonomi Islam angkatan 2014/2015
6. Para informan dan responden penelitian yang telah bersedia memberikan data primer dan waktunya dalam penelitian ini.
7. Ibunda tercinta Dra. Hj. Suprpti atas segala dukungan moral dan doa-doanya yang tiada henti, semoga penulis bisa menjadi anak yang selalu dibanggakan, aamiin. Terima kasih juga kepada ibunda mertua Dra. Hj. Endang Sutarti atas dukungan moral dan doanya. Juga kepada kakak dan adik-adik tercinta yang selalu memberikan semangat. Hanya Allah swt yang bisa membalas semua kebaikan yang telah diberikan. Serta teruntuk almarhum Ayah tercinta Drs. H. Suwarto semoga mendapat tempat terindah disisi Nya.
8. Terima kasih yang tak terhingga kepada istri tercinta Fetria Eka Yudiana, M.Si. atas dukungan, semangat, doa yang menjadi

motivasi terbesar kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan disertasi ini. Kemudian juga kepada ananda terkasih dan tercinta Salsabilla Anya Annora dan Belva Queena Azzahra buat dukungan, pengertian, semangat dan doanya agar ayahnya dapat menyelesaikan penulisan disertasi ini, dan merupakan dorongan terbesar bagi ayah agar bisa menjadi contoh bagi kalian, terima kasih atas perhatian dan cinta yang sangat luar biasa ini.

Salatiga, September 2021

Penulis,

Joko Setyono, S.E., M.Si.





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS DARI PLAGIARISME</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN REKTOR</b> .....	<b>iv</b>
<b>YUDISIUM</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR HADIR PENGUJI</b> .....	<b>vi</b>
<b>PENGESAHAN PROMOTOR</b> .....	<b>vii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xxiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xxix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xxxii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xxxiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	15
D. Orisinalitas Penelitian .....	16
E. Kontribusi Penelitian.....	19
1. Kontribusi Teori .....	19
2. Kontribusi Empiris.....	23
3. Kontribusi Kebijakan .....	24
F. Sitematika Penulisan.....	25
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	<b>27</b>
A. Teori Dasar .....	27
1. Perilaku Konsumen.....	27
2. <i>Digital Banking</i> .....	32

3. <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2</i> (UTAUT2).....	36
4. Gaya Hidup Islami .....	52
B. Penelitian Terdahulu .....	57
C. Hipotesis Penelitian .....	94
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>113</b>
A. <i>Setting</i> Penelitian .....	113
B. Desain Penelitian .....	114
C. Jenis dan Sumber Data.....	115
1. Jenis Data .....	115
2. Sumber data.....	115
D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	115
1. Populasi .....	115
2. Sampel dan Teknik Sampling.....	116
E. Variabel Penelitian.....	118
F. Definisi Operasional Variabel.....	119
G. Teknik Pengumpulan Data .....	121
H. Instrumen Penelitian .....	123
1. Uji Validitas .....	130
2. Uji Reliabilitas.....	136
I. Teknik Analisis Data.....	139
1. Analisis Deskriptif.....	139
2. Analisis Inferensial .....	139
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>149</b>
A. Perbankan Syariah di Indonesia .....	149
B. Karakteristik Responden Penelitian .....	152
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	154
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin ...	155
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	156
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Menggunakan <i>Digital Banking</i> Bank Syariah.....	157
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	158



6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	158
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	159
8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan <i>Digital Banking</i> Bank Syariah .....	161
9.	Karakteristik Berdasarkan Jenis <i>Digital Banking</i> Bank Syariah .....	161
10.	Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Digital Banking</i> Bank Syariah yang Digunakan 3 Tahun Terakhir .....	162
C.	Analisis Data .....	164
1.	Variabel Ekspektasi Kinerja .....	166
2.	Variabel Ekspektasi Usaha .....	166
3.	Variabel Pengaruh Sosial .....	167
4.	Variabel Kondisi yang Memfasilitasi .....	167
5.	Variabel Nilai Harga .....	168
6.	Variabel Motivasi Hedonis .....	168
7.	Variabel Kebiasaan .....	169
8.	Variabel <i>Behavioral intention</i> .....	169
9.	Variabel <i>Use Behavior</i> .....	170
10.	Variabel Gaya Hidup Islami .....	170
D.	Konstruk dan Indikator Penelitian .....	171
1.	Variabel Ekspektasi Kinerja .....	172
2.	Variabel Ekspektasi Usaha .....	173
3.	Variabel Pengaruh Sosial .....	173
4.	Variabel Kondisi yang Memfasilitasi .....	174
5.	Variabel Motivasi Hedonis .....	175
6.	Variabel Nilai Harga .....	175
7.	Variabel Kebiasaan .....	176
8.	Variabel <i>Behavioral Intention</i> .....	177
9.	Variabel <i>Use Behavior</i> .....	177
10.	Variabel Gaya Hidup Islami .....	178
E.	Diagram Jalur .....	180
F.	Evaluasi Model .....	181
1.	Outer Model .....	181
2.	Model Struktural atau Inner Model .....	191
G.	Hasil Pengujian Hipotesis .....	200

1. Ekspektasi Kinerja Berpengaruh Positif terhadap Niat Perilaku Menggunakan <i>Digital Banking</i> Perbankan Syariah. ....	200
2. Ekspektasi Usaha Berpengaruh Positif terhadap Niat Perilaku Menggunakan <i>Digital Banking</i> Perbankan Syariah. ....	201
3. Faktor Sosial Berpengaruh Positif terhadap Niat Perilaku Menggunakan <i>Digital Banking</i> Perbankan Syariah. ....	203
4. Gaya Hidup Islami Memperkuat Pengaruh Faktor Sosial terhadap Niat Perilaku Menggunakan <i>Digital Banking</i> Perbankan Syariah. ....	204
5. Kondisi yang Memfasilitasi Berpengaruh Positif terhadap Niat Perilaku Menggunakan <i>Digital Banking</i> Perbankan Syariah. ....	205
6. Kondisi yang Memfasilitasi Berpengaruh Positif terhadap <i>Use Behavior Digital Banking</i> Perbankan Syariah. ....	207
7. Motivasi Hedonis Berpengaruh Positif terhadap Niat Perilaku Menggunakan <i>Digital Banking</i> Perbankan Syariah. ....	208
8. Nilai Harga Berpengaruh Positif terhadap Niat Perilaku Menggunakan <i>Digital Banking</i> Perbankan Syariah. ....	209
9. Gaya Hidup Islami Memperkuat Pengaruh Nilai Harga terhadap Niat Perilaku Menggunakan <i>Digital Banking</i> Perbankan Syariah. ....	210
10. Kebiasaan Berpengaruh Positif terhadap Niat Perilaku Menggunakan <i>Digital Banking</i> Perbankan Syariah. ....	211
11. Gaya Hidup Islami Memperkuat Pengaruh Kebiasaan terhadap Niat Perilaku Menggunakan <i>Digital Banking</i> Perbankan Syariah. ....	212
12. Kebiasaan Berpengaruh Positif terhadap Perilaku Menggunakan <i>Digital Banking</i> Perbankan Syariah. ....	213

13.	Gaya Hidup Islami Memperkuat Pengaruh Kebiasaan terhadap Perilaku Menggunakan <i>Digital Banking</i> Perbankan Syariah. ....	214
14.	<i>Behavioral Intention</i> Berpengaruh Positif terhadap Perilaku Menggunakan <i>Digital Banking</i> Perbankan Syariah. ....	215
15.	Gaya Hidup Islami Memperkuat Pengaruh <i>Behavioral Intention</i> terhadap Perilaku Menggunakan <i>Digital Banking</i> Perbankan Syariah.....	216
H.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	217
1.	Ekspektasi Kinerja Berpengaruh Positif terhadap Niat Perilaku Menggunakan <i>Digital Banking</i> Perbankan Syariah. ....	217
2.	Ekspektasi Usaha Berpengaruh Positif terhadap Niat Perilaku Menggunakan <i>Digital Banking</i> Perbankan Syariah. ....	220
3.	Faktor Sosial Berpengaruh Positif terhadap Niat Perilaku Menggunakan <i>Digital Banking</i> Perbankan Syariah. ....	222
4.	Gaya Hidup Islami Memperkuat Pengaruh Faktor Sosial terhadap Niat Perilaku Menggunakan <i>Digital Banking</i> Perbankan Syariah.....	225
5.	Kondisi yang Memfasilitasi Berpengaruh Positif terhadap Niat Perilaku Menggunakan <i>Digital Banking</i> Perbankan Syariah. ....	227
6.	Kondisi yang Memfasilitasi Berpengaruh Positif terhadap <i>Use Behavior Digital Banking</i> Perbankan Syariah. ....	229
7.	Motivasi Hedonis Berpengaruh Positif terhadap Niat Perilaku Menggunakan <i>Digital Banking</i> Perbankan Syariah. ....	231
8.	Nilai Harga Berpengaruh Positif terhadap Niat Perilaku Menggunakan <i>Digital Banking</i> Perbankan Syariah. ....	233
9.	Gaya Hidup Islami Memperkuat Pengaruh Nilai Harga terhadap Niat Perilaku Menggunakan <i>Digital Banking</i> Perbankan Syariah.....	235

10. Kebiasaan Berpengaruh Positif terhadap Niat Perilaku Menggunakan <i>Digital Banking</i> Perbankan Syariah.....	237
11. Gaya Hidup Islami Memperkuat Pengaruh Kebiasaan terhadap Niat Perilaku Menggunakan <i>Digital Banking</i> Perbankan Syariah.....	239
12. Kebiasaan Berpengaruh Positif terhadap Perilaku Menggunakan <i>Digital Banking</i> Perbankan Syariah.....	241
13. Gaya Hidup Islami Memperkuat Pengaruh Kebiasaan terhadap Perilaku Menggunakan <i>Digital Banking</i> Perbankan Syariah.....	244
14. <i>Behavioral Intention</i> Berpengaruh Positif terhadap Perilaku Menggunakan <i>Digital Banking</i> Perbankan Syariah.....	245
15. Gaya Hidup Islami Memperkuat Pengaruh <i>Behavioral Intention</i> terhadap Perilaku Menggunakan <i>Digital Banking</i> Perbankan Syariah.....	247
I. Temuan Variabel Gaya Hidup Islami dalam Memoderasi Intensi dan Perilaku Pemanfaatan <i>Digital Banking</i> Bank Syariah.....	249
<b>BAB V KESIMPULAN</b> .....	255
A. Simpulan.....	255
B. Implikasi Penelitian .....	256
1. Implikasi Teoretis .....	256
2. Implikasi Kebijakan.....	258
C. Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian.....	260
D. Saran dan Penelitian Lanjut.....	261
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	263
<b>Lampiran 1</b> .....	295
<b>Lampiran 2</b> .....	302
<b>Lampiran 3</b> .....	303
<b>Lampiran 4</b> .....	309

## Daftar Riwayat Hidup

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Faktor-Faktor <i>Behavioral Intention to Use</i> pada Berbagai Konteks Teknologi Informasi.....	58
Tabel 3. 1	Definisi Operasional Variabel.....	120
Tabel 3. 2	Instrumen Penelitian .....	124
Tabel 3. 3	Instrumen Variabel Gaya Hidup Islami .....	128
Tabel 3. 4	<i>Loading Factor</i> Variabel Ekspektasi Kinerja (Ek).....	130
Tabel 3. 5	<i>Loading Factor</i> Variabel Ekspektasi Usaha (EU).....	131
Tabel 3. 6	<i>Loading Factor</i> Variabel Pengaruh Sosial (PS).....	131
Tabel 3. 7	<i>Loading Factor</i> Variabel Kondisi yang Memfasilitasi (KM) .....	132
Tabel 3. 8	<i>Loading Factor</i> Variabel Motivasi Hedonis (KM)....	132
Tabel 3. 9	<i>Loading Factor</i> Variabel Nilai Harga (NH) .....	133
Tabel 3.10	<i>Loading Factor</i> Variabel Kebiasaan (K) .....	133
Tabel 3.11	<i>Loading Factor</i> Variabel <i>Behavioral Intention</i> (BI) ..	134
Tabel 3.12	<i>Loading Factor</i> Variabel <i>Use behavior</i> (UB) .....	134
Tabel 3.13	<i>Loading Factor</i> Variabel Gaya Hidup Islami (GHI) ..	135
Tabel 3.14	<i>Convergent Validity</i> Dilihat dari Nilai AVE.....	135
Tabel 3.15	<i>Discriminant Validity</i> dengan Akar AVE.....	137
Tabel 3.16	Uji Reliabilitas Dilihat dari <i>Composite Reliability</i> .....	138
Tabel 3.17	Uji Reliabilitas Dilihat dari <i>Cronbach Alpha</i> .....	138
Tabel 3.18	Evaluasi <i>Outer Model</i> .....	144
Tabel 3.19	Evaluasi <i>Inner Model</i> .....	145
Tabel 4. 1	Data Responden Berdasar Domisili.....	154
Tabel 4. 2	Data Responden Berdasar Jenis Kelamin .....	156
Tabel 4. 3	Data Responden Berdasar Usia .....	156
Tabel 4. 4	Data Responden Berdasar Pengalaman .....	157
Tabel 4. 5	Data Responden Berdasar Jenjang Pendidikan .....	158
Tabel 4. 6	Data Responden Berdasar Jenis Pekerjaan .....	159
Tabel 4. 7	Data Responden Berdasar Pendapatan .....	160
Tabel 4. 8	Data Responden Berdasar Frekuensi Penggunaan <i>Digital Banking</i> .....	161
Tabel 4. 9	Data Responden Berdasar Jenis <i>Digital Banking</i> Bank Syariah .....	162

Tabel 4. 10 Data Responden Berdasar <i>Digital Banking Bank</i> Syariah .....	163
Tabel 4. 11 Statistik Deskripsi Data Penelitian.....	165
Tabel 4. 12 Deskripsi Interval Variabel Ekspektasi Kinerja.....	166
Tabel 4. 13 Deskripsi Interval Variabel Ekspektasi Usaha.....	167
Tabel 4. 14 Deskripsi Interval Variabel Pengaruh Sosial .....	167
Tabel 4. 15 Deskripsi Interval Variabel Kondisi Yang Memfasilitasi.....	168
Tabel 4. 16 Deskripsi Interval Variabel Nilai Harga.....	168
Tabel 4. 17 Deskripsi Interval Variabel Motivasi Hedonis .....	169
Tabel 4. 18 Deskripsi Interval Variabel Kebiasaan.....	169
Tabel 4. 19 Deskripsi Interval Variabel <i>Behavioral Intention</i> .....	170
Tabel 4. 20 Deskripsi Interval Variabel <i>Use Behavior</i> .....	170
Tabel 4. 21 Deskripsi Interval Variabel Gaya Hidup Islami .....	171
Tabel 4. 22 Item Pernyataan Variabel Ekspektasi Kinerja dan Frekuensi Jawaban Responden.....	172
Tabel 4. 23 Item Pernyataan Variabel Ekspektasi Usaha dan Frekuensi Jawaban Responden.....	173
Tabel 4. 24 Item Pernyataan Variabel Pengaruh Sosial dan Frekuensi Jawaban Responden.....	174
Tabel 4. 25 Item Pernyataan Variabel Kondisi Yang Memfasilitasi dan Frekuensi Jawaban Responden .....	174
Tabel 4. 26 Item Pernyataan Variabel Motivasi Hedonis dan Frekuensi Jawaban Responden.....	175
Tabel 4. 27 Item Pernyataan Variabel Nilai Harga dan Frekuensi Jawaban Responden.....	176
Tabel 4. 28 Item Pernyataan Variabel Kebiasaan dan Frekuensi Jawaban Responden.....	176
Tabel 4. 29 Item Pernyataan Variabel <i>Behavioral Intention</i> dan Frekuensi Jawaban Responden.....	177
Tabel 4. 30 Item Pernyataan Variabel <i>Use Behavior</i> dan Frekuensi Jawaban Responden.....	178
Tabel 4. 31 Item Pernyataan Variabel Gaya Hidup Islami dan Frekuensi Jawaban Responden.....	178
Tabel 4. 32 <i>Loading Factor</i> Variabel Ekspektasi Kinerja (Ek) .....	182

Tabel 4. 33	<i>Loading Factor</i> Variabel Ekspektasi Usaha (EU) .....	182
Tabel 4. 34	<i>Loading Factor</i> Variabel Pengaruh Sosial (PS).....	183
Tabel 4. 35	<i>Loading Factor</i> Variabel Kondisi Yang Memfasilitasi (KM) .....	183
Tabel 4. 36	<i>Loading Factor</i> Variabel Motivasi Hedonis (MH) .....	184
Tabel 4. 37	<i>Loading Factor</i> Variabel Nilai Harga (NH) .....	184
Tabel 4. 38	<i>Loading Factor</i> Variabel Kebiasaan (K).....	185
Tabel 4. 39	<i>Loading Factor</i> Variabel <i>Behavioral Intention</i> (BI)..	185
Tabel 4. 40	<i>Loading Factor</i> Variabel <i>Use behavior</i> (UB).....	186
Tabel 4. 41	<i>Loading Factor</i> Variabel Gaya Hidup Islami (GHI)...	187
Tabel 4. 42	<i>Convergent Validity</i> dilihat dari nilai AVE .....	187
Tabel 4. 43	<i>Discriminant Validity</i> dengan Akar AVE.....	189
Tabel 4. 44	Uji Reliabilitas Dilihat dari <i>Composite Reliability</i> .....	190
Tabel 4. 45	Uji Reliabilitas Dilihat dari <i>Cronbach Alpha</i> .....	191
Tabel 4. 46	Nilai <i>R square</i> dan <i>R Square Adjusted</i> .....	192
Tabel 4. 47	<i>Path Coefficients</i> Pengaruh Langsung .....	193
Tabel 4. 48	<i>Path Coefficients</i> Variabel Moderasi .....	195
Tabel 4. 49	Kesimpulan Uji Hipotesis.....	196

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 <i>Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)</i> .....	41
Gambar 2. 2 <i>Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)</i> .....	42
Gambar 2.3 <i>Model UTAUT2 dengan Islamic Lifestyle</i> .....	94
Gambar 3. 1 Diagram Jalur Hubungan Kausalitas Antarvariabel..	142
Gambar 3. 2 Model Moderasi Sederhana .....	147
Gambar 4. 1 Diagram Jalur Hubungan Kausalitas Antarvariabel..	181
Gambar 4. 2 Diagram Jalur Hubungan Kausalitas Antarvariabel..	192





## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Gambar Model Struktural
- Lampiran 3. Hasil Olah Data
- Lampiran 4. Data Mentah Penelitian





STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Globalisasi dan revolusi industri 4.0 tidak hanya memberikan peluang dalam hal keterbukaan antarnegara untuk mewujudkan kerja sama, tetapi juga membawa tantangan bagi sektor perbankan, khususnya perbankan syariah, dikarenakan hal tersebut akan mengubah perilaku nasabah dan semakin meningkatkan persaingan.<sup>1</sup> Kemajuan teknologi dan informasi pada industri perbankan memberikan dampak yang signifikan pada perbankan untuk memperkenalkan berbagai fungsi baru pada berbagai layanan keuangan kepada konsumen, seperti *internet banking*, *SMS banking*, *phone banking*, *mobile banking*, *mobile payment*, dan sistem pembayaran lainnya yang telah menghadirkan kemudahan akses kepada konsumen dengan tidak harus berkunjung ke bank, yang mana proses layanan tersebut berbasis pada internet sehingga hal tersebut memunculkan istilah baru pada industri perbankan yang dinamakan *digital banking*.<sup>2</sup>

Perkembangan teknologi informasi, dalam hal ini adalah penggunaan internet, memberikan peluang dan tantangan bagi perbankan syariah. Data dari Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa sampai dengan kuartal kedua tahun 2020 jumlah penduduk Indonesia yang mengakses internet sebanyak 196,71 juta jiwa sehingga penetrasi penggunaan internet

---

<sup>1</sup> Antony Beckett, Paul Hewer, dan Barry Howcroft, "An Exposition of Consumer Behaviour in the Financial Services Industry," *International Journal of Bank Marketing* 18, no. 1 (February 2000): 15–26.

