

**ANALISIS KEPUTUSAN MENGGUNAKAN BSI  
MOBILE BANKING**



**TESIS**

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

**Disusun Oleh:**

**FAIZATUL HANIYAH**

**NIM 20208012026**

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

**2022**

**ANALISIS KEPUTUSAN MENGGUNAKAN BSI  
MOBILE BANKING**



**TESIS**

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

**Disusun Oleh:**

**FAIZATUL HANIYAH**

**NIM 20208012026**

**Dosen Pembimbing:**

**Dr. H. Darmawan, S.Pd., M.AB., CFRM.**

**NIP. 19760827 200501 1 006**

**PROGRAM STUDY**

**MAGISTER EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**

**YOGYAKARTA**

**2022**

# HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR



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

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

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-28/Un.02/DEB/PP.00.9/01/2023

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS KEPUTUSAN MENGGUNAKAN BSI MOBILE BANKING

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : FAIZATUL HANIYAH, S.E.,  
Nomor Induk Mahasiswa : 20208012026  
Telah diujikan pada : Kamis, 15 Desember 2022  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang  
Dr. Darmawan, SPd.,MAB  
SIGNED

Valid ID: 63a565e4a5078



Penguji I  
Dr. Joko Setyono, SE., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 63b4f3cd8389d



Penguji II  
Dr. Ichsan Ali Azhar, S.Si.,M.E.I  
SIGNED

Valid ID: 63a9586ec6575



Yogyakarta, 15 Desember 2022  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Dr. Afdawati, S.Ag., M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 63b7aba49415b

## HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

Hal : Tugas Akhir Saudara Faizatul Haniyah

Lamp : -

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

Nama : Faizatul Haniyah

NIM : 20208012026

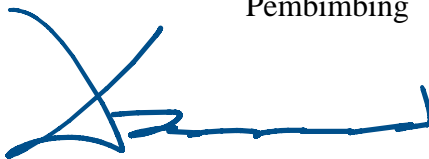
Judul Tugas Akhir : **“Analisis Keputusan Menggunakan BSI Mobile Banking”**

Sudah dapat di ajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Magister Ekonomi Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister dalam Program Studi Magister Ekonomi Syariah. Dengan demikian kami mengharapkan agar tesis saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasahkan. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

Wasalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta 18 November 2022

Pembimbing



**Dr. H. Darmawan, S.Pd., M.AB., CFRM.**

**NIP. 19760827 200501 1 006**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Faizatul Haniyah  
Nim : 20208012026  
Jurusan Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Menyatakan tesis yang berjudul “Analisis Keputusan Menggunakan BSI Mobile Banking” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi atau sanduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebutkan dalam karya ini, maka tanggung jawab semuanya ada pada penyusun.

Demiikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 23 November 2022

Hormat saya,

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular postage stamp. The stamp features a colorful design with a central emblem and the text 'METERAI TEMPEL' and the number '389AKX090458741'.

Faizatul Haniyah

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Faizatul Haniyah  
NIM : 20208012026  
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Analisis Keputusan Menggunakan BSI Mobile Banking”**

Dengan ini menyatakan bahwa sanggup untuk menerbitkan Tesis ke dalam jurnal yang tersitasi Standard DOAJ (*Directory of Open Access Journals*), guna memenuhi salah satu syarat Ujian Tugas Akhir/Tesis di Program Studi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 23 November 2022

Penulis



Faizatul Haniyah

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## HALAMAN MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

إِنَّ عَظْمَ الْجَزَاءِ مَعَ عَظْمِ الْبَلَاءِ وَإِنَّ اللَّهَ إِذَا أَحَبَّ قَوْمًا ابْتَلَاهُمْ فَمَنْ رَضِيَ قَلْبُهُ

الرِّضَا وَمَنْ سَخِطَ قَلْبُهُ السَّخَطُ

“sesungguhnya besarnya pahala itu sesuai dengan besarnya ujian, dan bahwa Allah, apabila menyayangi atau mencintai suatu kaum, maka Allah akan mengujinya, dan bagi siapa saja ridha, maka baginya keridhan dari Allah, dan barangsiapa yang membenci mu, maka baginya kebencian dari Allah SWT.” (HR Tirmidzi dan Ibnu Majah)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Tesis ini saya persembahkan untuk kedua Orang Tua saya  
bapak dan ibu yang selalu menyayangi dan mendoakan  
sampai saat ini

Serta saudara-saudara saya yang telah memberikan  
dukungan, motivasi, dan semangat yang tak pernah padam





## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

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

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Šad	š	es (dengan titik

			di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa'	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa'	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	ﺀ	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

### B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

مُعَدَّة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عَدَّة	Ditulis	<i>'iddah</i>

### C. Ta' Marbuttah

Semua ta' marbuttah ditulis dengan h, baik berada pada kata tunggal ataupun berada di tengah

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

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
عزة	Ditulis	<i>'illah</i>
كرمة الأولياء	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

#### D. Vokal Pendek dan Penerapannya

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

#### E. Vokal Panjang

1. Fathah + alif	Ditulis	A
جاهلية	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. Fathah + ya' mati	Ditulis	A
تانسى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. Kasrah + ya' mati	Ditulis	I
كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. Dhammah + wawu mati	Ditulis	U
فروض	Ditulis	<i>Furud</i>

## F. Vokal Rangkap

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

## G. Vokal pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan Apostrof

أنتم	Ditulis	<i>A'antum</i>
أعَدت	Ditulis	<i>U'iddat</i>
لئن شأركتم	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

## H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *qamariyyah* maka ditulis menggunakan huruf awal “al”

الذَّارَن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

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

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

## I. Penulisan kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

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

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillahirabbil'alamin*, dengan menyebut Nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puji syukur penyusun panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **“Analisis Keputusan Menggunakan BSI Mobile Banking”** sholawat dan salam semoga selalu terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya.

Tesis ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai derajat Magister Strata 2 Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penyusunan tesis ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penyusun ingin menyampaikan terimakasih yang dalam kepada pihak-pihak yang telah membantu penulisan dalam menyelesaikan tesis ini, pihak-pihak tersebut adalah:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A, selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Bapak Dr. Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc. selaku ketua Prodi Magister Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
4. Bapak Dr. Joko Setyono, S.E., M.Si., selaku wakil Prodi Magister Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

5. Bapak DR. Mukhamad Yazid Afandi, M.Ag., selaku dosen penasehat akademik selama 2 tahun di Magister Ekonomi Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Bapak Dr. H. Darmawan, S.Pd., M.AB., CFRM selaku dosen pembimbing tesis yang senantiasa sabar, mengarahkan, meluangkan waktu untuk membimbing kapanpun, serta memberi arahan dari awal dalam penulisan hingga akhir penulisan tesis dan secara tidak langsung bapak selalu memotivasi serta memberi semangat kepada anak bimbingan supaya tidak menyerah dalam mengerjakan tugas akhir.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu atau wawasan serta pengalaman pengetahuannya kepada penulis selama perkuliahan.
8. Ibu Herin Ratnaningsih, S.Pd., M.Pd.B.I. Selaku Kepala Sub Bagian Akademik. Kemahasiswaan Magister Ekonomi Syariah yang senantiasa sabar dalam membantu mahasiswa yang kesulitan selama akademik berlangsung.
9. Seluruh pegawai dan staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
10. Teruntuk Orang Tua, Bapak Suwarjo dan Ibu Kasiyatun yang senantiasa mendoakan, memberi semangat, motivasi maupun wejangan, mendidik dengan penuh kesabaran dan selalu memberikan arahan untuk menjadikan orang yang bermanfaat dalam kehidupan bermasyarakat.
11. Saudara Siti Thohurotul Ula, M.Pd.I., Rifa Jamaludin Nasir, M.S.I., Moh. Fachru Rozi Wijaya S.T., Muhammad Hanafi, Muhammad Mihsan Aziz yang

senantiasa memberikan semangat, menemani serta motivasi atau masukan

12. Tante yuli yang selalu ngasih dukungan dan wejangan selama S2
13. Mifta, Nada, kak Ica, Naya, Aul yang selalu memotivasi dan memberi semangat setiap hari
14. Mbak Lita, Aziza, Fira, Fidah, Arum, Shufia, Amin, Datul yang selalu memberikan dukungan dan dorongan selama di Jogja.
15. Angkatan 2020 semester genap Magister Ekonomi Syariah