<sup>2</sup> A.F. Riza dan M.R. Hafizi, "Customers Attitude toward Islamic Mobile Banking in Indonesia: Implementation of TAM," *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)* 1, no. 2 (December 2019): 77.

mengalami pertumbuhan sebesar 8,9 persen dari tahun 2018 dengan jumlah penetrasi internet sebesar 73,7 persen.<sup>3</sup>

Seiring dengan pertumbuhan penggunaan internet, volume transaksi secara digital juga mengalami peningkatan. Bank Indonesia (BI) mencatat volume transaksi digital perbankan per April 2020 mengalami peningkatan secara signifikan sebesar 37,35% (yoy). Gubernur BI mengungkapkan bahwa transaksi ekonomi melalui digital meningkat pesat hingga 60,8% dibandingkan periode yang sama tahun 2019 karena *digital banking* memudahkan masyarakat yang aktivitasnya makin meningkat secara virtual.<sup>4</sup> Transaksi uang elektronik per Maret 2020 juga tumbuh sampai 67,9% dibandingkan periode 2019.<sup>5</sup> Peningkatan dan perkembangan ini mengindikasikan penguatan akan kebutuhan transaksi ekonomi dan keuangan secara digital oleh masyarakat.

Transaksi perbankan secara digital mengalami kenaikan signifikan. Misalnya, data Bank Syariah Indonesia sampai dengan bulan Maret tahun 2021 menunjukkan bahwa volume transaksi melalui channel *digital banking* meningkat 43,3 persen (Yoy), dengan frekuensi transaksi melalui *m-banking* sebesar 42 persen, *internet banking* 24 persen, kartu debit/kredit 17 persen dan transaksi melalui ATM hanya 14 persen.<sup>6</sup> Proporsi pengguna *digital banking* kawasan Asia juga relatif mengalami peningkatan, misalnya: Cina (57%), Jepang (83%), Korea Selatan (96%), Singapura (94%), Vietnam

---

<sup>3</sup> Indonesian Survey Center, APJII, *Laporan Survey Internet APJII 2019-2020 (Q2)*, n.d.

<sup>4</sup> Sylke Febrina Laucereno, "Layanan Digital Bank Tumbuh Pesat di Tengah Pandemi," *detikfinance*, 18 Juni 2020, diakses 1 Oktober 2020, <https://finance.detik.com/moneter/d-5059110/layanan-digital-bank-tumbuh-pesat-di-tengah-pandemi>.

<sup>5</sup> Lynda Hasibuan, "Era Covid-19, Transaksi Digital Banking Meroket 68%," *CNBC Indonesia*, 19 Mei 2020, diakses 3 Oktober 2020 <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200519164210-4-159627/era-covid-19-transaksi-digital-banking-meroket-68>.

<sup>6</sup> Hardani Triyoga dan Mohammad Yudha Prasetya, "Kuartal I, Transaksi Digital Bank Syariah Indonesia Tembus Rp. 40,85 T," *Viva.co.id*, 26 April 2021. <https://www.viva.co.id/berita/bisnis/1367705-kuartal-i-transaksi-digital-bank-syariah-indonesia-tembus-rp40-85-t>.

(44%), Malaysia (41%), Indonesia (36%), Thailand (19%), Filipina (13%)<sup>7</sup>. Pada saat semakin meningkatnya proporsi pengguna *digital banking*, perbankan dapat meningkatkan kinerja keuangan menggunakan *digital banking*.<sup>8</sup>

Pada tahun 2018, Otoritas Jasa Keuangan memberikan angin segar bagi perkembangan *digital banking* di Indonesia melalui Peraturan OJK No.12/POJK03/2018 tentang *digital banking* di Indonesia. Layanan *digital banking* didefinisikan sebagai layanan perbankan elektronik yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani nasabah secara lebih tepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhan, serta dapat dilakukan mandiri sepenuhnya oleh nasabah dengan memperhatikan aspek pengamanan. Layanan *digital banking* meliputi *internet banking*, *m-banking*, *SMS banking*, dan *phone banking*.<sup>9</sup> Namun, definisi tersebut masih terbatas pada aktivitas atau layanan, belum mencakup konsep *digital banking* model 2025 yang dikemukakan oleh Gasser, yaitu reorganisasi sistem perbankan dalam enam bidang yang terdiri dari klien perbankan, model operasi perbankan, model pendapatan, platform perbankan digital, perbankan berbasis data, dan rantai nilai perbankan.<sup>10</sup>

Peningkatan penggunaan *digital banking* menunjukkan adanya perubahan kebiasaan konsumen dalam transaksi perbankan. Hal tersebut menuntut cara baru dalam pelayanan perbankan dan persaingan teknologi yang semakin pesat memaksa perbankan untuk melakukan digitalisasi layanan agar tidak ketinggalan dalam

---

<sup>7</sup> Thanh Phuong Nguyen dan Thi Lan Phuong Dang, "Digital Banking in Vietnam Current Situation and Recommendations," *International Journal of Innovation and Research in Educational Sciences* 5, no. 4 (2018): 420.

<sup>8</sup> Cajetan I. Mbama dan Patrick O. Ezepue, "Digital Banking, Customer Experience and Bank Financial Performance: UK Customers' Perceptions," *International Journal of Bank Marketing* 36, no. 2 (April 2018): 230–255.

<sup>9</sup> Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK), Nomor 12/POJK.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum. <https://www.ojk.go.id/id/Regulasi/>.

<sup>10</sup> Gasser. U. et al., "Digital Banking 2025," 2017, 1–22.

persaingan industri perbankan yang sedang bertransformasi.<sup>11</sup> Penelitian yang dilakukan Dasho et al. mengatakan bahwa perbankan harus menjadi digital sebagai cara baru perbankan untuk melakukan revolusi teknologi dan melakukan inovasi dalam rangka merespons perubahan dinamika pelanggan yang disebabkan oleh internet.<sup>12</sup> Untuk menjawab tantangan perkembangan yang terjadi pada konteks *digital banking* tersebut di atas, perbankan syariah perlu mengkaji faktor-faktor yang berpengaruh terhadap niat untuk mengadopsi *digital banking* agar dapat menerapkan strategi yang lebih fokus dengan salah satu usaha yang perlu dilakukan bank syariah adalah lebih konsentrasi pada *market share* yang akan dibidiknya.

*Market share* merupakan indikator awal untuk mengkaji kekuatan perusahaan dan/atau industri sehingga *market share* merupakan instrumen terbatas yang dapat digunakan untuk mengembangkan persepsi awal terhadap suatu perusahaan/industri.<sup>13</sup> Berdasarkan data yang dikeluarkan Otoritas Jasa Keuangan hingga bulan Maret 2020, *market share* perbankan syariah masih di angka 5,99% dari keseluruhan industri perbankan secara nasional. Perbankan syariah memiliki peluang dan sekaligus tantangan untuk dapat meningkatkan *market share*, mengingat Indonesia adalah negara dengan penduduk muslim terbanyak di dunia. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa besaran penduduk Indonesia diproyeksikan sebesar 271 juta jiwa yang meliputi berbagai etnis, generasi dan gender dengan tingkat pertumbuhan sebesar 1,36 persen.<sup>14</sup> Oleh karena itu, sudah sewajarnya jika perbankan syariah membidik segmen pasar muslim yang tumbuh sangat cepat.

---

<sup>11</sup> Carmen Cuesta et al., "The Digital Transformation of the Banking Industry," *BBV Research Digital Economy Watch*, 2015, 9.

<sup>12</sup> Anni Dasho et al., "Digital Banking the Wave of the Future," *International Conference Proceedings*, ISTI 2016, 1–6.

<sup>13</sup> Fetria Eka Yudianta, "Modifikasi Branchless Banking Pada Perbankan Syariah di Indonesia Berdasarkan Kearifan Lokal," *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 9, no. 1 (June 26, 2018): 14–28.

<sup>14</sup> BPS, "Proyeksi Penduduk Menurut Provinsi, 2010-2035 (Ribuan)," n.d., diakses tanggal 5 Oktober 2020,

Muslim membutuhkan "halal" untuk segala hal yang berkenaan dengan hidupnya, sesuai dengan *syariat* agama Islam. Namun, saat ini halal tidak hanya sekadar aturan pada hukum Islam, tetapi telah menjelma menjadi gaya hidup atau *lifestyle*. Langkah yang dilakukan pemerintah untuk merespons perkembangan di sektor industri halal ialah menyelenggarakan Indonesia International *Halal Lifestyle Expo & Conference* (INHALEC) pada tahun 2017<sup>15</sup> serta diterbitkannya Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024 pada tahun 2018. Isi dari Masterplan ini antara lain adalah penguatan rantai nilai halal, penguatan keuangan syariah, penguatan UMKM, dan penguatan ekonomi digital.<sup>16</sup>

Kemajuan teknologi, peningkatan transaksi digital yang sangat pesat, dan perubahan perilaku konsumen secara global (termasuk tren gaya hidup islami), memberikan potensi sekaligus tantangan pada perbankan syariah untuk meningkatkan transaksi *digital banking* dengan mengidentifikasi faktor-faktor penentu penerimaan dan penggunaan teknologi yang pada akhirnya dapat meningkatkan pertumbuhan *market share*. Tantangan utama untuk keberhasilan *digital banking* tidak hanya bergantung pada penyediaan aplikasi oleh perbankan, tetapi lebih kepada menarik pelanggan untuk menerimanya sebagai alternatif selain pertemuan secara langsung di bank. Meuter et al. menekankan bahwa untuk banyak perusahaan, tantangannya sering kali bukanlah mengelola teknologi melainkan mendorong konsumen untuk mencoba teknologi tersebut<sup>17</sup>.

---

<https://www.bps.go.id/publication/2013/10/07/053d25bed2e4d62aab3346ec/proyeksi-penduduk-indonesia-2010-2035.html>.

<sup>15</sup> Kahfi Dirga Cahya, "Dorong Gaya Hidup Halal Lewat Pameran," *Kompas.com*, 11 Oktober 2017, diakses 25 September 2020, <https://lifestyle.kompas.com/read/2017/10/11/070000620/dorong-gaya-hidup-halal-lewat-pameran->.

<sup>16</sup> *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024*, Cetakan Pertama (Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, 2018).

<sup>17</sup> Matthew L. Meuter et al., "Choosing among Alternative Service Delivery Modes: An Investigation of Customer Trial of Self-Service Technologies," *Journal of Marketing* 69, no. 2 (April 2005): 61–83.

Dampaknya, membujuk nasabah untuk mengubah perilakunya dari melakukan transaksi secara tradisional menjadi menggunakan saluran *digital banking* bukanlah proses yang mudah, terutama karena kurangnya pemahaman nasabah tentang fenomena ini.<sup>18</sup>.

Terdapat banyak variabel yang mempengaruhi intensi menggunakan dan perilaku mengadopsi *digital banking* (*internet banking* dan *mobile banking*) pada konteks perbankan syariah. Johar dan Suhartanto<sup>19</sup> dan Mansour<sup>20</sup> dalam kajiannya menjelaskan bahwa konstruk ekspektasi kinerja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menggunakan *digital banking* perbankan syariah. Kajian yang dilakukan Aldarabseh<sup>21</sup> dan Suhartanto et al.<sup>22</sup> menyimpulkan bahwa variabel ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap intensi menggunakan *digital banking* bank syariah. Studi ilmiah yang dilakukan oleh Alshannag et al.,<sup>23</sup> Lajuni et al.,<sup>24</sup> Obeit et

---

<sup>18</sup> James M. Curran dan Matthew L. Meuter, "Encouraging Existing Customers to Switch to Self-Service Technologies: Put a Little Fun in Their Lives," *Journal of Marketing Theory and Practice* 15, no. 4 (October 2007): 283–298.

<sup>19</sup> R S Johar dan D Suhartanto, "The Adoption of Online Internet Banking in Islamic Banking Industry," *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* 662 (November 20, 2019): 032032.

<sup>20</sup> Majeed Mustafa Othman Mansour, "Acceptance of Mobile Banking in Islamic Banks: Integration of DeLone and McLean IS Model and Unified Theory of Acceptance and Use of Technology," *International Journal of Business Excellence* 21, no. 4 (2020): 564-584.

<sup>21</sup> W.M. Aldarabseh, "Determinants of Online Islamic Banking Use in Almadinah, Saudi Arabia," *Management and Economics Journal* 4, no.1 (2020): 1–10.

<sup>22</sup> Dwi Suhartanto et al., "Mobile Banking Adoption in Islamic Banks: Integrating TAM Model and Religiosity-Intention Model," *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 6 (September 23, 2019): 1405–1418.

<sup>23</sup> Fadi Mohammed Alshannag et al., "Consumer Acceptance of Islamic Banking System: The Moderating Effects of Marketing Advertising," *International Journal of Advanced Science and Technology* 29, no. 5 (2020): 7800-7816.

<sup>24</sup> Lajuni N et al., "Intention to Use Islamic Banking Products and Its Determinants," *International Journal of Economics and Financial Issues* 7, no. 1 (2017): 329–333.



al.,<sup>25</sup> dan Wahyuni<sup>26</sup> menyatakan bahwa variabel pengaruh sosial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan *digital banking* perbankan syariah. Khan, Hameed, dan Khan,<sup>27</sup> dan Johar<sup>28</sup> dalam penelitiannya membuktikan bahwa kondisi yang memfasilitasi berpengaruh terhadap niat menggunakan *digital banking* bank syariah. Raza, Shah, dan Ali,<sup>29</sup> dan Nawaz Hilmy, dan Gunapalan<sup>30</sup> dalam kajiannya menyimpulkan bahwa motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *digital banking* perbankan syariah. Studi yang dilakukan Salim, Mahmoud, dan Khair,<sup>31</sup> dan Alalwan et al.<sup>32</sup> menjelaskan bahwa nilai harga memiliki pengaruh secara positif terhadap intensi menggunakan *digital banking* bank syariah. Kajian empiris Thaker et al.<sup>33</sup> dan Kwateng, Atiemo, dan

---

<sup>25</sup> Hassan Obeid dan Souheila Kaabachi, "Empirical Investigation into Customer Adoption of Islamic Banking Services in Tunisia," *Journal of Applied Business Research (JABR)* 32, no. 4 (June 2016): 1243–1256.

<sup>26</sup> Salamah Wahyuni, "Moslem Community Behavior in The Conduct of Islamic Bank: The Moderation Role of Knowledge and Pricing," *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 57 (October 2012): 290–298.

<sup>27</sup> Ikram Ullah Khan, Zahid Hameed, dan Safeer Ullah Khan, "Understanding Online Banking Adoption in a Developing Country: UTAUT2 with Cultural Moderators," *Journal of Global Information Management* 25, no. 1 (January 2017): 43–65.

<sup>28</sup> Johar dan Suhartanto, "The Adoption of Online Internet Banking."

<sup>29</sup> Syed Ali Raza, Nida Shah, dan Muhammad Ali, "Acceptance of Mobile Banking in Islamic Banks: Evidence from Modified UTAUT Model," *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 1 (March 2019): 357–376.

<sup>30</sup> Samsudeen Sabraz Nawaz, Hayathu Mohamed Ahamed Hilmy, dan Selvaratnam Gunapalan, "Islamic Banking Customers' Intention to Use Mobile Banking Services: A Sri Lankan Study," *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems* 12, no. 02 (2020): 1610-1626.

<sup>31</sup> Badreldin F. Salim, Mohamed H. Mahmoud, dan Hatim M. Khair, "Perceived Factors Affecting the Internet Banking Implementation in Sudan: An Application of (UTAUT2)," *IJABER* 14, no.1 (2016): 1–16.

<sup>32</sup> Ali Abdallah Alalwan et al., "Examining Factors Influencing Jordanian Customers' Intentions and Adoption of Internet Banking: Extending UTAUT2 with Risk," *Journal of Retailing and Consumer Services* 40 (January 2018): 125–138.

<sup>33</sup> Hassanudin Mohd Thas Thaker et al., "Behavioural Intention and Adoption of Internet Banking among Clients' of Islamic Banks in Malaysia: An

Appiah<sup>34</sup> mengungkapkan bahwa kebiasaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap intensi menggunakan *digital banking* perbankan syariah.

Studi-studi pada konteks *digital banking* di atas sebagian besar menggunakan teori perilaku konsumen *unified theory of acceptance and use of technology* (UTAUT dan UTAUT2) yang merupakan pengembangan dari delapan teori perilaku konsumen sebelumnya. Delapan teori yang menonjol dan memiliki peran penting untuk mempelajari perilaku konsumen adalah *theory of reasoned action* (TRA), *theory of planned behavior* (TPB), *technology acceptance model* (TAM1 dan TAM2), *combined TAM and TPB (C-TAM-TPB)*, *innovation diffusion theory* (IDT), *social cognitive theory* (SCT), *model of PC utilization* (MPCU), dan *motivation model* (MM).

Teori penerimaan dan penggunaan teknologi informasi terbaru dan komprehensif adalah *unified theory of acceptance and use of technology* (UTAUT), yang merupakan pengembangan dari teori-teori perilaku konsumen sebelumnya dengan menyatukan karakteristik terbaik dari delapan teori yang dijelaskan di atas. UTAUT digunakan untuk memprediksi dan memahami kegunaan yang dirasakan, niat penggunaan suatu teknologi informasi<sup>35</sup> serta adopsi teknologi informasi pada individu.<sup>36</sup> *Unified theory of acceptance and use of technology* (UTAUT) mempunyai bukti empiris dan ilmiah bahwa niat perilaku menggunakan suatu teknologi informasi dipengaruhi langsung oleh empat konstruk utama yang signifikan, yaitu ekspektasi

---

Analysis Using UTAUT2,” *Journal of Islamic Marketing* ahead-of-print, no. ahead-of-print (February 2021).

<sup>34</sup> Kwame Owusu Kwateng, Kenneth Afo Osei Atiemo, dan Charity Appiah, “Acceptance and Use of Mobile Banking: An Application of UTAUT2,” *Journal of Enterprise Information Management* 32, no. 1 (February 2019): 118–151.

<sup>35</sup> Viswanath Venkatesh dan Fred D. Davis, “A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies,” *Management Science* 46, no. 2 (February 2000): 186–204.

<sup>36</sup> Viswanath Venkatesh, Fred Davis, dan Michael Morris, “Dead or Alive? The Development, Trajectory and Future of Technology Adoption Research,” *Journal of the Association for Information Systems* 8, no. 4 (April 2007): 267–286.

kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial, dan kondisi yang memfasilitasi. Selain konstruk utama tersebut, terdapat variabel moderasi, yaitu jenis kelamin, penggunaan secara sukarela, usia, dan pengalaman yang mampu memperkuat relasi antara konstruk utama terhadap niat perilaku serta pengaruh intensi terhadap perilaku penggunaan suatu teknologi.<sup>37</sup> Meskipun hasil analisis ekstensi dan integrasi UTAUT dengan beberapa konstruk lain telah memungkinkan beberapa peneliti untuk menjelaskan niat dan adopsi teknologi, masih diperlukan investigasi yang sistematis atas faktor-faktor penting yang berlaku untuk konteks pelanggan yang bersifat sukarela,<sup>38</sup> apalagi UTAUT pada awalnya berkembang dalam konteks organisasi<sup>39</sup> sehingga kekuatan penjelasnya mungkin sangat terbatas saat menjelaskan adopsi teknologi oleh pengguna dalam konteks sukarela.<sup>40</sup>

Dalam konteks semakin pesatnya perkembangan teknologi, untuk mengatasi keterbatasan pada teori UTAUT, Venkatesh, Thong, dan Xu pada tahun 2012 melakukan pengembangan UTAUT dengan menambahkan tiga variabel utama, yaitu motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan, serta menghilangkan satu variabel moderasi, yaitu penggunaan secara sukarela. Dengan keberadaan tiga variabel baru tersebut, hasil pengembangan UTAUT dinamakan UTAUT2. UTAUT2 bertujuan untuk mengidentifikasi tiga variabel penting dari kajian penerimaan dan penggunaan teknologi untuk konsumen, menambah beberapa hubungan yang sudah ada pada konsep UTAUT, dan mengenalkan hubungan baru. Berbeda dengan UTAUT yang diperuntukkan pada konteks organisasional, UTAUT2 dapat

---

<sup>37</sup> Viswanath Venkatesh et al., "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View," *MIS Quarterly* 27, no. 3 (2003): 425.

<sup>38</sup> Viswanath Venkatesh, James Y.L. Thong, dan Xin Xu, "Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology," *MIS Quarterly* 36, no. 1 (2012): 157.

<sup>39</sup> Venkatesh et al., "User Acceptance of Information Technology."

<sup>40</sup> Ali Tarhini et al., "Extending the UTAUT Model to Understand the Customers' Acceptance and Use of Internet Banking in Lebanon: A Structural Equation Modeling Approach," *Information Technology & People* 29, no. 4 (November 2016): 830–849.

menjelaskan penerimaan dan penggunaan teknologi pada konteks konsumen.<sup>41</sup>

*Unified theory of acceptance and use of technology 2* menjelaskan bahwa ekspektasi kinerja sebagai prediktor terkuat intensi untuk menggunakan teknologi informasi. Meskipun demikian, niat menggunakan teknologi informasi juga ditentukan oleh ekspektasi usaha, faktor sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan. Jika individu percaya bahwa penggunaan teknologi memberikan manfaat dan kemudahan, didukung infrastruktur yang memadai, memperoleh dukungan dan kepercayaan dari orang lain, memberikan kesenangan, mendapatkan manfaat lebih besar dari biaya yang dikeluarkan, serta memiliki kebiasaan menggunakan teknologi yang semakin tinggi, seseorang akan memiliki niat berperilaku yang semakin tinggi untuk mengadopsi teknologi informasi. Pada konteks *digital banking* perbankan syariah, jika seseorang memiliki persepsi positif dan percaya bahwa *digital banking* bank syariah memberikan manfaat, memberikan kemudahan, menyediakan infrastruktur yang mendukung, adanya dukungan dan kepercayaan dari orang lain, adanya kesenangan yang diperoleh dari penggunaan *digital banking* bank syariah, mendapatkan manfaat lebih besar dari biaya yang dikeluarkan, dan memiliki kebiasaan menggunakan *digital banking* bank syariah, niat berperilaku seseorang untuk menggunakan *digital banking* bank syariah menjadi semakin tinggi.

*Unified theory of acceptance and use of technology 2* (UTAUT2) memiliki kelemahan. Venkatesh et al. berpendapat bahwa studi masa depan harus dibangun berdasarkan studi sebelumnya untuk menguji teori UTAUT2 di berbagai negara, perbedaan demografis individu, dan budaya untuk mengidentifikasi variabel-variabel tambahan yang memiliki pengaruh signifikan terhadap niat berperilaku dan perilaku aktual teknologi informasi.<sup>42</sup> Berdasarkan premis tersebut, dapat dinyatakan bahwa kekurangan teori UTAUT2

---

<sup>41</sup> Venkatesh, Thong, dan Xu, "Consumer Acceptance."

<sup>42</sup> Venkatesh, Thong, dan Xu, "Consumer Acceptance."

adalah masih terdapat banyak faktor yang memungkinkan untuk diidentifikasi guna mengisi kekosongan dalam rangka pengembangan variabel bebas yang mempengaruhi niat perilaku terhadap perilaku penggunaan dan/atau faktor-faktor yang mengantarai niat perilaku terhadap perilaku aktual.

Oleh karena itu, berdasarkan kajian, analisis, dan keterbatasan di atas, ada kebutuhan untuk memahami dan mempelajari faktor-faktor yang berkontribusi terhadap niat dan perilaku konsumen terhadap suatu teknologi, khususnya *digital banking* bank syariah. Memotivasi konsumen untuk mengubah perilaku mereka dari transaksi secara tradisional ke saluran *digital banking* bukanlah proses yang mudah. Selalu ada kebutuhan untuk mengidentifikasi dan membahas secara empiris prediktor utama yang dapat membentuk niat dan adopsi *digital banking* oleh konsumen perbankan syariah di Indonesia. Bagi perbankan syariah, masalah tersebut sangat penting karena perbankan syariah tergolong pendatang baru di pasar *digital banking* dan dianggap kurang populer serta kurang berpengalaman dibandingkan bank konvensional.<sup>43</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pengembangan *unified theory of acceptance and use of technology 2* (UTAUT2) dalam rangka untuk menganalisis intensi serta perilaku menggunakan *digital banking* bank syariah dengan menawarkan ekstensi konstruk pemoderasi baru, yaitu gaya hidup islami, untuk memoderasi variabel pengaruh sosial, nilai harga, dan kebiasaan terhadap niat perilaku, serta memoderasi niat perilaku terhadap perilaku aktualnya pada konteks *digital banking* bank syariah di Indonesia. Salah satu pendorongnya adalah bahwa hubungan antara stimulus dan respons yang muncul dapat dipastikan diperantarai oleh variabel organismik yang mempengaruhi perilaku yang berfungsi sebagai perantara.<sup>44</sup> Dua

---

<sup>43</sup> Nizar Souiden dan Marzouki Rani, "Consumer Attitudes and Purchase Intentions toward Islamic Banks: The Influence of Religiosity," *International Journal of Bank Marketing* 33, no. 2 (April 2015): 143–161.

<sup>44</sup> Siti Urbayatun dan Wahyu Widhiarso, "Variabel Mediator dan Moderator dalam Penelitian Psikologi Kesehatan Masyarakat," *Jurnal Psikologi*, 39, no. 2 (2012): 180-188.

fakta yang terkait terkadang tidak tercermin secara langsung karena terkadang keterkaitan tersebut membutuhkan perantara fakta lainnya sehingga tidak dapat menafikan variabel-variabel yang menjadi perantara hubungan variabel satu dengan yang lainnya.<sup>45</sup> Hal ini digunakan untuk melakukan pengembangan model konseptual UTAUT2 sehingga memperoleh kebaruan dari kajian-kajian sebelumnya.

Beberapa penelitian terkait gaya hidup islami telah dilakukan. Di antaranya adalah kajian Parsamehr, Rasoulinejad, dan Ahmadvand yang menyatakan bahwa gaya hidup islami berpengaruh secara langsung terhadap adaptasi sosial.<sup>46</sup> Penelitian Asghari dan Safara menemukan bahwa gaya hidup islami mempunyai hubungan positif signifikan dengan kebahagiaan.<sup>47</sup> Kajian pada konteks halal yang dilakukan Sukardani, Setianingrum, dan Wibisono menunjukkan bahwa kelas menengah muslim yang saat ini aktif dengan jiwa religiositas dalam aktivitas sosial, keluarga, dan ekonomi berperan aktif dalam menciptakan tren gaya hidup yang sesuai dengan ajaran agama Islam atau yang disebut gaya hidup halal.<sup>48</sup>

Agama merupakan elemen penting dalam fenomena kultural yang dapat mempengaruhi nilai-nilai manusia, kebiasaan, dan sikap dalam kehidupan sehari-hari seseorang dalam suatu kelompok budaya.<sup>49</sup> Gaya hidup islami difokuskan pada makna dan filosofi

---

<sup>45</sup> *Ibid.*

<sup>46</sup> Mehraban Parsamehr, Seyyed Pouya Rasoulinejad, dan Leila Ahmadvand, "Investigation of Relation of Islamic Life Style with Social Adaption of the Young (Case Study: Students of Yazd University)," *Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences* 4 (2014): 462-474.

<sup>47</sup> Ali Asghari dan Maryam Safara, "The Relationship between Islamic Life Style and Happiness among the Students in Saveh, Iran," n.d., 7.

<sup>48</sup> Puspita Sari Sukardani, Vinda Maya Setianingrum, dan Aryo Bayu Wibisono, "Halal Lifestyle: Current Trends in Indonesian Market," *Advances in Social Science, Education and Humanities Research, Proceedings of the 1st International Conference on Social Sciences (ICSS 2018)* 226 (2018): 334-339.

<sup>49</sup> H Usman dan E.A Sulthani, *Islamic Marketing Sebuah Pengantar*, ed. ke-1 (Depok: Rajawali Pers, 2020).

hidup dari sudut pandang Islam.<sup>50</sup> Gaya hidup muslim memiliki dasar mutlak serta kuat, yaitu *tauhid*. Oleh karena itu, gaya hidup islami bukan hanya memiliki orientasi pada dunia, tetapi juga memiliki orientasi pada akhirat. Gaya hidup Islam berkaitan dengan perilaku, perasaan, emosi, dan kognisi.<sup>51</sup> Gaya hidup yang ideal adalah yang mampu memberikan keseimbangan dan sublimasi pikiran bagi manusia, seperti keselamatan dan kesehatan yang dapat memberikan rasa bahagia.<sup>52</sup> Pusat perilaku konsumen muslim adalah, *pertama*; kepatuhan pada konsep halal dan, *kedua*; di luar implikasi langsung terhadap halal, gaya hidup muslim sangat dipengaruhi oleh ritual, simbol, dan nilai tertentu. Oleh sebab itu, strategi pemasaran yang memfokuskan pada konsumen muslim harus peka terhadap masalah halal.<sup>53</sup> Cui mengungkapkan bahwa penting untuk mempertimbangkan nilai-nilai agama dalam membentuk strategi pemasaran.<sup>54</sup> Sementara itu, menurut Khrisnan, penelitian tentang gaya hidup merupakan konsep penting yang digunakan dalam segmentasi pasar dan pemahaman konsumen sasaran.<sup>55</sup>

Gaya hidup Islam merupakan kebiasaan seseorang untuk menjalani kehidupan sehari-hari dalam rangka melakukan konsumsi, memanfaatkan serta menggunakan barang dan/atau jasa yang sesuai

---

<sup>50</sup> M Pakzad et.al, "The Correlation between Islamic Lifestyle and Pregnancy Specific Stress: A Cross-Sectional, Correlational Study," *Macedonian Journal of Medical Sciences* (2018): 1–5.

<sup>51</sup> A.Padarvand et.al, "The Association between Islamic Lifestyle and Addiction Potential among Adolescents," *Journal of Practice in Clinical Psychology* 5, no. 1 (2017): 27–32.

<sup>52</sup> Asghari dan Safara, "The Relationship between Islamic."

<sup>53</sup> Ferdi Ansyah Apdi, "Social Media Consumer Behavior and Marketing Strategy Implications of Halal about Islamic Marketing Operations," *MPRA Munich Personal RePEc Archive*, 2019, 1–10.

<sup>54</sup> Geng Cui, "Marketing Strategies in a Multi-Ethnic Environment," *Journal of Marketing Theory and Practice* 5, no. 1 (1997): 122–134.

<sup>55</sup> Jayasree Krishnan, "Lifestyle – A Tool for Understanding Buyer Behavior," *International. Journal of Economics and Management* 5, no. 1 (2011): 283–298.

dengan nilai-nilai serta prinsip-prinsip agama Islam.<sup>56</sup> Gaya hidup merupakan cerminan kepribadian seseorang. Bagi umat Islam yang segala dimensi dalam hidupnya telah diatur dalam ajaran agama Islam, mengaktualisasikan gaya hidup islami dalam kehidupannya adalah kewajiban dan keharusan sebagai bagian dari perwujudan seorang muslim yang ideal. Berpijak pada paparan dan definisi tersebut, variabel gaya hidup islami dapat digunakan sebagai variabel yang mempengaruhi niat berperilaku dan perilaku aktual seseorang terhadap *digital banking* perbankan syariah.

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah di atas, penelitian disertasi ini akan membahas mengenai “Determinan Niat Menggunakan *Digital Banking* Perbankan Syariah: Pengembangan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)*”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah pada penelitian disertasi ini adalah

1. Apakah ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah?
2. Apakah ekspektasi usaha berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah?
3. Apakah faktor sosial berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah.
4. Apakah kondisi yang memfasilitasi berpengaruh terhadap niat perilaku dan perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah.
5. Apakah motivasi hedonis berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah.
6. Apakah nilai harga berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah.

---

<sup>56</sup> N Setyarini, “Menumbuhkan Eksistensi Gaya Hidup Halal di Indonesia,” 2017, <https://civitas.uns.ac.id/nikensetyarini/2017/04/06/menumbuhkan-eksistensigaya-hidup-halal-di-indonesia/>.



7. Apakah kebiasaan berpengaruh terhadap niat perilaku dan perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah.
8. Apakah niat perilaku berpengaruh terhadap perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah.
9. Apakah gaya hidup islami memoderasi pengaruh faktor sosial, nilai harga, dan kebiasaan terhadap intensi perilaku serta relasi niat perilaku terhadap perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah.

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Tujuan penelitian disertasi ini adalah

1. Untuk menganalisis pengaruh ekspektasi kinerja terhadap niat perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah,
2. Untuk menganalisis pengaruh ekspektasi usaha terhadap niat perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah,
3. Untuk menganalisis pengaruh faktor sosial terhadap niat perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah,
4. Untuk menganalisis pengaruh kondisi yang memfasilitasi terhadap niat perilaku dan perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah,
5. Untuk menganalisis pengaruh motivasi hedonis terhadap niat perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah,
6. Untuk menganalisis pengaruh nilai harga terhadap niat perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah,
7. Untuk menganalisis pengaruh kebiasaan terhadap niat perilaku dan perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah.
8. Untuk menganalisis pengaruh intensi perilaku terhadap perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah.
9. Untuk menganalisis gaya hidup islami memoderasi pengaruh faktor sosial, nilai harga, dan kebiasaan terhadap niat perilaku serta relasi intensi perilaku terhadap perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah.

Manfaat penelitian ini adalah

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoretis kepada pihak terkait, yaitu dapat digunakan sebagai salah satu hasil studi empiris guna memberikan pemahaman, gambaran, dan wawasan untuk menjelaskan niat perilaku dan perilaku penggunaan *digital banking* perbankan syariah dengan mengintegrasikan *unified theory of acceptance and use of technology 2* (UTAUT2) dengan variabel gaya hidup islami sebagai variabel moderasi.
2. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis, yakni dapat menjadi referensi bagi manajemen bank syariah untuk meningkatkan kualitas pelayanan *digital banking*.
3. Penelitian ini diharapkan dapat mengedukasi masyarakat mengenai layanan *digital banking* yang penggunaannya dapat memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan.