Penyusun menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kata kesempurnaan. Namun dengan kerendahan hati penyusun berharap semoga Tesis ini dapat bermanfaat bagi pembacanya. *Amiin Yaa Rabbal Alamiin..*

Yogyakarta, 18 November 2022

Peneliti,



Faizatul Haniyah

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN TESIS .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI .....	xv
DAFTAR TABEL .....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
ABSTRAK .....	xx
<i>ABSTRACT</i> .....	xxi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	14
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	15
D. Sistem Penulisan.....	17



BAB II LANDASAN TEORI .....	19
A. Landasan Teori .....	19
B. Literatur Review .....	37
C. Kerangka Teoritis .....	48
D. Pengembangan Hipotesis.....	50
BAB III METODE PENELITIAN .....	62
A. Jenis Penelitian .....	62
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	62
C. Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	65
D. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data .....	68
E. Teknik Analisis Data .....	68
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	77
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	77
B. Profil Responden .....	77
C. Analisis Statistik Deskriptif.....	85
D. Hasil Penelitian.....	93
E. Pembahasan .....	114
BAB V PENUTUP .....	134
A. Kesimpulan.....	134
B. Implikasi .....	135

C. Keterbatasan dan Saran .....	135
DAFTAR PUSTAKA.....	137



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel .....</b>	<b>67</b>
<b>Tabel 3. 2 Skala Likert.....</b>	<b>68</b>
<b>Tabel 4. 1 Analisis Deskriptif variabel persepsi kegunaan</b>	<b>86</b>
<b>Tabel 4. 2 Analisis Deskriptif variabel persepsi kemudahan penggunaan .....</b>	<b>88</b>
<b>Tabel 4. 3 Analisis Deskriptif variabel persepsi risiko....</b>	<b>89</b>
<b>Tabel 4. 4 Analisis deskriptif variabel Fitur layanan.....</b>	<b>90</b>
<b>Tabel 4. 5 Analisis deskriptif variabel minat .....</b>	<b>91</b>
<b>Tabel 4. 6 Analisis deskriptif variabel keputusan pengguna .....</b>	<b>92</b>
<b>Tabel 4. 7 Analisis deskriptif variabel sikap .....</b>	<b>93</b>
<b>Tabel 4. 8 Convergent validity .....</b>	<b>96</b>
<b>Tabel 4. 9 Average Variance Extracted (AVE).....</b>	<b>98</b>
<b>Tabel 4. 10 Discriminant validity .....</b>	<b>99</b>
<b>Tabel 4. 11 Cronbach's Alpha.....</b>	<b>100</b>
<b>Tabel 4. 12 Composite reliabilitas .....</b>	<b>101</b>
<b>Tabel 4. 13 Uji Analisis R-Square (R<sup>2</sup>) .....</b>	<b>102</b>
<b>Tabel 4. 14 Uji hipotesis .....</b>	<b>104</b>
<b>Tabel 4. 15 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis .....</b>	<b>109</b>
<b>Tabel 4. 16 Pengaruh variabel intervening .....</b>	<b>111</b>
<b>Tabel 4. 17 Hasil Uji Pengaruh Variabel Intervening...</b>	<b>113</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1 Jumlah Penggunaan internet di Indonesia 2018-2022</b> .....	2
<b>Gambar 1. 2 Transaksi yang sering dipakai 2021</b> .....	3
<b>Gambar 1. 3 jumlah penduduk Pulau Jawa mayoritas Islam</b> .....	5
<b>Gambar 2. 1 Model Technology Acceptance Model (TAM)</b> .....	24
<b>Gambar 2. 2 Kerangka berpikir</b> .....	48
<b>Gambar 4. 1 Jenis Kelamin Responden</b> .....	78
<b>Gambar 4. 2 Umur Responden</b> .....	79
<b>Gambar 4. 3 Pendidikan Terakhir Responden</b> .....	80
<b>Gambar 4. 4 Domisili Responden</b> .....	81
<b>Gambar 4. 5 Pekerjaan Responden</b> .....	82
<b>Gambar 4. 6 Pendapatan Responden</b> .....	83
<b>Gambar 4. 7 Banyaknya Responden mempunyai BSI mobile banking</b> .....	84
<b>Gambar 4. 8 Lama Menggunakan BSI mobile banking</b> . 85	
<b>Gambar 4. 9 Model Struktural</b> .....	94

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi perilaku konsumen terhadap minat dan keputusan pengguna *mobile banking* dengan sikap sebagai variabel intervening aplikasi BSI *mobile banking* dan minat terhadap keputusan pengguna BSI *mobile banking*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel 250 responden. Teknik analisis data yang digunakan ialah *Structural Equation Modeling Partial Least Square* (SEM-PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap sikap menggunakan BSI *mobile banking*, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap sikap menggunakan BSI *mobile banking*, persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap sikap menggunakan BSI *mobile banking*, fitur layanan berpengaruh terhadap sikap menggunakan BSI *mobile banking*, persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan BSI *mobile banking*, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan BSI *mobile banking*, persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan BSI *mobile banking*, fitur layanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan BSI *mobile banking*, sikap tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan BSI *mobile banking*. Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan fitur layanan melalui sikap tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan BSI *mobile banking*, minat berpengaruh terhadap keputusan pengguna BSI *mobile banking*.