#### **D. Orisinalitas Penelitian**

Penelitian disertasi ini memiliki perbedaan dengan studi-studi yang dilakukan sebelumnya. Orisinalitas penelitian disertasi ini terdapat pada: *pertama*, penelitian ini mengembangkan model UTAUT2 pada konteks *digital banking* bank syariah di wilayah Indonesia. Bank syariah sesungguhnya dapat dikatakan mirip dengan bank konvensional karena perbankan syariah menawarkan produk dan jasa yang hampir sama atau dapat dikatakan bahwa tingkat diferensiasi bank syariah sangat minim. Hanya saja, perbankan syariah memiliki karakteristik tersendiri, yaitu lembaga keuangan yang pengoperasiannya mendasarkan pada nilai-nilai syariat Islam. Pada konteks *digital banking*, meskipun memiliki aplikasi yang mirip dengan perbankan konvensional, *digital banking* perbankan syariah berbeda dengan bank konvensional. Layanan *digital banking* perbankan syariah harus sesuai dengan nilai-nilai syariah, seperti tidak adanya suku bunga dan tidak ada persyaratan saldo rekening minimum. Perbedaan konsep antara bank syariah dan bank konvensional dapat memengaruhi perilaku konsumen terhadap *digital banking* yang dipilih. Konsumen muslim sudah seharusnya

berperilaku berdasarkan ketentuan agama Islam. Oleh sebab itu, pemilihan *digital banking* perbankan syariah dapat disebabkan oleh konsumen muslim yang termotivasi oleh perilaku berdasarkan syariat Islam atau ketaatan mereka pada ajaran syariah. Pada akhirnya, konsumen akan mempertimbangkan kesesuaian produk dan jasa terhadap nilai-nilai spiritual yang diyakininya. Namun demikian, Indonesia dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia tidak berbanding lurus dengan jumlah *market share* perbankan syariah. *Market share* perbankan syariah masih rendah pada industri perbankan di Indonesia. Artinya, tingkat partisipasi konsumen muslim untuk menggunakan layanan (*digital banking*) perbankan syariah masih sedikit. Berdasarkan kajian tersebut, penelitian ini akan mengkaji niat menggunakan *digital banking* perbankan syariah di Indonesia.

**Kedua**, berdasarkan kajian, keterbatasan, dan analisis terhadap penelitian-penelitian sebelumnya, *unified theory of acceptance and use of technology 2* (UTAUT2) masih memiliki kelemahan. Venkatesh, Thong, dan Xin Xu berpendapat bahwa studi masa depan harus dibangun berdasarkan studi sebelumnya untuk menguji teori UTAUT2 di berbagai negara, perbedaan demografis individu, dan budaya untuk mengidentifikasi faktor-faktor tambahan yang berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku dan perilaku aktual teknologi informasi.<sup>57</sup> Berdasarkan premis tersebut, dapat dikatakan bahwa dalam teori UTAUT2 masih terdapat banyak faktor yang memungkinkan untuk diidentifikasi guna mengisi kekosongan dalam rangka pengembangan variabel bebas yang mempengaruhi niat perilaku terhadap perilaku aktual dan/atau faktor-faktor yang mengantarai intensi terhadap perilaku aktual. Pengembangan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menawarkan variabel pemoderasi baru, yaitu gaya hidup islami untuk memoderasi niat perilaku dan perilaku penggunaan *digital banking* perbankan syariah, khususnya untuk menjelaskan pengaruh gaya hidup islami

---

<sup>57</sup> Venkatesh, Thong, dan Xu, "Consumer Acceptance."

memperkuat atau melemahkan variabel independen (pengaruh sosial, nilai harga, dan kebiasaan) terhadap variabel dependen (niat perilaku), serta penentu kuat lemahnya peran niat perilaku terhadap perilaku aktual pada konteks *digital banking* bank syariah di Indonesia. Variabel moderasi merupakan variabel yang dapat mempengaruhi kuat lemahnya hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Secara metodologi, variabel moderasi merupakan bagian dari variabel independen yang dapat memberikan pengaruh terhadap variabel dependen. Dua fakta yang terkait terkadang tidak tercermin secara langsung karena terkadang keterkaitan tersebut membutuhkan perantara fakta lainnya sehingga tidak dapat menafikan variabel-variabel yang menjadi perantara hubungan variabel satu dengan yang lainnya.<sup>58</sup> Oleh karena itu, untuk mengisi kesenjangan tersebut penelitian ini akan melakukan pengembangan teori UTAUT2 dengan menambahkan variabel gaya hidup islami untuk memoderasi niat penggunaan *digital banking* perbankan syariah di Indonesia.

**Ketiga**, penelitian ini mencoba membangun konsep gaya hidup islami. Konsep gaya hidup islami dibangun berdasarkan kajian literatur yang mendalam sehingga konsep ini dapat digunakan sebagai standar dalam membangun variabel gaya hidup islami pada konteks *digital banking* bank syariah. Intisari gaya hidup islami adalah dalam melakukan serangkaian perilaku berdasarkan Islam dan ajaran Islam. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa gaya hidup islami adalah Islam harus dikaitkan dengan emosi dan kognisi seseorang yang digunakan untuk mengekspresikan kepribadiannya sehingga menjadi kebiasaan seorang muslim dalam menjalani kehidupan kesehariannya untuk melakukan konsumsi, melakukan pemanfaatan serta menggunakan barang atau jasa yang sesuai dengan nilai dan prinsip dalam agama Islam. Berdasarkan paparan tersebut, pada penelitian ini gaya hidup islami menjadi salah satu penentu niat untuk menggunakan *digital banking* perbankan syariah.

---

<sup>58</sup> Urbayatun dan Widhiarso, "Variabel Mediator dan Moderator."

## E. Kontribusi Penelitian

Hasil riset disertasi ini diharapkan memberikan beberapa kontribusi, di antaranya:

### 1. Kontribusi Teori

Penelitian disertasi ini bertujuan menggali dan mempelajari secara empiris faktor-faktor penting yang berkaitan dengan niat perilaku dan perilaku mengadopsi *digital banking* bank syariah di Indonesia. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi penting terhadap pengetahuan bidang manajemen pemasaran, khususnya pengetahuan mengenai *digital banking* dan bidang penerimaan teknologi secara umum. Studi pada *digital banking* perbankan syariah sangat penting dilakukan karena sejauh ini masih sedikit penelitian *digital banking* bank syariah di Indonesia. Oleh karena itu, kajian ini diharapkan secara signifikan dapat berkontribusi terhadap pengetahuan dan literatur tentang *digital banking* yang merupakan teknologi relatif baru di Indonesia serta memberikan pemahaman lebih lanjut terkait aspek-aspek penting niat dan perilaku penggunaan *digital banking* perbankan syariah.

Penelitian ini menggunakan UTAUT2 sebagai landasan teoretis untuk membangun model konseptual. UTAUT2 merupakan teori untuk menjelaskan penerimaan teknologi dari perspektif pelanggan. Penelitian terdahulu yang terkait dengan niat menggunakan teknologi telah banyak dilakukan oleh para peneliti. Pada umumnya, mereka menggunakan *unified theory of acceptance and use of technology* (UTAUT dan UTAUT2) guna memprediksi *behavioral intention to use* tertentu sesuai dengan pemikiran pencetusnya. Di samping itu, para peneliti kebanyakan melakukan penelitian dengan pengaturan yang berbeda dan pada tempat yang berbeda, serta beranggapan bahwa teori tersebut benar. Implikasi dari hal tersebut ialah bahwa model konseptual *unified theory of acceptance and use of technology* (UTAUT dan UTAUT2) oleh kebanyakan peneliti hanya digunakan sebagai dasar teori, kerangka kerja, serta pada umumnya kebanyakan peneliti hanya melakukan verifikasi terhadap teori tersebut. Misalnya,

penelitian yang dilakukan oleh Raza, Shah, Ali,<sup>59</sup> Rahi et al.,<sup>60</sup> dan Nawaz, Hilmy, dan Gunapalan.<sup>61</sup> Meski demikian, model konseptual UTAUT2 bukan berarti tanpa keterbatasan. Menurut para peneliti, UTAUT2 masih memiliki beberapa kelemahan. Dengan demikian, perlu adanya tindak lanjut dengan melakukan penelitian berikutnya. Para peneliti umumnya hanya melakukan penelitian dengan model UTAUT/UTAUT2 klasik, yaitu dengan variabel eksogen (ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan) yang sama dengan yang digunakan dalam studi awal tanpa variabel eksogen tambahan yang mempengaruhi niat terhadap perilaku penggunaan teknologi, bahkan ada beberapa penelitian yang menggunakan model UTAUT/UTAUT2 parsial, yaitu dengan sebagian variabel eksogen yang digunakan dalam studi awal untuk memprediksi niat terhadap perilaku penggunaan teknologi dan/atau hanya memprediksi determinan niat berperilaku tanpa memprediksi perilaku aktualnya. Dengan demikian, diperlukan adanya analisis terhadap faktor lain yang mempengaruhi niat terhadap perilaku penggunaan teknologi. Beberapa peneliti, seperti Merhi, Hone, dan Tarhini,<sup>62</sup> beranggapan bahwa pentingnya mengaitkan teori UTAUT2 dengan konteks budaya karena UTAUT2 titik tekannya adalah pada *behavioral intention to use* sehingga penting untuk memperhatikan masalah budaya tersebut. Budaya individualisme dan kolektivisme mempengaruhi sifat hubungan yang ada di antara anggota masyarakat, baik itu terbatas pada anggota keluarga, seperti dalam kasus masyarakat individualis, maupun pada konteks yang lebih luas mencakup keluarga besar dan hubungan kerja dalam kelompok

---

<sup>59</sup> Raza, Shah, dan Ali, "Acceptance of Mobile Banking."

<sup>60</sup> Samar Rahi et al., "Investigating the Role of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) in Internet Banking Adoption Context," *Management Science Letters* 8 (2018): 173–186.

<sup>61</sup> Nawaz, Hilmy, dan Gunapalan, "Islamic Banking Customers' Intention."

<sup>62</sup> Mohamed Merhi, Kate Hone, dan Ali Tarhini, "A Cross-Cultural Study of the Intention to Use Mobile Banking between Lebanese and British Consumers: Extending UTAUT2 with Security, Privacy and Trust," *Technology in Society* 59 (November 2019): 101151.

kolektivisme. Hal tersebut akan berpengaruh pada berbedanya *behavioral intention to use*.

Dari kajian terhadap studi-studi terdahulu yang terkait dengan *unified theory of acceptance and use of technology* (UTAUT dan UTAUT2) tersebut di atas, terdapat beberapa kekurangan untuk dapat ditindaklanjuti, di antaranya: penelitian-penelitian terdahulu yang menggunakan teori tersebut menunjukkan bahwa faktor-faktor determinan maupun variabel moderator *behavioral intention to use* masih belum konklusif sehingga masih sangat perlu untuk mengidentifikasi faktor-faktor determinan maupun variabel moderator *behavioral intention to use* untuk mengisi kekosongan tersebut. Kajian-kajian sebelumnya lebih banyak melakukan prediksi dan lebih banyak berhenti pada *behavioral intention*. Oleh karena itu, masih sangat vital mengidentifikasi faktor apa saja yang mempengaruhi relasi niat berperilaku terhadap perilaku aktualnya. Teori tersebut oleh kebanyakan penelitian hanya digunakan sebagai dasar teori dan masih sedikit yang berupaya melakukan pengembangan, bahkan membantahnya. Sebagai gambaran adalah kajian yang dilakukan oleh Johar dan Suhartanto<sup>63</sup> yang juga melakukan pengembangan teori UTAUT dengan menambahkan variabel religiositas untuk mengetahui niat perilaku adopsi *internet banking* perbankan syariah. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa religiositas memiliki pengaruh positif signifikan sebagai pembentuk niat berperilaku menggunakan *internet banking* bank syariah. Artinya, variabel religiositas penting dan sebagai penentu seseorang dalam proses adopsi *internet banking* bank syariah. Penelitian lainnya, seperti penelitian Kwateng, Atiemo, dan Appiah,<sup>64</sup> melakukan pengembangan teori UTAUT2 dengan menambahkan variabel *trust* (kepercayaan) untuk mengetahui niat perilaku menggunakan *mobile banking*. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention mobile banking*. Hasil tersebut

---

<sup>63</sup> Johar dan Suhartanto, "The Adoption of Online Internet Banking."

<sup>64</sup> Kwateng, Atiemo, dan Appiah, "Acceptance and Use of Mobile Banking."

menunjukkan bahwa variabel kepercayaan penting dan sebagai penentu seseorang dalam proses adopsi *mobile banking*. Letak perbedaan dengan penelitian disertasi ini adalah pada objek penelitian dan konstruk penelitian.

Penelitian disertasi ini melakukan pengembangan UTAUT2 dengan mengintegrasikan gaya hidup islami sebagai variabel moderasi determinan intensi dan perilaku aktual pada *digital banking* bank syariah di Indonesia. Salah satu pendorongnya adalah bahwa hubungan antara stimulus dan respons yang muncul dapat dipastikan diperantarai oleh variabel organismik yang mempengaruhi perilaku yang berfungsi sebagai perantara.<sup>65</sup> Hal ini digunakan untuk melakukan pengembangan model konseptual UTAUT2 sehingga memperoleh kebaruan dari kajian-kajian sebelumnya. Secara empiris, terdapat beberapa penelitian terkait gaya hidup islami dalam berbagai konteks (misalnya: berpakaian Islami, kebahagiaan, adaptasi sosial, dan kesehatan), seperti kajian yang dilakukan Parsamehr, Rasoulinejad, dan Ahmadvand yang menyatakan bahwa gaya hidup islami yang terdiri dari waktu, keamanan, pemikiran dan ilmu pengetahuan, kesehatan, keluarga, finansial, moral, kepercayaan, ibadah, dan sosial memiliki hubungan langsung dengan adaptasi sosial.<sup>66</sup>

Berdasarkan pembahasan dan kajian penelitian-penelitian sebelumnya, dapat dilakukan pengembangan penelitian selanjutnya dengan mendasarkan pada teori yang ada tersebut dengan lebih fokus pada penekanan terhadap prediksi *use behavior* atau determinan yang menjadi perantara relasi variabel independen (pengaruh sosial, nilai harga, dan kebiasaan) terhadap variabel dependen (*behavioral intention*), serta mengantarai *behavioral intention* terhadap *use behavior*. Penelitian disertasi ini bertujuan untuk melakukan pengembangan dari *unified theory of acceptance and use of technology 2* (UTAUT2) dengan menganalisis faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap intensi dan perilaku menggunakan *digital*

---

<sup>65</sup> Urbayatund dan Widhiarso, "Variabel Mediator dan Moderator."

<sup>66</sup> Parsamehr, Rasoulinejad, dan Ahmadvand, "Investigation of Relation."



*banking* bank syariah. Hasil penelitian disertasi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif serta mampu menjelaskan faktor-faktor penting pembentuk niat dan perilaku penggunaan *digital banking* bank syariah. Selain itu, hasil kajian disertasi ini bisa menjadi informasi dan acuan studi berikutnya, utamanya kajian tentang bagaimana pengaruh determinan niat perilaku penggunaan *digital banking* perbankan syariah. Penelitian disertasi ini merupakan sarana dalam rangka pengaplikasian teori yang sudah ada, serta mengembangkan *unified theory of acceptance and use of technology 2* dalam mempengaruhi *behavior intention to use digital banking* perbankan syariah.

## 2. Kontribusi Empiris

Secara empiris, hasil studi ini diharapkan dapat memberikan beberapa kontribusi, yaitu: *pertama*, penelitian disertasi ini diharapkan memberikan kontribusi secara empiris dalam mengisi keterbatasan *unified theory of acceptance and use of technology 2* (UTAUT2), yang mana kajian-kajian sebelumnya lebih banyak melakukan prediksi dan lebih banyak berhenti pada *behavioral intention*. Cara yang dilakukan adalah dengan mengintegrasikan *unified theory of acceptance and use of technology 2* dengan variabel gaya hidup islami sehingga terbangun model yang komprehensif.

*Kedua*, penelitian disertasi ini memberikan kontribusi secara empiris dalam pengembangan model perilaku nasabah yang menggunakan *digital banking* perbankan syariah dengan menambahkan variabel gaya hidup islami ke dalam struktur UTAUT2 sebagai variabel moderasi untuk menganalisis pengaruh antara variabel pengaruh sosial, nilai harga, dan kebiasaan terhadap niat perilaku dan pengaruh intensi terhadap perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah. Dengan demikian, dapat mendukung dan/atau memperluas pengukuran *behavioral intention to use digital banking* perbankan syariah.

### 3. Kontribusi Kebijakan

Beberapa kontribusi kebijakan yang diharapkan dari hasil penelitian disertasi ini di antaranya adalah, *pertama*, dengan ditemukannya pengaruh determinan niat perilaku dan perilaku aktual pemanfaatan *digital banking* perbankan syariah dalam studi ini, bagi pemerintah melalui Otoritas Jasa Keuangan dan Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah hasil penelitian disertasi ini diharapkan menjadi salah satu sumbangan pemikiran terhadap orientasi strategi dan arah kebijakan yang ditempuh pemerintah, seperti sosialisasi dan literasi, khususnya berkaitan dengan usaha meningkatkan niat masyarakat menggunakan *digital banking* perbankan syariah sehingga akhirnya diharapkan dapat menumbuhkan *market share* bank syariah.

Kontribusi kebijakan lainnya adalah, *kedua*, dengan ditemukannya variabel gaya hidup islami mampu memoderasi determinan niat perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah pada studi ini, bagi pengambil kebijakan pada perbankan syariah, hasil penelitian ini dapat dijadikan pijakan awal merancang strategi pemasaran dalam rangka membangun kepercayaan nasabah dengan menyediakan aplikasi *digital banking* bank syariah yang sangat bermanfaat dan berkualitas, tetapi di sisi lain juga memperhatikan aspek nilai-nilai spiritualitas yang diekspresikan dalam gaya hidup islami nasabah.