**Kata Kunci:** TAM, Perilaku konsumen, *Mobile banking*

## **ABSTRACT**

*This study aims to identify consumer behavior on the interests and decisions of BSI mobile banking users with an attitude as an intervening. This study uses a quantitative descriptive method. The sampling technique used was a purposive sampling technique with a sample size of 250 respondents. The data analysis technique used is Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS). The results of this study indicate that perceived usefulness does not affect attitudes to using BSI mobile banking, perceptions of ease of use affect attitudes to using BSI mobile banking, perceptions of risk do not affect attitudes to using BSI mobile banking, service features affect attitudes to using BSI mobile banking, perceptions of usefulness affect interest in using BSI mobile banking, perceived ease of use affect interest in using BSI mobile banking, risk perception affect interest in using BSI mobile banking, service features do not affect interest in using BSI mobile banking, attitudes have no effect on interest in using BSI mobile banking. Perceived usability, perceived ease of use, perceived risk, and service features through attitudes have no effect on interest in using BSI mobile banking, interest affects decisions of BSI mobile banking users.*

**Keywords:** TAM, Consumer behavior, Mobile banking

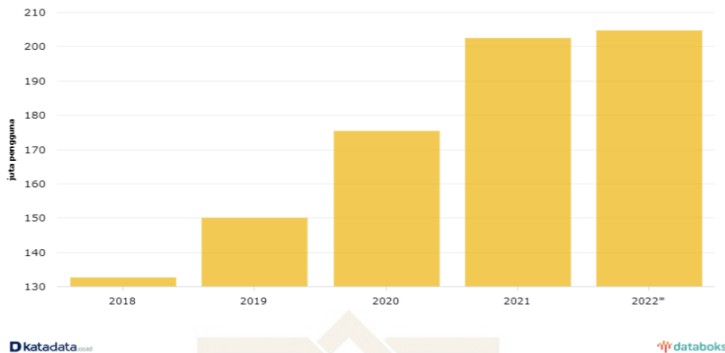
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pentingnya kehadiran teknologi menyadarkan mereka akan aktivitas yang dilakukan manusia konsisten dengan kelancaran praktik, efektivitas, dan efisiensi, terutama dalam menjalankan transaksi (Yudhi, Arthana, & Rukhviyanti, 2015). Kemajuan teknologi dapat mempermudah transaksi online dan juga menciptakan jenis usaha bisnis baru Yudiana & Setyono (2016), mirip transaksi yang dilakukan oleh perbankan (Raharjo, 2001). Kiprah teknologi sangat berpengaruh terhadap perbankan, terutama berkaitan dengan *comporization* yang memungkinkan transaksi dalam dunia perbankan (Riswandi, 2005). Teknologi informasi juga mendorong industri perbankan untuk menggunakan internet dalam keuntungan finansial mereka (Rahayu, 2016).

Pengguna internet secara keseluruhan terus mengalami pertumbuhan yang signifikan dari tahun ke tahun (Annur, 2022). Adapun grafik yang menunjukkan peningkatan pada jumlah pengguna internet:



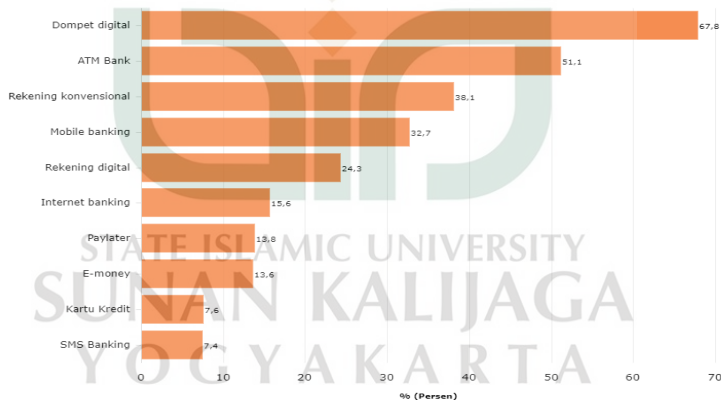
**Gambar 1. 1 Jumlah Penggunaan internet di Indonesia  
2018-2022**

Sumber: databoks.katadata Annur (2022) diakses 15-07-2022

Menurut data di atas, Indonesia memiliki 204,7 juta pengguna internet per Januari 2022. Jumlah naik tipis 1,03% dibandingkan tahun sebelumnya. Sekitar 202,6 juta orang di Indonesia akan menggunakan internet per Januari 2021. Dalam lima tahun terakhir, jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat. Dibandingkan tahun 2018, persentase pengguna internet nasional meningkat sekitar 54,25%. Selain itu, persentase masyarakat Indonesia yang menggunakan internet pada awal tahun 2022 sebesar 73,7% disebut per Januari 2022, ada 277,7 juta orang yang tinggal di Indonesia. Di Indonesia, tingkat penetrasi internet akhirnya melampaui 50% dari seluruh pengguna per 2018. Sejak beberapa tahun lalu, tingkat persentase internet nasional meningkat signifikan.



Hal ini merupakan peluang bagi industri perbankan untuk tumbuh dengan memberikan layanan nasabah yang lebih menguntungkan bagi nasabah, yaitu tidak hanya memastikan kecepatan dan efisiensi pelaksanaan transaksi tetapi juga kemudahannya (Mubarokah, 2019), serta keamanan bagi nasabah transaksi finansial maupun non finansial secara online tanpa harus mengunjungi bank atau ATM secara fisik (Widyarini, 2005). Dengan maraknya teknologi informasi dan penggunaan *smartphone*, bank telah melakukan sejumlah inovasi, dengan *mobile banking* menjadi yang paling terkenal (Rachman, Prihatiningrum, & Rusniati, 2021). Berikut adalah transaksi yang sering dipakai:



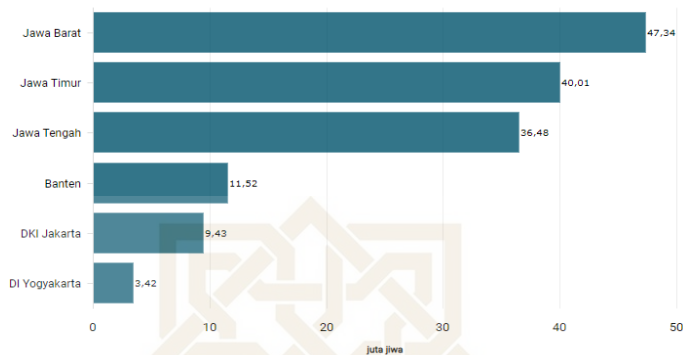
**Gambar 1. 2 Transaksi yang sering dipakai 2021**

Sumber: databoks.katadata Pahlevi (2022) Diakses 17-01-2022

Pada data di atas, sekitar 67,8% penduduk Indonesia secara rutin menggunakan produk uang digital. Transformasi digital mempengaruhi ATM bank yang berada di jalan lingkar kedua sekitar 51,1%. Rekening bank konvensional dari dua produk teratas yang paling banyak digunakan masyarakat, sebesar 38,1%. Berikutnya adalah *mobile banking*, dimana responden menggunakannya sekitar 32,7% sedangkan 24,3% menggunakan rekening bank digital yang saat ini berada di fase kelima. *Internet banking* berada di posisi ke enam dengan peringkat 15,6%. Disusul *paylater* berada di posisi ketujuh dengan peringkat 13,8%. Sedangkan *e-money* ada di peringkat delapan dengan peringkat 13,6%. Adapun kartu kredit di posisi ke sembilan dengan peringkat 7,6%. Dan di peringkat terakhir ada *SMS banking* dengan peringkat 7,4%. Dalam hal ini ATM masih banyak digunakan dibandingkan dengan *mobile banking*.

Praktik melakukan transaksi keuangan dengan menggunakan perangkat lunak, seperti aplikasi *smartphone* atau perangkat lunak M-banking, dikenal dengan istilah *mobile banking* (OJK, 2022). *Mobile banking* diciptakan untuk menghindari persoalan yang dialami oleh setiap nasabah dalam melakukan transaksi perbankan (Marthauli, Mirati, & Vidyasari, 2021). Masyarakat Indonesia terutama di Pulau Jawa mayoritas penduduknya beragama Islam. Hal ini dapat membantu pihak perbankan dalam mempromosikan

inovasi produk perbankan seperti BSI *mobile banking*. Adapun grafik jumlah penduduk Pulau Jawa mayoritas Islam:



**Gambar 1. 3 jumlah penduduk Pulau Jawa mayoritas Islam**

Sumber: databoks.katadata Kusnandar (2022), diakses 20-12-2022

Direktorat Jendral Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri mencatat jumlah penduduk di 6 provinsi di Pulau Jawa mencapai 154,34 juta jiwa pada Juni 2022. Dari jumlah tersebut, sebanyak 148,19 juta jiwa (96,02%) penduduk di Pulau Jawa memeluk agama Islam. Artinya, mayoritas penduduk di Pulau Jawa beragama Islam atau muslim. Jawa Barat tercatat sebagai provinsi dengan penduduk beragama Islam terbesar di Pulau Jawa, yakni mencapai 47,37 juta jiwa. Diikuti Jawa Timur sebanyak 40,01 juta jiwa, Jawa Tengah sebanyak 36,48 juta jiwa, Banten sebanyak 11,52 juta jiwa, DKI Jakarta 9,43 juta jiwa, serta Daerah Istimewa Yogyakarta sebanyak 3,41 juta jiwa.

Secara proporsi, Jawa Barat juga merupakan provinsi dengan penduduk muslim terbesar di Pulau Jawa. Berikut ini persentase penduduk beragama Islam di Pulau Jawa pada Juni 2022: Jawa Barat 97,33%, Jawa tengah 97,30%, Jawa Timur 97,25%, Banten 94,84%, DI Yogyakarta 92,92% dan DKI Jakarta 83,84%. Ajaran agama Islam telah masuk di Pulau Jawa sejak abad ke-11. Ini terbukti dari adanya makam Islam atas nama Fatima binti Maimun di Gresik, Jawa Timur dengan tahun 1082 Masehi. Kemudian, datangnya pedagang muslim dari Persia dan India ke Pulau Jawa membawa pengaruh besar terhadap perkembangan Islam di Tanah Jawa (Kusnandar, 2022).

Perkembangan umat Islam di Pulau Jawa sangat menguntungkan bagi pangsa pasar untuk meningkatkan Industri halal, dimana perbankan syariah dapat meningkatkan produk-produk yang dimiliki salah satunya *mobile banking*. BSI memiliki variasi solusi untuk membantu pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia, seperti halal *supply chain*, intermediasi, antara investor halal domestik dan global, dan layanan berbasis *Super App Mobile Banking* untuk kemudahan layanan transaksi keuangan di Industri halal (Sukarna, 2022). Namun, hal ini sangat di sayangkan dikarenakan masyarakat masih dominan untuk menggunakan produk bank konvensional dan ada beberapa faktor yang menghambat dalam menggunakan layanan *mobile banking*,

maka akan membantu menunjukkan langkah efektif yang dapat dilakukan oleh berbagai pihak, khususnya pihak perbankan untuk memaksimalkan penggunaan produk layanan *mobile banking*. Selain itu, kelemahan *mobile banking* adalah kurangnya pemahaman universal tentang user-id, kecuali pemiliknya (Yudhi *et al.*, 2015). Dari berbagai masalah diatas dapat dijelaskan dengan menggunakan teori perilaku konsumen.

Perilaku konsumen berfokus pada bagaimana orang, kelompok orang dan organisasi memilih, menggunakan dan menangani produk serta kemampuan mereka untuk memahami kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler & Keller, 2016). Perilaku konsumen dapat menjelaskan seseorang menggunakan suatu produk dan jasa untuk kepentingan atau keinginan yang mereka butuhkan. Dalam hal ini teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) berfungsi sebagai landasan teoritis untuk penelitian ini (Davis, 1993). *Technology Acceptance Model* dikembangkan untuk menentukan apakah pengguna merasakan manfaat dan adopsi teknologi tertentu (Davis, 1993)

Ada lima komponen yang untuk adopsi teknologi model ini: persepsi kemudahan penggunaan, sikap, persepsi kegunaan, minat dan keputusan pengguna. Kami dapat, menyertakan variabel eksternal, seperti fitur layanan dan

persepsi risiko ke model penelitian. Salah satunya faktor terpenting yang mempengaruhi tingkat penerimaan saat menggunakan *mobile banking* adalah persepsi kegunaan (Araffi & Haryono, 2022).

Persepsi kegunaan menurut Davis (1989) dalam situasi tertentu, penggunaan teknologi akan bermanfaat bagi mereka yang menggunakannya dan kepatuhan terhadap penggunaannya akan dipandang sebagai sarana peningkatan kinerja karyawan dalam konteks organisasi. Berdasarkan Kurniawati, Winarno, & Arif (2017) menyatakan maka persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat, adapun menurut Oktapiani, Rosario, & Nehemia (2020) persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat. Sedangkan Sandi, Soedijono, & Nasiri (2020) persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap sikap, ada pendapat berbeda yang dijelaskan oleh Dewi (2021) persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap sikap.

Persepsi kemudahan penggunaan berdasarkan Davis (1989) yakni tanda bahwa seseorang telah mengakui bahwa komputer dapat dipahami dan digunakan dengan mudah. Dalam situasi ini, dapat dikatakan bahwa seseorang memiliki pemahaman kerja tentang bagaimana memahami dan menggunakan teknologi terkini (Davis, 1989). Menurut Maulana, Iskandar, & Mailany (2018) dan Budiastuti & Muid (2020) membuktikan maka persepsi kemudahan penggunaan

berpengaruh terhadap minat, adapun analisis Rahayu (2016) dan Oktapiani *et al.*, (2020) yang menyebutkan maka persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif terhadap minat. Sedangkan Kusnadi & Trenggana (2022) membuktikan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap sikap, adapun perbedaan pendapat yang dikemukakan Sandi *et al.*, (2020) persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap sikap.

Kemudahan penggunaan diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Pengguna teknologi mempercayai bahwa teknologi informasi yang mudah dan cepat, sehingga mudah dipahami dengan mudah mengoperasiannya sebagai karakteristik dari kemudahan penggunaan (Adiwijaya, 2018). Kemudahan penggunaan dianggap menjadi faktor yang berpengaruh terhadap minat pengguna *financial technology*. Kemudahan yang dimaksud ialah tidak hanya mengenai kemudahan dalam menggunakan saja, tetapi meliputi manfaat yang dirasakan saat menggunakan teknologi tersebut.

Kemudahan merupakan salah satu nilai penting Islam dan Allah menjadikan hamba-hambanya agar manusia tetap bersemangat dan tekun dalam menjalankan ibadah dan ajaran agama, terutama ketika dalam keadaan sulit. Hal ini Allah Swt berfirman dalam Surat Al-Baqarah ayat 185:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمْ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمْ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَىٰكُمْ  
وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: “Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Dan hendaklah kamu menciptakan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuknya yang diberikan kepadaMu supaya kamu bersyukur”.

Ayat diatas menjelaskan bahwa di balik kesulitan yang Allah berikan dalam hidup pasti ada kemudahan. Bahkan ketika menggunakan *fintech* untuk transaksi pembayaran, diperbolehkan pada saat ini jika fasilitas yang diberikan oleh *fintech* tidak melanggar aturan Islam.