Kontribusi kebijakan lain dari penelitian ini adalah, *ketiga*, dengan ditemukannya pengaruh determinan niat perilaku menggunakan *digital banking* nasabah perbankan syariah, bagi pimpinan dan pengambil kebijakan pada perbankan syariah, hasil penelitian ini dapat menjadi gambaran yang konkret terkait determinan yang mempengaruhi niat perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah sehingga dapat memberikan informasi dan dapat membantu melakukan pengambilan keputusan strategis dalam rangka melakukan inovasi produk *digital banking* perbankan syariah.

## **F. Sistematika Penulisan**

Laporan penelitian disertasi ini mencakup beberapa bab. Adapun struktur bab tersebut sebagaimana dijelaskan berikut ini:

### **Bab I. Pendahuluan**

Bagian bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, orisinalitas penelitian, kontribusi penelitian, dan sistematika penulisan.

### **Bab II. Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis**

Bab ini menguraikan kajian terhadap penelitian terdahulu yang diperoleh dari *proceedings*, jurnal-jurnal ilmiah yang relevan dengan tujuan penelitian disertasi ini, dan buku. Selain kajian penelitian terdahulu, pada bagian ini dipaparkan landasan teori yang digunakan sebagai dasar pengembangan model teoretis dan proposisi yang diusulkan dalam penelitian disertasi ini. Dalam studi ini dijelaskan konsep dasar perilaku konsumen, perilaku konsumen muslim, gaya hidup Islami (*Islamic lifestyle*), *digital banking*, *unified theory of acceptance and use of technology 2 (UTAUT2)*, kajian penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan pengembangan model.

### **Bab III. Metode Penelitian**

Bab ini membahas tentang metode penelitian dalam penulisan disertasi ini, mencakup *setting* penelitian, desain penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

### **Bab IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Bab ini mempresentasikan hasil penelitian dan pembahasan yang meliputi gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden, deskripsi data penelitian, hasil analisis data dan pengujian hipotesis. Selanjutnya, dilakukan pembahasan terhadap hasil pengujian hipotesis.

**Bab V. Penutup**

Bab ini mencakup empat bagian, yaitu: kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian lanjutan. Kesimpulan merupakan jawaban dari permasalahan yang diajukan dalam penelitian disertasi ini, sementara saran merupakan tawaran solusi teoretis atau praktis.



## BAB V KESIMPULAN

### A. Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian beberapa hipotesis yang telah dilakukan, dihasilkan beberapa kesimpulan berikut ini:

1. Ekspektasi kinerja, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan berpengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah. Hasil penelitian disertasi ini juga mengungkapkan bahwa variabel kebiasaan merupakan faktor yang paling signifikan yang menjelaskan niat perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah. Berdasarkan hasil uji tersebut, terbukti bahwa semakin kuat manfaat yang diterima, kesenangan yang diperoleh, manfaat lebih besar yang didapat dari biaya yang dikeluarkan, dan memiliki kebiasaan menggunakan *digital banking* bank syariah, maka niat berperilaku seorang individu untuk menggunakan *digital banking* bank syariah semakin tinggi. Artinya, variabel tersebut merupakan determinan penting dalam meningkatkan intensi menggunakan *digital banking* perbankan syariah. Temuan penelitian ini memperkuat *unified theory of acceptance and use of technology 2* (UTAUT2) yang digunakan sebagai dasar penelitian ini, yaitu ekspektasi kinerja, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan merupakan determinan penting niat berperilaku.
2. Hasil uji statistik penelitian disertasi ini menjelaskan bahwasanya ekspektasi usaha, faktor sosial, serta kondisi yang memfasilitasi tidak memiliki pengaruh terhadap niat perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah. Nasabah memiliki niat menggunakan *digital banking* bank syariah bukan karena kemudahan, adanya dukungan dan kepercayaan dari orang lain, serta ketersediaan infrastruktur yang mendukung. Penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga hipotesis tersebut tidak didukung data dalam penelitian ini. Oleh karena itu,

variabel ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi bukan sebagai faktor pendorong seorang nasabah untuk menggunakan *digital banking* bank syariah.

3. Untuk pengaruh langsung terhadap perilaku menggunakan (*use behavior*) *digital banking* bank syariah, uji statistik membuktikan bahwa *behavioral intention*, kondisi yang memfasilitasi, dan kebiasaan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku menggunakan (*use behavior*) *digital banking* perbankan syariah. Temuan penelitian ini mengonfirmasi *unified theory of acceptance and use of technology 2* (UTAUT2) yang digunakan sebagai dasar penelitian ini, yaitu *behavioral intention*, kondisi yang memfasilitasi, dan kebiasaan merupakan determinan langsung dari *use behavior*.
4. Gaya hidup islami merupakan variabel baru pada penelitian disertasi ini dan terbukti signifikan positif mengantarai pengaruh variabel pengaruh sosial dan kebiasaan terhadap niat perilaku (*behavioral intention*) menggunakan *digital banking* perbankan syariah. Namun demikian, pada pengaruh niat perilaku terhadap perilaku menggunakan, gaya hidup islami secara signifikan negatif mengantarai pengaruh niat perilaku terhadap perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah. Gaya hidup islami juga tidak memoderasi pengaruh nilai harga terhadap *behavioral intention* dan pengaruh kebiasaan terhadap *use behavior*. Temuan penelitian ini membuktikan bahwa gaya hidup islami dapat dianggap sebagai bagian penting dalam memprediksi dan menggambarkan perilaku individu. Gaya hidup islami memiliki peran penting dalam menjelaskan niat perilaku seseorang dalam lingkungannya pada konteks pemanfaatan *digital banking* bank syariah

## **B. Implikasi Penelitian**

### **1. Implikasi Teoretis**

Hasil penelitian disertasi ini memberikan kontribusi dalam mengembangkan model perilaku konsumen, khususnya pada konteks

*behavioral intention to use digital banking* perbankan syariah dengan memperluas pemahaman mengenai fenomena menarik yang terjadi dan memberikan wawasan yang berguna bagi perspektif akademisi, khususnya perspektif ekonomi Islam. Studi ini melakukan pengembangan *unified theory of acceptance and use of technology 2* (UTAUT2) yang dijadikan sebagai dasar teori yang tepat pada penelitian disertasi ini untuk memprediksi determinan niat perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah. Hal tersebut karena *unified theory of acceptance and use of technology 2* (UTAUT2) ditekankan untuk menjelaskan *behavioral intention to use digital banking* perspektif pelanggan. Dengan demikian, hasil penelitian disertasi ini memberikan kontribusi yang positif dengan memperluas validitas untuk membuktikan *behavioral intention to use digital banking* perbankan syariah di Indonesia.

Adanya pengaruh niat perilaku terhadap perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah di Indonesia menunjukkan bahwa nasabah perbankan syariah mempertimbangkan beberapa faktor, seperti ekspektasi kinerja, nilai harga, motivasi hedonis, dan kebiasaan sebagai faktor-faktor pembentuk niat berperilaku yang pada akhirnya melahirkan perilaku menggunakan *digital banking* perbankan syariah secara berkelanjutan di masa depan. Hal ini ditegaskan dengan kekuatan penjas yang tinggi dari model penelitian disertasi ini. Model penelitian ini mampu menjelaskan 64,5% *behavioral intention* terhadap *use behavior digital banking* perbankan syariah di Indonesia. Oleh karena itu, hasil kajian disertasi ini dapat memberikan kontribusi positif bagi literatur *digital banking* perbankan syariah.

Kebaruan penelitian disertasi ini adalah melakukan pengembangan *unified theory of acceptance and use of technology 2* (UTAUT2) dengan menambahkan konstruk gaya hidup islami sebagai variabel moderasi. Selain mengeksplorasi pengaruh langsung konstruk pada UTAUT2, penelitian disertasi ini juga mengeksplorasi pengaruh gaya hidup islami sebagai variabel moderasi. Hasil kajian studi ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup islami memoderasi hubungan pengaruh sosial terhadap niat menggunakan *digital banking* bank syariah. Di samping itu, gaya hidup islami juga memoderasi

pengaruh kebiasaan terhadap perilaku menggunakan *digital banking* bank syariah. Temuan selanjutnya dalam penelitian disertasi ini adalah bahwa konstruk gaya hidup islami memoderasi pengaruh niat perilaku terhadap perilaku menggunakan *digital banking* bank syariah dengan arah negatif. Oleh karena itu, temuan empiris dari penelitian disertasi ini memberikan kontribusi dalam memprediksi model perilaku konsumen yang lebih kompleks dalam perspektif Islam, khususnya pada konteks *behavioral intention to use digital banking* perbankan syariah.

## 2. Implikasi Kebijakan

Implikasi kebijakan yang dapat dilakukan berdasar hasil penelitian disertasi ini adalah:

*Pertama*, ekspektasi kinerja merupakan determinan penting yang mempengaruhi niat dan perilaku nasabah untuk menggunakan *digital banking* perbankan syariah karena dapat meningkatkan kinerja bagi nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa jika *digital banking* bank syariah dapat meningkatkan ekspektasi kinerja nasabah, maka akan memberikan dampak langsung terhadap niat perilaku yang mengarah pada penggunaan layanan *digital banking* bank syariah secara berkelanjutan oleh nasabah. Oleh karena itu, perbankan syariah harus meningkatkan kinerja *digital banking* dengan membuat transaksi lebih menarik dan menggabungkan lebih banyak fungsi. Kebijakan yang bisa dilakukan oleh perbankan syariah adalah dengan melakukan penambahan fungsi-fungsi/fitur-fitur baru pada *digital banking* yang dapat terhubung dengan jasa transaksi *online* lainnya, seperti *e-wallet* dan *e-commerce*. Selain itu, perbankan syariah sebaiknya mengembangkan fitur-fitur filantropi Islam, seperti zakat, infak, sedekah, dan wakaf pada *digital banking*-nya.

*Kedua*, tidak terbuktinya hubungan pengaruh sosial terhadap niat perilaku menggunakan *digital banking* bank syariah menjadikan pengaruh orang-orang penting di sekitar nasabah, seperti anggota keluarga, teman, kolega, dan kelompok referensi, tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *digital banking* perbankan syariah. Fakta empiris ini memunculkan implikasi kebijakan yang



harus dilakukan oleh perbankan syariah pada konteks *digital banking*. Kebijakan yang dapat diambil di antaranya adalah membangun kesadaran tentang manfaat dan fasilitas *digital banking* bank syariah dengan melakukan strategi pemasaran melalui sosialisasi dan promosi secara luas dengan target utamanya adalah nasabah di pedesaan agar mereka memahami konsep *digital banking* bank syariah.

*Ketiga*, fakta empiris penelitian disertasi ini menunjukkan bahwa konstruk kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan *digital banking* bank syariah. Hal ini diduga karena minimnya bantuan bila mengalami kesulitan dalam penggunaan *digital banking* bank syariah sehingga nasabah tidak memiliki niat perilaku menggunakan *digital banking* dalam transaksi perbankannya. Di samping itu, diduga ada ketidakseimbangan infrastruktur dan sumber daya yang dibutuhkan untuk mengakses *digital banking* bank syariah di beberapa daerah di Indonesia. Implikasi kebijakan yang dapat dilakukan perbankan syariah di antaranya adalah dengan mengalokasikan sumber daya yang dimiliki untuk meningkatkan keamanan *digital banking* bank syariah. Di samping itu, perbankan syariah harus memiliki *call center* yang beroperasi 24 jam penuh untuk menangani masalah-masalah, seperti transaksi yang gagal, sistem *down*, peretasan sistem perbankan, dan malfungsi lainnya yang harus diperbaiki. Selanjutnya, perbankan syariah sebaiknya melakukan investasi infrastruktur dan sumber daya, terutama di daerah luar Pulau Jawa, agar nasabah dapat mengakses *digital banking* bank syariah.

*Keempat*, variabel gaya hidup islami mengantarai hubungan pengaruh sosial terhadap niat menggunakan *digital banking* bank syariah. Hal ini dapat dimaknai bahwa nasabah meyakini layanan *digital banking* bank syariah sesuai dengan nilai-nilai Islam baik dalam proses maupun layanannya sehingga seseorang yang memiliki nilai-nilai spiritualitas yang diekspresikan melalui gaya hidup islami memiliki motivasi yang lebih tinggi sebagai pembentuk niat perilaku menggunakan *digital banking* bank syariah. Kenyataan ini melahirkan implikasi kebijakan bagi perbankan syariah. Di antaranya adalah bahwa perbankan syariah harus menyediakan aplikasi yang sangat

bermanfaat dan berkualitas, tetapi di sisi lain juga harus mempertimbangkan faktor gaya hidup islami nasabah. Oleh sebab itu, strategi pemasaran *digital banking* bank syariah harus fokus pada penyediaan layanan yang berkualitas dan memperhatikan aspek nilai-nilai spiritualitas. Berikutnya adalah bahwa perbankan syariah harus meyakinkan nasabah bahwa layanan *digital banking* sepenuhnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah sehingga akan mendorong nasabah untuk terus menggunakan *digital banking* bank syariah.

### **C. Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian**

Peneliti menyadari bahwa penelitian disertasi ini belum sempurna, masih terdapat keterbatasan, di antaranya:

1. Sampel dalam penelitian disertasi ini adalah nasabah pengguna *digital banking* perbankan syariah yang beragama Islam di seluruh Indonesia. Namun demikian, peneliti menyadari bahwa walaupun tingkat keterwakilan setiap provinsi terpenuhi, jumlah sampel setiap provinsi belum merata. Oleh sebab itu, hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan kepada umat Islam di seluruh Indonesia.
2. Penelitian disertasi ini berkonsentrasi pada nasabah pengguna *digital banking* bank syariah dan tidak melibatkan nasabah yang menolak menggunakan *digital banking* bank syariah sehingga penelitian ini tidak mendapatkan pemahaman lebih lanjut tentang hambatan utama yang menghalangi penerimaan *digital banking* bank syariah.
3. Butir pernyataan dalam kuesioner penelitian ini dikembangkan berdasarkan pernyataan-pernyataan dari kuesioner penelitian-penelitian terdahulu. Pernyataan-pernyataan tersebut dibangun sesuai dengan budaya Barat sehingga diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengembangkan kuesioner penelitian yang sesuai dengan konteks budaya Indonesia dan berbasis pada teori perilaku konsumen yang ada dalam ilmu ekonomi Islam.

#### **D. Saran dan Penelitian Lanjut**

1. Penelitian disertasi ini termasuk ke dalam penelitian keprilakuan dengan titik utama pada pengukuran niat perilaku. Untuk mendapatkan model adopsi *digital banking* bank syariah yang lebih komprehensif, penelitian selanjutnya dapat memasukkan variabel-variabel baru ke dalam model.
2. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode campuran untuk mendapatkan lebih banyak wawasan.
3. Populasi pada penelitian ini memiliki jangkauan luas, yaitu seluruh Indonesia. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya perlu menetapkan tingkat keterwakilan sampel pada masing-masing provinsi secara proporsional agar mencerminkan tingkat keterwakilan.
4. Jumlah responden masih dapat ditingkatkan lagi untuk dapat mencerminkan populasi.





## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. *Marketing Research*. Ed. ke-7. New York: John Wiley & Sons, 2001.
- Abbas et al. "Factors that Determine Consumers' Choice in Selecting Islamic Finance Products." Paper Presented at *the International Islamic Banking Conference 9-10th*, 2003.
- Abbas, Sayyed Khawar, Hafiz Ali Hassan, Jawad Asif, Bilal Ahmed, Fahad Hassan, dan Syed Salman Haider. "Integration of TTF, UTAUT, and ITM for Mobile Banking Adoption." *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science* 4, no. 5 (2018): 375–379. <https://doi.org/10.22161/ijaems.4.5.6>.
- Abrahão, Ricardo de Sena, Stella Naomi Moriguchi, dan Darly Fernando Andrade. "Intention of Adoption of Mobile Payment: An Analysis in the Light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)." *RAI Revista de Administração e Inovação* 13, no. 3 (July 2016): 221–230. <https://doi.org/10.1016/j.rai.2016.06.003>.
- AbuShanab, E., dan J.M. Pearson. "Internet Banking in Jordan: The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Perspective." *Journal of Systems and Information Technology* 9, no. 1 (August 2007): 78–97. <https://doi.org/10.1108/13287260710817700>.
- Adinugraha, Hendri Hermawan, dan Mila Sartika. "Halal Lifestyle di Indonesia." *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (April 2019): 57–81. <https://doi.org/10.21274/an.2019.5.2.Layout>.
- Adriani, Lisa dan Ma'ruf. "Pengaruh Islamic Religiosity dan Halal Knowledge terhadap Purchase Intention Kosmetik Halal Dimediasi oleh Attitude terhadap Produk Halal di Indonesia." *AL-MUZARA'AH* 8, no. 1 (June 2020): 57–72. <https://doi.org/10.29244/jam.8.1.57-72>.

- Ahmed, Zobayer. "MBanking Adoption; Exploratory Factor Analysis; UTAUT; TTF; Bangladesh." *Journal of Internet Banking and Commerce* 22, no. 3 (2017): 1–19.
- Ain, NoorUl, Kiran Kaur, dan Mehwish Waheed. "The Influence of Learning Value on Learning Management System Use: An Extension of UTAUT2." *Information Development* 32, no. 5 (November 2016): 1306–1321.  
<https://doi.org/10.1177/0266666915597546>.
- Ajzen, I. "From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior." Dalam *Action Control*, ed. JuliusKuhl dan Jurgen Beckmann, 11-39. Springer, 1985.  
[https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-642-69746-3\\_2](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-642-69746-3_2).
- Ajzen, Icek. "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50 (1991).
- Al-Ajmi, Jasim, Hameeda Abo Hussain, dan Nadhem Al-Saleh. "Clients of Conventional and Islamic Banks in Bahrain: How They Choose Which Bank to Patronize." *International Journal of Social Economics* 36, no. 11 (September 2009): 1086–1112.  
<https://doi.org/10.1108/03068290910992642>.
- Alalwan, Ali Abdallah, Yogesh K. Dwivedi, dan Nripendra P. Rana. "Factors Influencing Adoption of Mobile Banking by Jordanian Bank Customers: Extending UTAUT2 with Trust." *International Journal of Information Management* 37, no. 3 (June 2017): 99–110.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002>.
- Alalwan, Ali Abdallah, Yogesh K. Dwivedi, Nripendra P. Rana, dan Raed Algharabat. "Examining Factors Influencing Jordanian Customers' Intentions and Adoption of Internet Banking: Extending UTAUT2 with Risk." *Journal of Retailing and Consumer Services* 40 (January 2018): 125–138.  
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.08.026>.