Variabel eksternal pada penelitian yang ditambahkan, ada persepsi risiko dan fitur layanan. Pendapat Bauer (1960) persepsi risiko didefinisikan sebagai sarana untuk menjaga terhadap konsekuensi potensial yang dapat timbul dari penggunaan produk atau layanan tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa pertimbangan penting ketika menentukan apakah akan melakukan atau tidak melakukan tindakan tertentu adalah tingkat risiko yang bersedia diterima oleh masing-masing individu (Bauer, 1960). Menurut Yanuardinda (2014) menyatakan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat, adapun pendapat lain menyatakan Priambodo & Prabawani (2016) dan Rahmatika & Fajar (2019) persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat. Sedangkan Ma'ruf (2018) persepsi risiko berpengaruh terhadap sikap, adapun



pendapat lain yang mengemukakan Persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap sikap (Atarwaman, 2022).

Fitur layanan ialah strategi bersaing untuk membedakan produk perusahaan tertentu dari produk pesaing nya (Kotler & Amstrong, 2008). Fitur adalah faktor yang paling penting untuk dipertimbangkan ketika menentukan apakah konsumen akan melakukan transaksi secara online atau tidak (Kim, Ferrin, & Rao, 2007). Adapun penelitian Rithmaya (2016) menyatakan bahwa fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat, sedangkan penelitian lain tidak sejalan dengan pendapat Damayanti (2021) dan Rahma (2022) bahwa fitur layanan tidak berpengaruh terhadap minat.

Menurut Amijaya (2010) menyatakan sikap dapat diklasifikasikan sebagai sikap yang mendukung suatu sistem atau yang tidak. Sikap untuk mengungkapkan keengganan seseorang menggunakan sistem yang dimaksud atau untuk melarang mereka menggunakannya, dimungkinkan bukti bahwa suatu sistem disukai atau tidak disukai. Menurut pendapat Budiastuti & Muid (2020) sikap berpengaruh positif terhadap minat dan pendapat lain menurut Oktapiani *et al.*, (2020) sikap tidak berpengaruh terhadap minat.

Minat menggunakan untuk pengguna sistem informasi ditentukan dengan asumsi bahwa semua pengguna memiliki akses informasi yang relevan. Memahami bagaimana orang, kelompok, dan organisasi berinteraksi, menggunakan dan

mendistribusikan barang atau barang lain untuk memahami kebutuhan dan aspirasi mereka adalah fokus persepsi konsumen (Kotler & Amstrong, 2015). Ada hubungan yang terus menerus dan signifikan antara minat dan keputusan pengguna Vekantesh, Moris, & Davis (2003) sedangkan penelitian Hutri & Yuliviona (2002) membuktikan bahwa minat tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berbagai pernyataan di atas menjadikan acuan dalam penelitian ini. Penelitian ini akan mengukur minat dalam menggunakan BSI mobile banking. Penelitian ini menggunakan sikap sebagai variabel penghubung (intervening) dalam menentukan minat. Variabel intervening merupakan variabel yang dapat mempengaruhi antara variabel independen dan variabel dependen (Sugiyono, 2012). Penggunaan sikap sebagai variabel intervening dalam penelitian ini mengacu pada teori Davis (1993) sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya. Semakin tinggi sikap konsumen menerima semakin tinggi pula konsumen berminat untuk menggunakan *mobile banking*. Sikap dan konsumen merupakan satu dari teori TAM yang tidak bisa dihindari. Oleh karena itu, peneliti tidak langsung melakukan pengukuran terhadap minat menggunakan, melainkan

memilih sikap sebagai penghubung langsung dalam menentukan minat.

Riset ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh (Rahayu, 2016), Berbeda pada penelitian sebelumnya, penulis menggabungkan tiga persepsi yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko dan tidak lupa menambahkan fitur layanan sebagai variabel lain. Pada penelitian terdahulu untuk penelitian independen mengambil minat dan keputusan pengguna pada *mobile banking*. Di dalam model penelitian ini berdasarkan pada teori *Technology Acceptance Model* (TAM). Serta peneliti menambahkan variabel intervening yaitu sikap.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti berfokus pada *mobile banking*. Dimana peneliti menggunakan teori TAM sikap, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, minat serta keputusan pengguna, adapun tambahan lainnya yaitu fitur layanan dan persepsi risiko sebagai variabel lain. Kemudian peneliti juga menambahkan variabel sikap sebagai variabel penghubung. Berdasarkan uraian di atas pada latar belakang masalah peneliti tertarik meneliti minat berperilaku dalam menggunakan *mobile banking* dengan judul “Analisis Keputusan Menggunakan BSI *Mobile Banking*”.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap menggunakan BSI *mobile banking*?
2. Bagaimana persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap sikap menggunakan BSI *mobile banking*?
3. Bagaimana persepsi risiko berpengaruh terhadap sikap menggunakan BSI *mobile banking*?
4. Bagaimana fitur layanan berpengaruh terhadap sikap menggunakan BSI *mobile banking*?
5. Bagaimana persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan BSI *mobile banking*?
6. Bagaimana persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan BSI *mobile banking*?
7. Bagaimana persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan BSI *mobile banking*?
8. Bagaimana fitur layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan BSI *mobile banking*?
9. Bagaimana sikap berpengaruh terhadap minat menggunakan BSI *mobile banking*?

10. Bagaimana minat berpengaruh terhadap keputusan pengguna BSI *mobile banking*?
11. Bagaimana persepsi kegunaan melalui sikap berpengaruh terhadap minat menggunakan BSI *mobile banking*?
12. Bagaimana persepsi kemudahan terhadap minat berpengaruh melalui sikap menggunakan BSI *mobile banking*?
13. Bagaimana persepsi risiko terhadap minat berpengaruh melalui sikap menggunakan BSI *mobile banking*?
14. Bagaimana fitur layanan terhadap minat berpengaruh melalui sikap menggunakan BSI *mobile banking*?

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

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah diuraikan, penulis dapat menyimpulkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis persepsi kegunaan terhadap sikap menggunakan BSI *mobile banking*.
2. Untuk menguji dan menganalisis persepsi kemudahan terhadap sikap menggunakan BSI *mobile banking*.
3. Untuk menguji dan menganalisis persepsi risiko terhadap sikap menggunakan BSI *mobile banking*.
4. Untuk menguji dan menganalisis fitur layanan terhadap sikap menggunakan BSI *mobile banking*.

5. Untuk menguji dan menganalisis persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan *BSI mobile banking*
6. Untuk menguji dan menganalisis persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *BSI mobile banking*
7. Untuk menguji dan menganalisis persepsi risiko terhadap minat menggunakan *BSI mobile banking*
8. Untuk menguji dan menganalisis fitur layanan terhadap minat menggunakan *BSI mobile banking*
9. Untuk menguji dan menganalisis sikap terhadap minat menggunakan *BSI mobile banking*
10. Untuk menguji dan menganalisis minat terhadap keputusan pengguna *BSI mobile banking*.
11. Untuk menguji dan menganalisis persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan *BSI mobile banking* melalui sikap.
12. Untuk menguji dan menganalisis persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *BSI mobile banking* melalui sikap.
13. Untuk menguji dan menganalisis persepsi risiko terhadap minat menggunakan *BSI mobile banking* melalui sikap.
14. Untuk menguji dan menganalisis fitur layanan terhadap minat menggunakan *BSI mobile banking* melalui sikap.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menambah *literatur* mengenai *BSI mobile banking*.