- Alalwan, Ali Abdallah, Yogesh K. Dwivedi, Nripendra P. P. Rana, dan Michael D. Williams. "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, no. 1 (February 2016): 118–139. <https://doi.org/10.1108/JEIM-04-2015-0035>.
- Aldarabseh W.M. "Determinants of Online Islamic Banking Use in Almadinah, Saudi Arabia." *Management and Economics Journal* 4, no.1 (2020): 1–10.
- Alharbi, Saad. "An Extended UTAUT Model for Understanding of the Effect of Trust on Users' Acceptance of Cloud Computing." *International Journal Computer Applications in Technology* 56, no. 1 (2017): 65–76.
- Alkhowaiter, Wassan Abdullah. "Digital Payment and Banking Adoption Research in Gulf Countries: A Systematic Literature Review." *International Journal of Information Management* 53 (August 2020): 102102. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102102>.
- Alshannag, Fadi Mohammed, Bilal Eneizan, Mohammad Husam Odeh, Abdul Hafaz Ngah, dan Thaer Ahmad Abutaber. "Consumer Acceptance of Islamic Banking System: The Moderating Effects of Marketing Advertising." *International Journal of Advanced Science and Technology* 29, no. 5 (2020): 7800–7816.
- Amin, Hanudin. "Choice Criteria for Islamic Home Financing: Empirical Investigation among Malaysian Bank Customers." *International Journal of Housing Markets and Analysis* 1, no. 3 (August 2008): 256–274. <https://doi.org/10.1108/17538270810895105>.
- Andespa, Roni. "Pengaruh Budaya dan Keluarga terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah." *Jurnal Kajian Ekonomi Islam* 2, no. 1 (2017): 36–49.

- Anggarani, Myrna, dan Mohamad Soleh Nurzaman. "How's Prospect of Digital Banking in Indonesia? Notes From Islamic Views, Economic Value Added for Banking Industry, and Changing Customer Behavior." *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah* 12, no. 1 (May 2020): 86. <https://doi.org/10.24235/amwal.v1i1.6411>.
- Apdi, Ferdi Ansyah. "Social Media Consumer Behavior and Marketing Strategy Implications of Halal about Islamic Marketing Operations." *MPRA Munich Personal RePEc Archive*, 2019, 1–10.
- Arenas-Gaitán, Jorge, Begoña Peral-Peral, dan Maria Angeles Ramón-Jerónimo. "Elderly and Internet Banking: An Application of UTAUT2." *Journal of Internet Banking and Commerce* 20, no. 1 (2015): 1–23.
- Arikunto, S. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- . *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Ed. revisi VI. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- . *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Ed. revisi. Jakarta: Aneka Cipta, 2016.
- Asghari, Ali, dan Maryam Safara. "The Relationship between Islamic Life Style and Happiness among the Students in Saveh, Iran," n.d., 7.
- Asra, Kusniawati Yulita. *Psikologi Kepribadian I*. Pekanbaru: Al-mujtahadah Press, 2008.
- Atadokht, Akbar, dan Farzam Norouzi. "The Role of Islamic Lifestyle in Predicting Emotional Disturbances of University Students." *Caspian Journal of Health Research* 3, no. 1 (March 2018): 1–4. <https://doi.org/10.29252/cjhr.3.1.1>.
- Augusty, F. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Seri Pustaka Kunci. Semarang: Badan Penerbit Undip, 2014.



- Awan, Hayat M., and Khuram Shahzad Bukhari. "Customer's Criteria for Selecting an Islamic Bank: Evidence from Pakistan." *Journal of Islamic Marketing* 2, no. 1 (March 2011): 14–27. <https://doi.org/10.1108/17590831111115213>.
- Azwar, S. *Penyusunan Skala Psikologi*. Ed.ke-2, cet. ke-7. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017.
- . *Validitas dan Reliabilitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002.
- Baharuddin, Kasmarini, Norliya Ahmad Kassim, Siti Khairiyah Nordin, dan Siti Zahrah Buyong. "Understanding the Halal Concept and the Importance of Information on Halal Food Business Needed by Potential Malaysian Entrepreneurs." *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 5, no. 2 (February 2015): 170-180. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v5-i2/1476>.
- Bandura, Albert. "Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change." *Psychological Review* 84, no. 2 (1977): 193.
- Barquin, Sonia, Guillaume de Gantes, Vinayak HV, dan Duhita Shrikhande. "Digital Banking in Indonesia: Building Loyalty and Generating Growth." *McKinsey & Company*, 2019, 1–6.
- Beckett, Antony, Paul Hewer, dan Barry Howcroft. "An Exposition of Consumer Behaviour in the Financial Services Industry." *International Journal of Bank Marketing* 18, no. 1 (February 2000): 15–26. <https://doi.org/10.1108/02652320010315325>.
- Bharata, Wira, dan Premi Wahyu Widyaningrum. "Analisis Penerimaan Teknologi Mobile Banking terhadap Use Behavior Melalui Pendekatan Model Utaut 2 (Studi pada Nasabah KCU BCA Malang)." *Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 3, no. 2 (February 2020): 139-159. <https://doi.org/10.25273/capital.v3i2.6080>.

- Bhatiasevi, Veera. "An Extended UTAUT Model to Explain the Adoption of Mobile Banking." *Information Development* 32, no. 4 (September 2016): 799–814. <https://doi.org/10.1177/0266666915570764>.
- BPS. "Proyeksi Penduduk Menurut Provinsi, 2010-2035 (Ribuan)," n.d. diakses tanggal 5 Oktober 2020, <https://www.bps.go.id/publication/2013/10/07/053d25bed2e4d62aab3346ec/proyeksi-penduduk-indonesia-2010-2035.html>.
- Bray, J. "Consumer Behaviour Theory: Approaches and Models," 2008.
- Briliana, Vita, dan Nurwanti Mursito. "Exploring Antecedents and Consequences of Indonesian Muslim Youths' Attitude towards Halal Cosmetic Products: A Case Study in Jakarta." *Asia Pacific Management Review* 22, no. 4 (December 2017): 176–84. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2017.07.012>.
- Brown and Venkatesh. "Model of Adoption of Technology in Households: A Baseline Model Test and Extension Incorporating Household Life Cycle." *MIS Quarterly* 29, no. 3 (2005): 399–426. <https://doi.org/10.2307/25148690>.
- Cahyadin, Malik, Tamat Sarmidi, dan Elsa Adelia Nurrachma. "The Readiness of Islamic Banking in Indonesia to Implement Digital and Green Banking." *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan* 20, no. 2 (January 2020): 176–192. <https://doi.org/10.23917/jep.v20i2.6757>.
- Cahaya, Kahfi Dirga. "Dorong Gaya Hidup Halal Lewat Pameran." *Kompas.com*, 11 Oktober 2017. Diakses 25 september 2020, <https://lifestyle.kompas.com/read/2017/10/11/070000620/dorong-gaya-hidup-halal-lewat-pameran->.
- Cangur, Sengul, dan Ilker Ercan. "Comparison of Model Fit Indices Used in Structural Equation Modeling under Multivariate Normality." *Journal of Modern Applied Statistical Methods* 14, no. 1 (May 2015): 152–167. <https://doi.org/10.22237/jmasm/1430453580>.

- Chang, Chia-Ming, Li-Wei Liu, Hsiu-Chin Huang, dan Huey-Hong Hsieh. "Factors Influencing Online Hotel Booking: Extending UTAUT2 with Age, Gender, and Experience as Moderators." *Information* 10, no. 9 (September 2019): 281. <https://doi.org/10.3390/info10090281>.
- Chao, Cheng-Min. "Factors Determining the Behavioral Intention to Use Mobile Learning: An Application and Extension of the UTAUT Model." *Frontiers in Psychology* 10 (July 2019): 1-14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01652>.
- Chikondi Daka, Gladys, dan Jackson Phiri. "Factors Driving the Adoption of E-Banking Services Based on the UTAUT Model." *International Journal of Business and Management* 14, no. 6 (May 2019): 43-52. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v14n6p43>.
- Childers, Terry L., Christopher L. Carr, Joann Peck, dan Stephen Carson. "Hedonic and Utilitarian Motivations for Online Retail Shopping Behavior." *Journal of Retailing* 77, no. 4 (December 2001): 511-535. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(01\)00056-2](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(01)00056-2).
- Compeau, Deborah R., dan Christopher A. Higgins. "Application of Social Cognitive Theory to Training for Computer Skills." *Information Systems Research* 6, no. 2 (June 1995): 118-143. <https://doi.org/10.1287/isre.6.2.118>.
- Cooper, D.R., dan C.W Emory. *Business Research Methods*. Ed. ke-5. Richard D. Irwin, Inc, 1995.
- Cuesta, Carmen, Macarena Ruesta, David Tuesta, dan Pablo Urbiola. "The Digital Transformation of the Banking Industry." *BBV Research Digital Economy Watch*, 2015, 9.
- Cui, Geng. "Marketing Strategies in a Multi-Ethnic Environment." *Journal of Marketing Theory and Practice* 5, no. 1 (1997): 122-134.
- Curran, James M., dan Matthew L. Meuter. "Encouraging Existing Customers to Switch to Self-Service Technologies: Put a Little Fun in Their Lives." *Journal of Marketing Theory and Practice*

15, no. 4 (October 2007): 283–298.  
<https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679150401>.

Dasho, Anni, Elvin Meka, Genci Sharko, dan Indrit Baholli. “Digital Banking the Wave of the Future.” *International Conference Proceedings*, ISTI 2016, 1–6.

Davis, Fred D. “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology.” *MIS Quarterly* 13, no. 3 (September 1989): 319–340.  
<https://doi.org/10.2307/249008>.

Davis, Fred D., Richard P. Bagozzi, dan Paul R. Warshaw. “User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models.” *Management Science* 35, no. 8 (August 1989): 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>.

DeLone, William H., dan Ephraim R. McLean. “Information Systems Success Measurement.” *Foundations and Trends® in Information Systems* 2, no. 1 (2016): 1–116.  
<https://doi.org/10.1561/29000000005>.

Dodds, William B., Kent B. Monroe, dan Dhruv Grewal. “Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers’ Product Evaluations.” *Journal of Marketing Research* 28, no. 3 (August 1991): 307–319.

Dwivedi, Yogesh K., Nripendra P. Rana, Anand Jeyaraj, Marc Clement, dan Michael D. Williams. “Re-examining the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT): Towards a Revised Theoretical Model.” *Information Systems Frontiers* 21, no. 3 (June 2019): 719–734.  
<https://doi.org/10.1007/s10796-017-9774-y>.

Dzulhaida, Ratna, dan Refi Rifaldi Windya Giri. “Analisis Minat Masyarakat terhadap Penggunaan Layanan E-Money di Indonesia dengan Menggunakan Model Modifikasi Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2 (UTAUT 2).” *Majalah Ilmiah UNIKOM* 15, no. 2 (December 2017): 155–166.  
<https://doi.org/10.34010/miu.v15i2.555>.

- El-Masri, Mazen, dan Ali Tarhini. “Factors Affecting the Adoption of E-Learning Systems in Qatar and USA: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2).” *Educational Technology Research and Development* 65, no. 3 (June 2017): 743–763. <https://doi.org/10.1007/s11423-016-9508-8>.
- Eneizan, Bilal, Ali Ghabash Mohammed, Alhamzah Alnoor, Anas Salman Alabboodi, dan Odai Enaizan. “Customer Acceptance of Mobile Marketing in Jordan: An Extended UTAUT2 Model with Trust and Risk Factors.” *International Journal of Engineering Business Management* 11 (January 2019): 1–10. <https://doi.org/10.1177/1847979019889484>.
- Erol, Cengiz, dan Radi El-Bdour. “Attitudes, Behaviour, and Patronage Factors of Bank Customers towards Islamic Banks.” *International Journal of Bank Marketing* 7, no. 6 (June 1989): 31–37. <https://doi.org/10.1108/02652328910132060>.
- Gasser, U. et.al. “Digital Banking 2025,” 2017, 1–22.
- Ghozali, I. *25 Grand Theory Ilmu Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis*. Semarang: Yoga Pratama, 2020.
- . *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Undip, 2014.
- . *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Universitas Diponegoro, 2014.
- Gruzd, Anatoliy, Kathleen Staves, dan Amanda Wilk. “Connected Scholars: Examining the Role of Social Media in Research Practices of Faculty Using the UTAUT Model.” *Computers in Human Behavior* 28, no. 6 (November 2012): 2340–2350. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.07.004>.
- Gupta, Kriti Priya, Rishi Manrai, dan Utkarsh Goel. “Factors Influencing Adoption of Payments Banks by Indian Customers: Extending UTAUT with Perceived Credibility.” *Journal of Asia Business Studies* 13, no. 2 (March 2019): 173–195. <https://doi.org/10.1108/JABS-07-2017-0111>.

- Hair, J.F. *Multivariate Data Analysis*. Ed. ke-7. Prentice Hall International. Inc, Upper Saddle River, 2010.
- Hanum, Rizky Amalia, dan Basuki Rahmat. “Segmentasi Nasabah Berdasarkan Gaya Hidup pada Unit Usaha Syariah di Surabaya.” *Journal of Business and Banking* 2, no.1 (2012): 85–96.
- Haque, Ahasanul. “Islamic Banking in Malaysia: A Study of Attitudinal Differences of Malaysian Customers.” *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, no. 18 (2010): 7–18.
- Haron, Sudin, Norafifah Ahmad, dan Sandra L. Planisek. “Bank Patronage Factors of Muslim and Non-Muslim Customers.” *International Journal of Bank Marketing* 12, no. 1 (February 1994): 32–40. <https://doi.org/10.1108/02652329410049599>.
- Hartono, J. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: BPFE, 2014.
- Hasibuan, Lynda “Era Covid-19, Transaksi Digital Banking Meroket 68%.” *CNBC Indonesia*, 19 Mei 2020. Diakses 3 Oktober 2020 <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200519164210-4-159627/era-covid-19-transaksi-digital-banking-meroket-68..>
- Heri Yamin, Sofyan, dan Kurniawan. *Struktural Equation Modeling Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel-PLS*. Jakarta: Salemba Infotek, 2009.
- Herrero, Ángel, Héctor San Martín, dan María del Mar Garcia-De los Salmones. “Explaining the Adoption of Social Networks Sites for Sharing User-Generated Content: A Revision of the UTAUT2.” *Computers in Human Behavior* 71 (June 2017): 209–217. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.02.007>.
- Hidayat, Wawan, dan Ahmad. A Nugroho. “Studi Empiris Theory of Planned Behavior dan Pengaruh Kewajiban Moral pada Perilaku Ketidakpatuhan Pajak Wajib Pajak Orang Pribadi.” *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 12, no. 2 (2010): 55–67.
- Hoque, Rakibul, dan Golam Sorwar. “Understanding Factors Influencing the Adoption of MHealth by the Elderly: An

- Extension of the UTAUT Model.” *International Journal of Medical Informatics* 101 (May 2017): 75–84. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2017.02.002>.
- Hormati, Asrudin. “Pengujian Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology dalam Pemanfaatan Sistem Informasi Keuangan Daerah.” *Jurnal Akuntansi Multiparadigma* 3, no. 1 (April 2012): 1–24. <https://doi.org/10.18202/jamal.2012.04.7140>.
- Huang, Chi-Yo, dan Yu-Sheng Kao. “UTAUT2 Based Predictions of Factors Influencing the Technology Acceptance of Phablets by DNP.” *Mathematical Problems in Engineering* (2015): 1–23. <https://doi.org/10.1155/2015/603747>.
- Idris, Asma’ Rashidah, Khadijah Nik Muhammad Naziman, dan Siti Sarah Januri. “Religious Value as the Main Influencing Factor to Customers Patronizing Islamic Bank.” *World Applied Sciences Journal* 12 (2011): 8–13.
- Indonesian Survey Center, APJII, Laporan Survey Internet APJII 2019-2020 (Q2)*, n.d.
- Iskandar, Maja, Hartoyo Hartoyo, dan Irman Hermadi. “Analysis of Factors Affecting Behavioral Intention and Use of Behavioral of Mobile Banking Using Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 Model Approach.” *International Review of Management and Marketing* 10, no. 2 (March 2020): 41–49. <https://doi.org/10.32479/irmm.9292>.
- Johar, R S, dan D Suhartanto. “The Adoption of Online Internet Banking in Islamic Banking Industry.” *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* 662 (November 2019): 032032. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/662/3/032032>.
- Jones, Henry, dan Jillian Dawes Farquhar. “Putting It Right: Service Failure and Customer Loyalty in UK Banks.” *International Journal of Bank Marketing* 25, no. 3 (April 2007): 161–172. <https://doi.org/10.1108/02652320710739869>.

- Jung, Yoonhyuk, Seongcheol Kim, dan Boreum Choi. "Consumer Valuation of the Wearables: The Case of Smartwatches." *Computers in Human Behavior* 63 (October 2016): 899–905. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.06.040>.
- Kapoor, Kawaljeet Kaur, Yogesh K. Dwivedi, dan Michael D. Williams. "Examining the Role of Three Sets of Innovation Attributes for Determining Adoption of the Interbank Mobile Payment Service." *Information Systems Frontiers* 17, no. 5 (October 2015): 1039–1056. <https://doi.org/10.1007/s10796-014-9484-7>.
- Karim, A.A. *Ekonomi Mikro Islam*. Ed.ke-5,cet.ke-7. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Khadijah dan Ika Swasti Putri. "Analisis Penerapan Model UTAUT terhadap Minat Perilaku Pemanfaatan dan Penggunaan Internet Banking." *ProBank* 4, no. 2 (February 2020): 230–232. <https://doi.org/10.36587/probank.v4i2.512>.
- Khan, Fahim M. "Theory of Consumer Behavior in an Islamic Perspective." Dalam *Reading in Microeconomic: An Islamic Perspective*, ed. Sayid Tahir, Aidit Ghazali dan Syed Omar Syed Ali. Selangor: LogmanMalaysia, 1992.
- Khan, Ikram Ullah, Zahid Hameed, dan Muhammad Hamayun. "Investigating the Acceptance of Electronic Banking in the Rural Areas of Pakistan: An Application of the Unified Model." *Business & Economic Review* 11, no. 3 (September 2019): 57–88. <https://doi.org/10.22547/BER/11.3.3>.
- Khan, Ikram Ullah, Zahid Hameed, dan Safeer Ullah Khan. "Understanding Online Banking Adoption in a Developing Country: UTAUT2 with Cultural Moderators." *Journal of Global Information Management* 25, no. 1 (January 2017): 43–65. <https://doi.org/10.4018/JGIM.2017010103>.