2. Manfaat praktis

Diharapkan kajian ini bermanfaat bagi perbankan dalam memahami faktor yang membuat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi guna meningkatkan pangsa pasar dalam industri halal.

#### **D. Sistem Penulisan**

Untuk membantu penulisan lebih mudah dibaca dan dipahami isi penelitian. Peneliti membuat sistem penulisan sebagai berikut:

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini mempunyai cakupan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

##### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini mempunyai cakupan landasan teori yang terdiri kerangka teori, penelitian terdahulu, dan pengembangan hipotesis penelitian.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini mempunyai cakupan meliputi metode penelitian yang mencakup jenis penelitian, populasi, sampel, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, instrumen dan uji instrumen penelitian, dan alat analisis. Tujuannya untuk menjelaskan proses penelitian dan tahapan pengujian data tersebut.

**BAB IV : ANALISIS DATA**

Bab ini mempunyai cakupan meliputi gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan dengan tujuan menjelaskan secara rinci hasil dari pengelolaan data dan pembahasan hasil dari pengelolaan data.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini mempunyai cakupan meliputi kesimpulan dan saran dari seluruh penelitian.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan bagian sebelumnya maka dapat disimpulkan:

1. Persepsi kegunaan tidak berpengaruh sikap menggunakan BSI *mobile banking*
2. Persepsi kemudahan berpengaruh sikap menggunakan BSI *mobile banking*
3. Persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap sikap menggunakan BSI *mobile banking*
4. Fitur layanan berpengaruh terhadap sikap menggunakan BSI *mobile banking*
5. Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan BSI *mobile banking*
6. Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan BSI *mobile banking*
7. Persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan BSI *mobile banking*
8. Fitur layanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan BSI *mobile banking*
9. Sikap tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan BSI *mobile banking*

10. Minat berpengaruh terhadap keputusan pengguna menggunakan *BSI mobile banking*
11. Persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *BSI mobile banking* melalui sikap.
12. Persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *BSI mobile banking* melalui sikap.
13. Persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *BSI mobile banking* melalui sikap
14. Fitur layanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *BSI mobile banking* melalui sikap

## **B. Implikasi**

1. Dalam fitur layanan terlalu banyak fitur yang ada sehingga nasabah sering merasa bingung.
2. Melihat tingginya responden yang menilai negatif pada aspek risiko disarankan agar BSI memperhatikan: Risiko yang mungkin timbul pada saat nasabah menggunakan, bertransaksi menggunakan *mobile banking* dan dalam metode pembayaran ketika menggunakan *BSI mobile banking*.

## **C. Keterbatasan dan Saran**

1. Berdasarkan hasil riset yang menunjukkan sekitar 25% variabel lain yang belum masuk dalam model

penelitian minat maupun keputusan memungkinkan bagi penelitian lain untuk menambahkan faktor atau variabel dalam penelitian ini.

2. Penelitian menggunakan 250 dari sampel yang saat ini digunakan untuk penelitian. Untuk penelitian selanjutnya dapat ditingkatkan lagi jumlah sampel nya.
3. Pada riset ini menggunakan analisis data *partial least square* (PLS), tetapi penulis menyarankan agar di penelitian selanjutnya memakai metode analisis terbaru.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adams, D. A., Nelson, R. R., & Todd, P. A. (1992). Perceived usefulness, ease of use and usage of information technology: A replication. *MIS Quarterly*, *16*(2), 227–250.
- Adiwijaya, I. G. B. P. (2018). Kemudahan Penggunaan, Tingkat Keberhasilan Transaksi, Kemampuan Sistem Teknologi, Kepercayaan Dan Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *15*(3), 135–153.
- Aisyah, M., & Ardiningsih, T. A. (2022). Pengaruh persepsi risiko dan dukungan pemerintah terhadap minat penggunaan mobile banking: peran pemmediasi persepsi kegunaan. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, *12*(1), 92–105.
- Ajzen, I. (1991). Organizational Behavior and Human Decision Processes. *Sciencedirect*, *50*(2), 179–211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitude and Predicting Social Behaviour*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Amijaya, G. R. (2010). *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Minat Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegor.
- Annur, C. M. (2022). Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022. Retrieved July 5, 2022, from Databoks website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/da-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- Araffi, M., & Haryono, S. (2022). Peran Religiusitas dalam

Memoderasi Persepsi, Preferensi dan Pengetahuan Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 7(2), 461–467.

Aryanti, T., Utami, R. D., & Gunarsih, T. (2014). Pengaruh Pengetahuan, Kepedulian, dan Sikap pada Lingkungan terhadap Minat Pembelian Produk Hijau. *Media Trend*, 9(2), 151–161.

Asri, H. R., Setyarini, E., & Gisijanto, H. A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Peer To Lending. *JUKIM Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3), 1–9.

Atarwaman, R. J. D. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko, Kegunaan, Kepercayaan, dan Kemudahan terhadap Sikap pengguna Mobile Banking di Kota Ambon. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 281–290.

Bangkara, R. P., & Mimba, N. P. S. H. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use Pada Minat Penggunaan Internet Banking Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 16(3), 2408–2434. Retrieved from <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/download/21551/15419>

Bauer, R. (1960). *Consumer Behaviour as Risk Taking. In dynamic marketing for a changing 905 world*. Chicago: American Marketing Association.

BSI. (2022). Tantang Kami. Retrieved from BSI website: <https://www.bankbsi.co.id>

Budiastuti, A. D. P., & Muid, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Pada Aplikasi Shopee Dengan Menggunakan Technology Acceptance

- Model ( TAM). *Diponegoro Journal of Accounting*, 9(4), 1–10. Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Caroline, C. C. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan M-Banking Berdasarkan Teori TAM. *Keunis*, 9(2), 160–172. <https://doi.org/10.32497/keunis.v9i2.2819>
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Media Global Edukas.
- Damayanti, A. R. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Fitur terhadap Minat Penggunaan Berkelanjutan Mobile Banking BRIS dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo*. IAIN Ponorogo.
- Darma, P. (2010). *Pengolahan Citra Digital*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Darmadi. (2017). *Pengembangan Model dan Metode Pembelajaran Dalam Dinamika*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Davis, F. . (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(5), 319–339.
- Davis, F. . (1993). Use Acceptance of Intermination Technology: System Characteristics, User Perceptions and Behavioral. *International Journal of Man-Machine Studies*, 38, 475–487.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Information Technology: A Comparison

of Two Theoretical Mode. *Management Science*, 982–1002.

- Desti, R. (2021). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Pengguna, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik dengan Sikap Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Kota Bandar Lampung)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Devi, P. L., Sara, I. M., & Purnami, A. . S. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking di Universitas Warmadewa. *Warmadewa Economic Development Journal (WEDJ)*, 5(1), 14–18.
- Dewi, I. G. A. R. P. (2021). Attitude Of Technology And Their Impact On Interest Of Internet Bank. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Sciences*, 2(3), 184–192.
- Dowling, G. R., & Staelin, R. (1994). A Model of Perceived Risk and Intended Risk-Handling Activity. *Journal of Consumer Research*, 21(1), 119.
- Fauzi, M. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Semarang: Walisongo Press.
- Featherman, M., & Pavlou, P. (2002). *Predicting E-Service Adoption: A Perceived Risk Facets Perspective*. America: Eighth Americas Conference on Information Systems.
- Febriani, A. (2020). Pengaruh Fitur Layanan dan Iklan Media sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumen (Studi Kasus Pada Transaksi Offline Store Melalui Aplikasi Dana Oleh Pengunjung Mall Margo City). *ISAS*, 6(2), 223–230.

- Ghazali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghazali, I., & Latan, H. (2012). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 2.0 M3*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: SPB Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)* (3rd ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang: undip.
- Hair, J., Hult, G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. America: SAGE Publication, Inc.
- Hartono, J. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Hasanah, F., Wahyuningtyas, E. T., & Susesti, D. A. (2022). Dampak Motivasi Investasi, Persepsi Risiko, Literasi dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal. *AKUNESA: Jurnal Akuntansi Unesa*, 10(2), 1–10.
- Hermawan, H. (2012). *Pengaruh Kemudahan, Risiko dan Fitur Layanan terhadap Sikap Pengusaha Sepatu dan Aksesoris Kulit dalam Mneggunakan Internet Banking (Studi pada Pengusaha Sepatu san Aksesoris Kulit di Sentra Industri Kulit Manding di Yogyakarta)*. Universitas Islam Indonesia.



- Humairoh, Negara, A. K., & Immawati, S. A. (2020). Pertimbangan dan Sikap Milenial terhadap Minat Menggunakan E-Wallet: Pada Masa PSBB Pandemi Covid-19 di Kota Tangerang. *Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 64–81.
- Hurlock, E. B. (2004). *Developmental Psychology*. Jakarta: Erlangga.
- Hutri, E. D., & Yuliviona, R. (2002). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening ( Studi Kasus pada pengguna sepeda motor di Kota Padang). *Executive Summary*, 20(2), 1–7.
- I'tishom, M. F., Martini, S., & Novandari, W. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Serta Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Go-pay. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi (JEBA)*, 22(4), 514–532.
- Idris, F. N., & Sugiarto. (2006). *Manajemen Risiko Perbankan dalam Konteks Kesepakatan Basel dan Peraturan Bank Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Igbaria, M., Zinatelli, N., & Cragg, P. (1997). Personal Computing Acceptance Factors in Small Firms: A Structural Equation Model. *MIS Quarterly*, 21(3), 279–305.
- Imanto, T. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah PT Bank Central Asia Tbk di Kota Malang)*. Universitas Brawijaya.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (1999). *Metodologi Penelitian*

*Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen* (1st ed.).  
Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*.  
Yogyakarta: Andi Offset.
- Kim, D. ., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2007). *A Trust-Based Consumer Decision-Making Model In Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk , and Their Antecedents. Proceedings of Ninth Americas Conference on information Systems*. 157–167.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (8th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Managemen Pemasaran 2*.  
Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*  
(12th ed.). Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Lane, K. (1987). *Manajemen Pemasaran*.  
Jakarta: Erlangga.
- Kurniasari, F., & Riyadi, W. T. (2021). Determinants of Indonesian E-Grocery Shopping. *United International Journal*, 3(1), 12–18.
- Kurniawati, H. A., Winarno, W. A., & Arif, A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 24.  
<https://doi.org/10.19184/ejeba.v4i1.4563>
- Kusnadi, A. A., & Trenggana, A. F. M. (2022). Attitude

Toward Using Electronic Money Seen from Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use. *Jurnal Sekretaris Dan Administrasi Bisnis*, 6(1), 9–17.

- Kusnandar, V. B. (2022). Jumlah Penduduk di Pulau Jawa yang Beragama Islam. Retrieved from databoks website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/03/s-ebanyak-148-juta-penduduk-jawa-beragama-islam-pada-juni-2022>
- Lim, R., & Lady. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking di Batam. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(1), 941–947.
- Ma'ruf, S. (2018). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kegunaan, Persepsi Risiko, dan Kenyamanan terhadap Sikap Konsumen dalam Belanja Online. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Marthauli, Mirati, R. E., & Vidyasari, R. (2021). Pengaruh Ketersediaan Fitur Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Bca Mobile Di Wilayah Jabodetabek. *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 8(1), 1463–1471. <https://doi.org/10.32722/acc.v8i1.3879>
- Mattila, M. (2003). Factors Affecting The Adoption of Mobile Banking Services. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 8, 149–160.
- Maulana, R., Iskandar, & Mailany, M. (2018). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model. *Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 2(2), 146–155. <https://doi.org/10.22373/cj.v2i2.4161>

- Mubarokah, S. N. (2019). Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Perbankan Milik Negara. *Accounting and Management Journal*, 242–249.
- Mubiyantoro, A., & Syaefullah. (2012). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kesesuaian dan Persepsi Risiko Terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking (Stui Kasus di Bank BRI Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2).
- Mujib, A. (2015). Pendekatan Tafsir Produk Perbankan Syariah. *Muqtasid*, 6(1), 41–57. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v6i1.41-57>
- Negara, H., Kusuma, A., & Immawati, S. A. (2020). Pertimbangan dan Sikap Milenial terhadap Minat Menggunakan E-Wallet: Pada Masa PSBB Pandemi Covid-19 di Kota Tangerang. *Jurnal Sainifik Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 64–81.
- Nurastuti, W. (2011). *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nursiah, Ferils, M., & Kamarudin, J. (2022). Analisis minat menggunakan mobile banking. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 19(1), 91–100.
- Ojk. (2015). *Bijak Ber-Electronic Banking*. Jakarta: sikapiuangmu.ojk.go.id.
- OJK. (2022). Mudah dan Aman dengan Internet Banking dan Mobile Banking. Retrieved from <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/>
- Oktapiani, Y., Rosario, M., & Nehemia, A. (2020). Analisis Minat Penggunaan Aplikasi Brimo Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model ( TAM ). *Ilmiah Mahasiswa Sistem Informasi*, 2(3), 249–260.

- Pahlevi, R. (2022). Dompot Digital Jadi Produk Keuangan yang Paling Banyak Digunakan. Retrieved July 13, 2022, from Databoks website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/17/survei-kic-kalahkan-atm-dompot-digital-jadi-produk-keuangan-yang-paling-banyak-digunakan>
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3).
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (1999). *Consumer Behaviour*. Jakarta: Erlangga.
- Pradita, K. Y. K. (2021). Determinan Faktor yang Mempengaruhi E-Trust dan Minat Menggunakan Aplikasi Alodokter. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(3), 450–457.
- Prajogo, U. (2021). Pengaruh Perceived Ease Of Use dan Perceived Usefulness terhadap Penggunaan Teknologi Marketplace dengan Attitude sebagai Variabel Intervening (Studi Pada UMKM di Kota Malang). *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Informatika*, 7(1), 62–68.
- Prasetyono, A. A. (2020). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan pembelian (Studi Pada Pengguna Smartphone ASUS Zenfone Max Pro (M2) ZB6IKL di Kota Semarang)*. Universitas Diponegoro.
- Pratama, D. A. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Beli Pelanggan Melalui Sikap Pelanggan Sebagai Mediasi Pada Tokopedia.com. *AGORA*, 8(1).
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi

Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jiab*, 2(2), 127–135.