- Khan, M. Saif Noman, M. Kabir Hassan, dan Abdullah Ibneyy Shahid. "Banking Behavior of Islamic Bank Customers in Bangladesh." *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*(2016): 159–194.
- Khanboubi, F, A Boulmakoul, dan M Tabaa. "Impact of Digital Trends Using IoT on Banking Processes." *Procedia Computer Science* 151 (2019): 79–80.
- Khatri, N, A Baveja, N.M Agrawal, dan G.D Brown. "HR and IT Capabilities and Complementarities in Knowledge-Intensive Services." *The International Journal of Human Resource Management* 21, no. 15 (December 2010): 2889–2909.
- Khraim, Hamza. "Measuring Religiosity in Consumer Research from an Islamic Perspective." *Journal of Economic and Administrative Sciences* 26, no. 1 (June 2010): 52–78. <https://doi.org/10.1108/10264116201000003>.
- Kim, Changsu, Mirsobit Mirusmonov, dan In Lee. "An Empirical Examination of Factors Influencing the Intention to Use Mobile Payment." *Computers in Human Behavior* 26, no. 3 (May 2010): 310–322. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.10.013>.
- Kim, Sung S., dan Naresh K. Malhotra. "A Longitudinal Model of Continued IS Use: An Integrative View of Four Mechanisms Underlying Postadoption Phenomena." *Management Science* 51, no. 5 (May 2005): 741–755. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1040.0326>.
- Koenig-Lewis, Nicole, Adrian Palmer, dan Alexander Moll. "Predicting Young Consumers' Take up of Mobile Banking Services." *International Journal of Bank Marketing* 28, no. 5 (July 27, 2010): 410–432. <https://doi.org/10.1108/02652321011064917>.
- Kotler, P. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prendallindo, 2002.
- Kotler, P, dan K.L Keller. *Manajemen Pemasaran*. Ed.ke-13. Vol. 1. Jakarta: Erlangga, 2009.

- Krishnan, Jayasree. "Lifestyle – A Tool for Understanding Buyer Behavior." *International Journal of Economics and Management* 5, no. 1 (2011): 283–298.
- Kurniati. "Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Ekonomi Islam." *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* 6, no. 1 (2016): 45–52.
- Lajuni N, Ming W.W.P, Yacob Y, Ting H, dan Jausin A. "Intention to Use Islamic Banking Products and Its Determinants." *International Journal of Economics and Financial Issues* 7, no. 1 (2017): 329–333.
- Laucereno, Sylke Febrina. "Layanan Digital Bank Tumbuh Pesat di Tengah Pandemi." *detikfinance*, 18 Juni 2020. Diakses 1 Oktober 2020. <https://finance.detik.com/moneter/d-5059110/layanan-digital-bank-tumbuh-pesat-di-tengah-pandemi>.
- Liébana-Cabanillas, Francisco, Juan Sánchez-Fernández, dan Francisco Muñoz-Leiva. "The Moderating Effect of Experience in the Adoption of Mobile Payment Tools in Virtual Social Networks: The m-Payment Acceptance Model in Virtual Social Networks (MPAM-VSN)." *International Journal of Information Management* 34, no. 2 (April 2014): 151–166. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2013.12.006>.
- Lienggaard, Benjamin Dybro, Pratyush Nidhi Sharma, G. Tomas M. Hult, Morten Berg Jensen, Marko Sarstedt, Joseph F. Hair, dan Christian M. Ringle. "Prediction: Coveted, Yet Forsaken? Introducing a Cross-Validated Predictive Ability Test in Partial Least Squares Path Modeling." *Decision Sciences* 52, no. 2 (April 2021): 362–392. <https://doi.org/10.1111/dec.12445>.
- Limayem, Hirt, dan Cheung. "How Habit Limits the Predictive Power of Intention: The Case of Information Systems Continuance." *MIS Quarterly* 31, no. 4 (2007): 705–737. <https://doi.org/10.2307/25148817>.
- Lipton, Alex, David Shrier, dan Alex Pentland. "Digital Banking Manifesto: The End of Banks?" *MIT Connection Science (The*

Technology of Innovation) Massachusetts Institute of Technology, 2016, 1–20.

- Mahfuz, M.A, L Khanam, dan W Hu. “Mobile Banking Services Adoption: Insight from Brand Name Perspective Base on UTAUT2 Model.” *Independent Business Review* 10, no. 1 dan 2 (2017): 1–22.
- Maholtra, Naresh. “A Cross-Cultural Comparisons of Behavioral Intention Models: Theoretical Consideration and an Empirical Investigation.” *International Marketing Review* 18, no. 3 (2002): 235–269.
- Makanyeza, Charles. “Determinants of Consumers’ Intention to Adopt Mobile Banking Services in Zimbabwe.” *International Journal of Bank Marketing* 35, no. 6 (September 2017): 997–1017. <https://doi.org/10.1108/IJBM-07-2016-0099>.
- Malik, M. “Elements Influencing the Adoption of Electronic Banking in Pakistan An Investigation Carried out by Using Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Theory,” *Journal of Internet Banking and Commerce* 25, no. 2 (2020): 1–21.
- Malik, Nazaruddin, Arlini Oktavia, Muhammad Sri Wahyudi Suliswanto, dan Firdha Aksari Anindyntha. “Financial Banking Performance of ASEAN-5 Countries in the Digital Era.” *Jurnal Keuangan dan Perbankan* 24, no. 1 (January 2020): 117–127. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v24i1.2641>.
- Mani, Zied, dan Inès Chouk. “Drivers of Consumers’ Resistance to Smart Products.” *Journal of Marketing Management* 33, no. 1–2 (January 2017): 76–97. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2016.1245212>.
- Mansour, Majeed Mustafa Othman. “Acceptance of Mobile Banking in Islamic Banks: Integration of DeLone and McLean IS Model and Unified Theory of Acceptance and Use of Technology.” *International Journal of Business Excellence* 21, no. 4 (2020): 564–584. <https://doi.org/10.1504/IJBEX.2020.108552>.

- Marimuthu, Maran, Chan Wai Jing, Lim Phei Gie, Low Pey Mun, dan Tan Yew Ping. "Islamic Banking: Selection Criteria and Implications (GJHSS Classification –C (FOR))." *Global Journal of Human Social Science* 10, no. 4 (2010): 52–62.
- Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024*. Cetakan Pertama. Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, 2018.
- Mathras, Daniele, Adam B. Cohen, Naomi Mandel, dan David Glen Mick. "The Effects of Religion on Consumer Behavior: A Conceptual Framework and Research Agenda." *Journal of Consumer Psychology* 26, no. 2 (April 2016): 298–311. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2015.08.001>.
- Mazaherinia, Mohsen. "Recreation Position in Islamic Lifestyle." *International Journal of Scientific Study* 5, no. 4 (2017): 501–506.
- Mazhar, Fatima, Muhammad Rizwan, Umar Fiaz, Sobia Ishrat, Muhammad Salman Razzaq, dan Taimur Nawaz Khan. "An Investigation of Factors Affecting Usage and Adoption of Internet & Mobile Banking in Pakistan." *International Journal of Accounting and Financial Reporting* 4, no. 2 (November 2014): 478-500. <https://doi.org/10.5296/ijafr.v4i2.6586>.
- Mbama, Cajetan I., dan Patrick O. Ezepue. "Digital Banking, Customer Experience and Bank Financial Performance: UK Customers' Perceptions." *International Journal of Bank Marketing* 36, no. 2 (April 2018): 230–255. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2016-0181>.
- Merhi, Mohamed, Kate Hone, dan Ali Tarhini. "A Cross-Cultural Study of the Intention to Use Mobile Banking between Lebanese and British Consumers: Extending UTAUT2 with Security, Privacy and Trust." *Technology in Society* 59 (November 2019): 101151. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101151>.

- Meuter, Matthew L., Mary Jo Bitner, Amy L. Ostrom, dan Stephen W. Brown. "Choosing among Alternative Service Delivery Modes: An Investigation of Customer Trial of Self-Service Technologies." *Journal of Marketing* 69, no. 2 (April 2005): 61–83. <https://doi.org/10.1509/jmkg.69.2.61.60759>.
- Mohd Thas Thaker, Hassanudin, Mohamed Asmy Mohd Thas Thaker, Ahmad Khaliq, Anwar Allah Pitchay, dan Hafezali Iqbal Hussain. "Behavioural Intention and Adoption of Internet Banking among Clients' of Islamic Banks in Malaysia: An Analysis Using UTAUT2." *Journal of Islamic Marketing* ahead-of-print, no. ahead-of-print (February 2021). <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0228>.
- Morales, Dave T., dan Fernando L. Trinidad. "Digital Mortgage Banking Acceptability in Philippine Universal Banks: Evidence from UTAUT Model." *Journal of Information System and Technology Management* 4, no. 15 (December 2019): 01–15. <https://doi.org/10.35631/jistm.415001>.
- Mousa Jaradat, Mohammed-Issa Riad, dan Mamoun S. Al Rababaa. "Assessing Key Factor That Influence on the Acceptance of Mobile Commerce Based on Modified UTAUT." *International Journal of Business and Management* 8, no. 23 (November 2013): 102–112. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v8n23p102>.
- Muflih. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Edisi 1-1. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.
- Mukhtar, Arshia, dan Muhammad Mohsin Butt. "Intention to Choose Halal Products: The Role of Religiosity." *Journal of Islamic Marketing* 3, no. 2 (June 22, 2012): 108–120. <https://doi.org/10.1108/17590831211232519>.
- Munajim, Ahmad, dan Saeful Anwar. "Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah." *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia* 1, no. 2 (2016): 41–52.

- Muslim, A.W. “Pengaruh Media Sosial, E-Service Quality, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Gaya Hidup.” *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* 6, no.2 (2018): 145–162.
- Mutlu, Murat, dan Ali Der. “Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: The Adoption of Mobile Messaging Application.” *Megatrend Revija* 14, no. 1 (2017): 169–186. <https://doi.org/10.5937/MegRev1701169M>.
- Nasution, S. “Variabel Penelitian.” *RAUDHAH (PGRA)* 5, no. 2 (2017): 2.
- Nawaz, Samsudeen Sabraz, Hayathu Mohamed Ahamed Hilmy, dan Selvaratnam Gunapalan. “Islamic Banking Customers’ Intention to Use Mobile Banking Services: A Sri Lankan Study.” *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems* 12, no. 02 (2020): 1610-1626.
- Nguyen, Thanh Phuong, dan Thi Lan Phuong Dang. “Digital Banking in Vietnam Current Situation and Recommendations.” *International Journal of Innovation and Research in Educational Sciences* 5, no. 4 (2018): 420.
- Nora, Liza, dan Nurul S Minarti. “The Role of Religiosity, Lifestyle, Attitude as Determinant Purchase Intention.” *Proceedings The 2nd International Multidisciplinary Conference 2016*, November 15th, 2016, 135–148.
- Nuriska, Alfia, Salamatus Asakdiyah, dan Rai Rake Setyawan. “Factors Affecting Behavioral Intention in Using Go-Pay with the Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 Model (UTAUT 2).” *Muhammadiyah International Journal of Economics and Business* 1, no. 2 (2018): 107–114.
- Obeid, Hassan, dan Souheila Kaabachi. “Empirical Investigation into Customer Adoption of Islamic Banking Services in Tunisia.” *Journal of Applied Business Research (JABR)* 32, no. 4 (June 2016): 1243–1256. <https://doi.org/10.19030/jabr.v32i4.9734>.

- Okumus, H Saduman, dan Elif Guneren Genc. "Interest Free Banking in Turkey: A Study of Customer Satisfaction and Bank Selection." *European Scientific Journal* 9,no. 16 (2013): 144–166.
- Oliveira, Tiago, Miguel Faria, Manoj Abraham Thomas, dan Aleš Popovič. "Extending the Understanding of Mobile Banking Adoption: When UTAUT Meets TTF and ITM." *International Journal of Information Management* 34, no. 5 (October 2014): 689–703. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2014.06.004>.
- Owusu Kwateng, Kwame, Kenneth Afo Osei Atiemo, dan Charity Appiah. "Acceptance and Use of Mobile Banking: An Application of UTAUT2." *Journal of Enterprise Information Management* 32, no. 1 (February 2019): 118–151. <https://doi.org/10.1108/JEIM-03-2018-0055>.
- Padarvand, A. et.al. "The Association between Islamic Lifestyle and Addiction Potential among Adolescents." *Journal of Practice in Clinical Psychology* 5, no. 1 (2017): 27–32.
- Pakzad, M, et.al. "The Correlation between Islamic Lifestyle and Pregnancy Specific Stress: A Cross-Sectional, Correlational Study." *Macedonian Journal of Medical Sciences*(2018): 1–5.
- Palau-Saumell, Ramon, Santiago Forgas-Coll, Javier Sánchez-García, dan Emilio Robres. "User Acceptance of Mobile Apps for Restaurants: An Expanded and Extended UTAUT-2." *Sustainability* 11, no. 4 (February 2019): 1210. <https://doi.org/10.3390/su11041210>.
- Parsamehr, Dr Mehraban, Seyyed Pouya Rasoulinejad, dan Leila Ahmadvand. "Investigation of Relation of Islamic Life Style with Social Adaption of the Young (Case Study:Students of Yazd University )." *Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences* 4 (2014): 462-474.
- Peraturan OJK Nomer 19/POJK 03/2014 tentang Layanan Keuangan Tanpa Kantor dalam Rangka Keuangan Inklusi. <https://www.ojk.go.id/id/Regulasi/>.

- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 12/POJK.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum. <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/Penyelenggaraan-Layanan-Perbankan-Digital-oleh-Bank-Umum/POJK%2012-2018.pdf>.
- Petrova, Lyubov Anatolyevna, Tatyana Evgenievna Kuznetsova, Sofya Anatolyevna Eremina, dan Oleg Anatolyevich Kalachev. "Digital Bank of the Future." Dalam *Proceedings of the III International Scientific and Practical Conference "Digital Economy and Finances" (ISPC-DEF 2020)*. St.Petersburg, Russia: Atlantis Press, 2020. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200423.013>.
- Pitafi, Abdul Hameed, Shamsa Kanwal, Sadia Akhtar, dan Muhammad Irfan. "Analysing UTAUT with Trust toward Mobile Banking Adoption in China and Pakistan: Extending with the Effect of Power Distance and Uncertainty Avoidance." *International Journal of Financial Innovation in Banking* 2, no. 3 (2019): 183. <https://doi.org/10.1504/IJFIB.2019.10023966>.
- Priyadi, Robi, Arief Daryanto, dan Irman Hermadi. "Perilaku Penggunaan Portal E-office di Bank XYZ dengan Pendekatan Model UTAUT." *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen* 3 no. 2 (May 2017): 185–195. <https://doi.org/10.17358/jabm.3.2.185>.
- Purwanto, Edi, dan Julia Loisa. "The Intention and Use Behaviour of the Mobile Banking System in Indonesia: UTAUT Model." *IRKU* 62, no. 06 (2020): 2757–2767.
- Rahi, Samar, Mazuri Abd. Ghani, Feras MI Alnaser, dan Abdul Hafaz Ngah. "Investigating the Role of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) in Internet Banking Adoption Context." *Management Science Letters* 8 (2018): 173–186. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2018.1.001>.
- Rahi, Samar, Mazuri Abd. Ghani, dan Abdul Hafaz Ngah. "A Structural Equation Model for Evaluating User's Intention to Adopt Internet Banking and Intention to Recommend



- Technology.” *Accounting4* (2018): 139–152. <https://doi.org/10.5267/j.ac.2018.3.002>.
- Rahi, Samar, Majeed Mustafa Othman Mansour, Mahmoud Alghizzawi, dan Feras Mi Alnaser. “Integration of UTAUT Model in Internet Banking Adoption Context: The Mediating Role of Performance Expectancy and Effort Expectancy.” *Journal of Research in Interactive Marketing* 13, no. 3 (August 2019): 411–435. <https://doi.org/10.1108/JRIM-02-2018-0032>.
- Rahmadi, Indra, dan Ari Prasetyo. “Pengaruh Gaya Hidup Konsumen Muslim terhadap Adopsi Smartphone Apple (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga).” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 2, no. 3 (December 2015): 196–203. <https://doi.org/10.20473/vol2iss20153pp196-203>.
- Rahman, Syed Abidur, Mirza Mohammad Didarul Alam, dan Seyedeh Khadijeh Taghizadeh. “Do Mobile Financial Services Ensure the Subjective Well-Being of Micro-Entrepreneurs? An Investigation Applying UTAUT2 Model.” *Information Technology for Development* 26, no. 2 (April 2020): 421–444. <https://doi.org/10.1080/02681102.2019.1643278>.
- Rahmawaty, Anita. *Ekonomi Mikro Islam*. Kudus: Nora Media Enterprise, 2011.
- Rajendran, Ambigai, Sandeep S Shenoy, Guru Prasad Rao, dan Khyati Shetty. “Understanding the Customer’s Attitude towards Acceptance and Usage of Online Banking Services Using Utaut Model.” *International Journal of Economic Research* 14 (2017): 465–478.
- Rana, Nripendra P., Yogesh K. Dwivedi, Michael D. Williams, dan Vishanth Weerakkody. “Adoption of Online Public Grievance Redressal System in India: Toward Developing a Unified View.” *Computers in Human Behavior* 59 (June 2016): 265–282. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.019>.