- Putri, N. P. M. A., & Suaryana, I. G. N. A. (2021). Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Minat Menggunakan Internet Banking dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(6), 1375. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i06.p02>
- Rachman, G. A., Prihatiningrum, R. Y., & Rusniati. (2021). Pengaruh variabel TAM, persepsi risiko, pengaruh sosial terhadap kepuasan dan penggunaan kembali secara terus menerus aplikasi Mobile banking Bank kalsel (studi pada Bank Kalsel cabang utama Banjarmasin). *Applied Business and Economics (JABE)*, 7(4), 508–520.
- Raharjo, B. (2001). *Aspek Teknologi dan Keamanan dalam Internet Banking*. Jakarta: PT Insan Indonesia.
- Rahayu, I. S. (2016). Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 5(2), 137. [https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5\(2\).137-150](https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5(2).137-150)
- Rahma, T. (2022). *Pengaruh Faktor Kemudahan, Manfaat, Fitur Layanan, dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Akuntansi Berbasis Teknologi (BukuKas) (Studi Pada UMKM di Kota Malang)*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan Perceived Risk. *Jurnal Nominal*, 8(2), 274–284.

<https://doi.org/10.21831/nominal.v8i2.26557>

- Ramadhan, A. (2022). Minat dan Keputusan Nasabah Bank NTB Syariah dalam Menggunakan Aplikasi Mobile Banking Pasca Bank NTB Konversi ke Bank NTB Syariah (Studi Kasus Pada PT Bank NTB KCP Bolo). *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(9), 883–898.
- Resti, A. (2022). *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Riswandi, B. A. (2005). *Aspek Hukum Internet Banking*. Jogjakarta: persada.
- Rithmaya, C. L. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA dalam Menggunakan Internet Banking. *Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(1), 160–177.
- Sandi, A.S., Soedijono, B., & Nasiri, A. (2020). Pengaruh Kegunaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Dengan Metode TAM Pada Sistem Informasi Magang Kerja. *IT Journal Research and Development*, 5(2), 109–118.  
[https://doi.org/10.25299/itjrd.2021.vol5\(2\).5287](https://doi.org/10.25299/itjrd.2021.vol5(2).5287)
- Sangadji, E. M., & Sopiha. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis* (Nikoemus WK, Ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Santika, I. W., & Yadnya, I. P. (2017). Analisis Technology Acceptance Model Terhadap Penggunaan E-commerce



pada UKM Kerajinan di Gianyar. In *Prosiding Seminar Nasional AIMI* (pp. 255–264).

- Sari, I. (2019). *Pengaruh Kemudahan, Manfaat Penggunaan Teknologi, Fitur Layanan dan Keamanan, Terhadap Minat Menggunakan E-money, dengan Sikap Penggunaan sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna e-money Flazz BCA di Bank BCA Syariah Semarang)*. IAIN Salatiga.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behaviour*. Jakarta: PT Indeks.
- Schmitt, B. (2010). Experience Marketing: Concepts, Frameworks and Consumer Insights. *Foundations and Trend in Marketing*, 5(2).
- Setiawan, P. Y. W., & Putu, A. A. B. (2021). The effect of trust on travel agent online use: Application of the technology acceptance model. *International Journal of Data and Network Science*, 5, 173–182.
- Setyawati, R. E. (2020). Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use terhadap behavioral intention to use dengan attitude towards using sebagai variabel intervening. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 3(1), 39–51.
- Shinta, A., & Zaid. (2022). Persepsi Risiko Orang Tua Sebagai Presiktor Minat Vaksin Covid-19 Pada Anak. *Jurnal Endurance : Kajian Ilmiah Problema Kesehatan*, 7(1), 103–112.
- Sholihin, M. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0*. Yogyakarta: Andi.
- Shun, Y. W., Wang, Y.-M., Lin, H.-H., & Tang, T.-I. (2003). Determinants of User Acceptance of Internet Banking: An Empirical Study. *International Journal of Service Industry Management*, 14(5), 501–519.



- Sidharta, I., & Sidh, R. (2014). Pengukuran Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap Serta Dampaknya atas Penggunaan Ulang Online Shopping Pada E-commerce. *Jurnal Computech Dan Bisnis*, 8(2), 92–100.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sitkin, S. B., & Pablo, A. L. (1992). Reconceptualizing the Determinants of Risk Behavior. *The Academy of Management Review*, 17(1), 9–38.
- Sjoberg, L., Moen, B.-E., & Rundmo, T. (2004). Explaining risk perception. An evaluation of the psychometric paradigm in risk perception research. In *Explaining risk perception. An evaluation of the psychometric paradigm in risk perception research* (p. 84). Rotunde publikasjoner Rotunde.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukarna, A. (2022). Bank Syariah Indonesia Dukung Halal Lifestyle lewat Industri Fesyen. Retrieved from mysharing website: <https://keuangansyariah.myssharing.co/bank-syariah-indonesia-dukung-halal-lifestyle-lewat-industri-fesyen/>
- Sukmana, F. H. (2018). Pengaruh Persepsi Risiko, Variasi,

- Kulaitas dan Harga Produk Terhadap Sikap Konsumen. *Jurnal Valid*, 15(1), 11–20.
- Sulmi, A. A. K., Awaluddin, M., Gani, I., & Kara, M. (2021). Pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan, dan keamanan terhadap minat menggunakan layanan mobile banking (studi empiris pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Alauddin Makassar). *Islamic Banking, Economic and Financial Journal*, 1(2), 59–73.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, D. (2014). *Praktik Riset Perilaku Konsumen (Teori kuisisioner, Alat dan Analisis Data)*. Yogyakarta: CAPS.
- Swastha, B., & Handoko, H. (2000). *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Tirtana, I., & Sari, S. P. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Seminar Nasional Dan Call For Paper Program Studi Akuntansi FEB-UMS*, (978-602-70429-2–6).
- Tjiptono, F. (2001). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks.
- Vekantesh, M. G., Moris, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward Unfied View. *MIS Quarterly*, 27, 425–478.
- Wardani, D. K., Primastiwi, A., & Hermalia. (2020). Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan pada Minat Membayar PBB Menggunakan Go-Pay dengan Sikap Penggunaan sebagai Variabel Intervening. *Journal of Research in Business and Economics*, 3(1), 128–146.

- Wibowo. (2013). *Manajemen Kinerja* (3rd ed.). Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Widanengsih, E. (2021). Technology Acceptance Model To Measure Customer's Interest To Use Mobile Banking. *Journal Of Industrial Engineerng and Management Research*, 2(1), 73–82.
- Widyarini, L. A. (2005). Analisis Niat Perilaku Menggunakan Internet Banking di kalangan Pengguna Internet di Surabaya. *Jurnal Widya Manajemen Dan Akuntansi*, 5(1), 101–123.
- Yamin, S., & Kurniawan, H. (2011). *Generasi Baru Mengolah Data Penelitian dengan Partial Least Square Path Modeling Aplikasi dengan Software XLSTAT, SmartPLS, dan Visual PLS*. Jakarta Selatan: Salemba Infotek.
- Yanuardinda, C. (2014). *Analisis Determinan Minat Keperilakuan Dalam Menggunakan Mobile Banking (Survei pada mahasiswa Strata Satu Universitas Brawijaya Malang)*. Universitas Brawijaya.
- Yudhi, Arthana, & Rukhviyanti, N. (2015). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan mobile banking (M-Banking): Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Informasi*, VII(1), 25–44.
- Yudiana, F. E., & Setyono, J. (2016). Analisis Corporate Social Responsibility, Loyalitas Nasabah, Corporate Image Dan Kepuasan Nasabah Pada Perbankan Syariah. *Inferensi*, 10(1), 93. <https://doi.org/10.18326/infl3.v10i1.93-114>