- Rao, Sajeevan, dan Dr. R.K. Sharma. "Bank Selection Criteria Employed by MBA Students in Delhi: An Empirical Analysis." *Journal of Business Studies Quarterly* 1, no.2 (2010): 56–69. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1597902>.
- Ratten, Vanessa. "International Consumer Attitudes toward Cloud Computing: A Social Cognitive Theory and Technology Acceptance Model Perspective." *Thunderbird International Business Review* 57, no. 3 (May 2015): 217–228. <https://doi.org/10.1002/tie.21692>.
- Raza, Syed Ali, Nida Shah, dan Muhammad Ali. "Acceptance of Mobile Banking in Islamic Banks: Evidence from Modified UTAUT Model." *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 1 (March 2019): 357–376. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0038>.
- Riza. A.F, dan Hafizi. R. "Customers Attitude toward Islamic Mobile Banking in Indonesia: Implementation of TAM." *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)* 1, no. 2 (December 2019): 75–84.
- Rondan-Cataluña, Francisco Javier, Jorge Arenas-Gaitán, dan Patricio Esteban Ramírez-Correa. "A Comparison of the Different Versions of Popular Technology Acceptance Models: A Non-Linear Perspective." *Kybernetes* 44, no. 5 (May 2015): 788–805. <https://doi.org/10.1108/K-09-2014-0184>.
- Runze Wu, dan Jongho Lee. "The Comparative Study on Third Party Mobile Payment between UTAUT2 and TTF." *Journal of Distribution Science* 15, no. 11 (November 2017): 5–19. <https://doi.org/10.15722/JDS.15.11.201711.5>.
- Safira, J.E, dan Z Baridwan. "The Analysis of Individual's Behavioral Intention in Using Mobile Banking Based on TAM and UTAUT2." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 6, no. 2 (2017) <http://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/download/4900/4301>.

- Salehudin, Imam, dan Basuki Muhammad Mukhlis. "Pemasaran Halal: Konsep, Implikasi dan Temuan di Lapangan." Dalam *Dulu Mendengar Sekarang Bicara: Kumpulan Tulisan Ekonom Muda FEUI*, ed. Ikatan Alumni FEUI, 293-305. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI, 2012.
- Salim, Badreldin F., Mohamed H. Mahmoud, dan Hatim M. Khair. "Perceived Factors Affecting the Internet Banking Implementation in Sudan: An Application of (UTAUT2)." *IJABER* 14, no.1 (2016): 1–16.
- Santoso, Budi Setiawan, dan Suzanna Lamria Siregar. "Factors Affecting Use Behavior to Use Transportation Services Applications Using Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) 2 Model." *Jurnal Ilmiah Informatika Komputer* 23, no. 2 (2018): 80–94. <https://doi.org/10.35760/ik.2018.v23i2.2350>.
- Sardana, V, dan S Singhania. "Digital Technology in the Realm of Banking: A Review of Literature." *International Journal of Research in Finance and Management* 1, no. 2 (2018): 28-32.
- Sarfraz, J. "Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Model-Mobile Banking." *Journal of Internet Banking and Commerce* 22 (2017): 1–20.
- Sarker dan Valacich. "An Alternative to Methodological Individualism: A Non-Reductionist Approach to Studying Technology Adoption by Groups." *MIS Quarterly* 34, no. 4 (2010): 779-808. <https://doi.org/10.2307/25750705>.
- Sekaran, Uma. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. Ed. ke-3. New York: John Wiley & Sons, 2000.
- Sekhon, Harjit, Christine Ennew, Husni Kharouf, dan James Devlin. "Trustworthiness and Trust: Influences and Implications." *Journal of Marketing Management* 30, no. 3–4 (March 2014): 409–430. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2013.842609>.

- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Ed.ke-1. Jakarta: Prenada Media, 2003.
- Setyarini, N. “Menumbuhkan Eksistensi Gaya Hidup Halal di Indonesia,” 2017. <https://civitas.uns.ac.id/nikensetyarini/2017/04/06/menumbuhkan-eksistensigaya-hidup-halal-di-indonesia/>.
- Setyariningsih, Eny. “Pengaruh Gaya Hidup dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online (E-Commerce) Lazada di Kota Mojokerto.” *The Journal of Business and Management* 2, no. 2 (Agustus 2019): 150–164.
- Shah, Mahmood Hussain, Hamid Reza Peikari, dan Norjaya M. Yasin. “The Determinants of Individuals’ Perceived e-Security: Evidence from Malaysia.” *International Journal of Information Management* 34, no. 1 (February 2014): 48–57. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2013.10.001>.
- Sharma, Rashmini, Gurmeet Singh, dan Shavneet Sharma. “Modelling Internet Banking Adoption in Fiji: A Developing Country Perspective.” *International Journal of Information Management* 53 (August 2020): 102116. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102116>.
- Shaw, Norman, dan Ksenia Sergueeva. “The Non-Monetary Benefits of Mobile Commerce: Extending UTAUT2 with Perceived Value.” *International Journal of Information Management* 45 (April 2019): 44–55. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.10.024>.
- Shin, Dong-Hee. “Towards an Understanding of the Consumer Acceptance of Mobile Wallet.” *Computers in Human Behavior* 25, no. 6 (November 2009): 1343–1354. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.06.001>.

- Singh, Sindhu, dan R.K. Srivastava. "Predicting the Intention to Use Mobile Banking in India." *International Journal of Bank Marketing* 36, no. 2 (April 2018): 357–378. <https://doi.org/10.1108/IJBM-12-2016-0186>.
- Skinner, C. *Digital Bank: Strategies to Launch or Become a Digital Bank*. Marshall Cavendish Business, 2014. <http://books.google.co.id/books?>
- Slade, E.L, Y.K Dwivedi, N.C Piercy, dan M.D Williams. "Modeling Consumers' Adoption Intentions of Remote Mobile Payments in the United Kingdom: Extending UTAUT with Innovativeness, Risk, and Trust." *Psychology and Marketing* 32, no. 8 (2015): 1–39.
- Souiden, Nizar, dan Marzouki Rani. "Consumer Attitudes and Purchase Intentions toward Islamic Banks: The Influence of Religiosity." *International Journal of Bank Marketing* 33, no. 2 (April 2015): 143–161. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2013-0115>.
- Soutar, Geoffrey N. "Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale." *Journal of Retailing* 77, no. 2 (2001): 203–220.
- "Statistik Perbankan Syariah." Otoritas Jasa Keuangan (OJK), June 2020. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Juni-2020/SPS%20Juni%202020.pdf>.
- "Statistik Perbankan Syariah," n.d. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Januari-2020/SPS%20Januari%202020.pdf>.
- Sudarti, Ken, dan Salim Bakhrul Ulum. "Peran Sikap Konsumen dalam Memediasi Pengaruh Religiusitas dan Reputasi Merek terhadap Minat Beli Ulang." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 20, no.

2 (July 2019): 48–61. <https://doi.org/10.30659/ekobis.20.2.48-61>.

Sudman, S. “Survey Research and Ethics.” *Advances in Consumer Research* 25 (1998.): 69–71.

Suhartanto, Dwi, David Dean, Tuan Ahmad Tuan Ismail, dan Ratna Sundari. “Mobile Banking Adoption in Islamic Banks: Integrating TAM Model and Religiosity-Intention Model.” *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 6 (September 2019): 1405–1418. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2019-0096>.

Sukardani, Puspita Sari, Vinda Maya Setianingrum, dan Aryo Bayu Wibisono. “Halal Lifestyle: Current Trends in Indonesian Market.” *Advances in Social Science, Education and Humanities Research, Proceedings of the 1st International Conference on Social Sciences (ICSS 2018)* 226 (2018): 334–339.

Sulistyaningtyas, Tri, dan Jejen Jaelani. “Perubahan Cara Pandang dan Sikap Masyarakat Kota Bandung Akibat Pengaruh Gaya Hidup Digital.” *Jurnal Sosioteknologi* 27 (2012): 157–168.

Sumar'in. *Ekonomi Islam: Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Ed. ke-1. Cet. ke-1. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.

Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004.

Suprayitno, Eko. *Ekonomi Islam: Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional*. Ed. ke-1. Cet. ke-1. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.

Suryabrata, S. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.

Sutanto, Sutanto, Imam Ghazali, dan Rr. Sri Handayani. “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penerimaan dan Penggunaan Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah (SIPKD) dalam Perspektif *The Unified Theory of Acceptance and Use of*

- Technology 2*(UTAUT 2) di Kabupaten Semarang.” *Jurnal Akuntansi dan Auditing* 15, no. 1 (September 2018): 37-68. <https://doi.org/10.14710/jaa.15.1.37-68>.
- Sykes, Tracy Ann. “Support Structures and Their Impacts on Employee Outcomes: A Longitudinal Field Study of an Enterprise System Implementation.” *MIS Quarterly* 39, no. 2 (February 2015): 437–495. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2015/39.2.09>.
- Tak, Preeti, dan Savita Panwar. “Using UTAUT 2 Model to Predict Mobile App Based Shopping: Evidences from India.” *Journal of Indian Business Research* 9, no. 3 (August 2017): 248–264. <https://doi.org/10.1108/JIBR-11-2016-0132>.
- Tan, Garry Wei-Han, Keng-Boon Ooi, Siong-Choy Chong, dan Teck-Soon Hew. “NFC Mobile Credit Card: The Next Frontier of Mobile Payment?” *Telematics and Informatics* 31, no. 2 (May 2014): 292–307. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2013.06.002>.
- Tarhini, Ali, Mazen El-Masri, Maged Ali, dan Alan Serrano. “Extending the UTAUT Model to Understand the Customers’ Acceptance and Use of Internet Banking in Lebanon: A Structural Equation Modeling Approach.” *Information Technology & People* 29, no. 4 (November 2016): 830–849. <https://doi.org/10.1108/ITP-02-2014-0034>.
- Tayibnapi, A.Z., L.E Wuryaningsih, dan R Gora. “The Development of Digital Economy in Indonesia.” *International Journal of Management & Business Studies* 8, no. 3 (2018): 14-18.
- Taylor, James W, dan Robert M. Jones. “The Attitude Change—Behavior Change Problem.” *Journal of Marketing* 42, no. 3 (1978):9-73. <https://doi.org/10.1177/002224297804200304>.
- Taylor, Shirley, dan Peter A. Todd. “Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models.” *Information Systems Research* 6, no. 2 (June 1995): 144–176. <https://doi.org/10.1287/isre.6.2.144>.

- Thakur, Rakhi, dan Mala Srivastava. "Adoption Readiness, Personal Innovativeness, Perceived Risk and Usage Intention across Customer Groups for Mobile Payment Services in India." *Internet Research* 24, no. 3 (May 2014): 369–392. <https://doi.org/10.1108/IntR-12-2012-0244>.
- Thompson, Ronald L., Christopher A. Higgins, dan Jane M. Howell. "Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization." *MIS Quarterly* 15, no. 1 (March 1991): 125-143. <https://doi.org/10.2307/249443>.
- Thong, James Y. L., Viswanath Venkatesh, Xin Xu, Se-Joon Hong, dan Kar Yan Tam. "Consumer Acceptance of Personal Information and Communication Technology Services." *IEEE Transactions on Engineering Management* 58, no. 4 (November 2011): 613–625. <https://doi.org/10.1109/TEM.2010.2058851>.
- Thong, James Y.L., Se-Joon Hong, dan Kar Yan Tam. "The Effects of Post-Adoption Beliefs on the Expectation-Confirmation Model for Information Technology Continuance." *International Journal of Human-Computer Studies* 64, no. 9 (September 2006): 799–810. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2006.05.001>.
- Thu Nguyen, Thuy, Hien Thi Nguyen, Hong Thi Mai, dan Tram Thi Minh Tran. "Determinants of Digital Banking Services in Vietnam: Applying UTAUT2 Model." *Asian Economic and Financial Review* 10, no. 6 (2020): 680–697. <https://doi.org/10.18488/journal.aefr.2020.106.680.697>.
- Triyoga, Hardani, dan Mohammad Yudha Prasetya. "Kuartal I, Transaksi Digital Bank Syariah Indonesia Tembus Rp. 40,85 T." *Viva.co.id*, 26 April 2021. <https://www.viva.co.id/berita/bisnis/1367705-kuartal-i-transaksi-digital-bank-syariah-indonesia-tembus-rp40-85-t>.
- Urbayatun, Siti, dan Wahyu Widhiarso. "Variabel Mediator dan Moderator dalam Penelitian Psikologi Kesehatan Masyarakat." *Jurnal Psikologi* 39, no. 2(2012): 180-188.



- Usman, H, dan E.A Sulthani. *Islamic Marketing Sebuah Pengantar*. Ed. ke-1. Depok: Rajawali Pers, 2020.
- Usman, Hardius, Prijono Tjiptoherijanto, Tengku Ezni Balqiah, dan I. Gusti Ngurah Agung. “The Role of Religious Norms, Trust, Importance of Attributes and Information Sources in the Relationship between Religiosity and Selection of the Islamic Bank.” *Journal of Islamic Marketing* 8, no. 2 (June 2017): 158–186. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2015-0004>.
- van der Heijden, Hans. “User Acceptance of Hedonic Information Systems.” *MIS Quarterly* 28, no. 4 (2004): 695-704. <https://doi.org/10.2307/25148660>.
- Venkatesh, Viswanath, Michael G. Morris, Gordon B. Davis, dan Fred D. Davis. “User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View.” *MIS Quarterly* 27, no. 3 (2003): 425-478. <https://doi.org/10.2307/30036540>.
- Venkatesh, Viswanath, James Y.L.Thong, dan XinXu. “Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology.” *MIS Quarterly* 36, no. 1 (2012): 157-178. <https://doi.org/10.2307/41410412>.
- Venkatesh, Viswanath, dan Fred D. Davis. “A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies.” *Management Science* 46, no. 2 (February 2000): 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>.
- Venkatesh, Viswanath, Fred Davis, dan Michael Morris. “Dead or Alive? The Development, Trajectory and Future of Technology Adoption Research.” *Journal of the Association for Information Systems* 8, no. 4 (April 2007): 267–286. <https://doi.org/10.17705/1jais.00120>.
- Venkatesh, Viswanath, James Thong, dan Xin Xu. “Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A Synthesis and the Road Ahead.” *Journal of the Association for Information Systems* 17,

- no. 5 (May 2016): 328–376.  
<https://doi.org/10.17705/1jais.00428>.
- Venkatesh, Viswanath, Xiaojun Zhang, dan Tracy A. Sykes. “‘Doctors Do Too Little Technology’: A Longitudinal Field Study of an Electronic Healthcare System Implementation.” *Information Systems Research* 22, no. 3 (September 2011): 523–546.  
<https://doi.org/10.1287/isre.1110.0383>.
- Vong, John, Purnendu Mandal, dan Insu Song. “Digital Banking for Alleviating Rural Poverty in Indonesia: Some Evidences.” Dalam *Smart Technologies for Smart Nations*, ed. Purnendu Mandal dan John Vong, 3–18. Singapore: Springer Singapore, 2016. [https://doi.org/10.1007/978-981-287-585-3\\_1](https://doi.org/10.1007/978-981-287-585-3_1).
- Wahyuni, Salamah. “Moslem Community Behavior in the Conduct of Islamic Bank: The Moderation Role of Knowledge and Pricing.” *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 57 (October 2012): 290–298.  
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1188>.
- Warsame, Mohammed Hersi, dan Edward Mugambi Ileri. “Moderation Effect on Mobile Microfinance Services in Kenya: An Extended UTAUT Model.” *Journal of Behavioral and Experimental Finance* 18 (June 2018): 67–75.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbef.2018.01.008>.
- Widyanto, Hanif Adinugroho, Kunthi Afrilinda Kusumawardani, dan Amreyzal Septyawanda. “Encouraging Behavioral Intention to Use Mobile Payment: An Extension of UTAUT2.” *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis* 4, no. 1 (April 2020): 87–97.  
<https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i1.7584>.
- Wilson, Jonathan A.J., dan John Grant. “Islamic Marketing – a Challenger to the Classical Marketing Canon?” *Journal of Islamic Marketing* 4, no. 1 (March 2013): 7–21.  
<https://doi.org/10.1108/17590831311306327>.

- Yang, Shuiqing, Yaobin Lu, Sumeet Gupta, Yuzhi Cao, dan Rui Zhang. "Mobile Payment Services Adoption across Time: An Empirical Study of the Effects of Behavioral Beliefs, Social Influences, and Personal Traits." *Computers in Human Behavior* 28, no. 1 (January 2012): 129–142. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.08.019>.
- Yudiana, Fetria Eka. "Modifikasi Branchless Banking pada Perbankan Syariah di Indonesia Berdasarkan Kearifan Lokal." *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 9, no. 1 (June 2018): 14-28. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v9i1.14-28>.
- Yunus, Anas Bin Mohd. "The Concept of Halalan Tayyiba and Its Application in Products Marketing : A Case Study at Sabasun HyperRuncit Kuala Terengganu, Malaysia." *International Journal of Business and Social Science* 1, no. 3 (2010): 239-248.
- Zakarija, Ahmad. "Theory Planned Behavior, Masihkah Relevan?" *Jurnal Universitas Sumatera Utara*(2010): 110–122.
- Zhang, Liyi, Jing Zhu, dan Qihua Liu. "A Meta-Analysis of Mobile Commerce Adoption and the Moderating Effect of Culture." *Computers in Human Behavior* 28, no. 5 (September 2012): 1902–1911. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.05.008>.
- Zhou, Tao. "An Empirical Examination of Continuance Intention of Mobile Payment Services." *Decision Support Systems* 54, no. 2 (January 2013): 1085–1091. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2012.10.034>.
- Zhou, Tao, Yaobin Lu, dan Bin Wang. "Integrating TTF and UTAUT to Explain Mobile Banking User Adoption." *Computers in Human Behavior* 26, no. 4 (July 2010): 760–767. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.01.013>.
- Zikmund, W.G. *Exploring Marketing Research*. Ed. ke-6. Fort Worth: The Dryden Press, 1997.