

**KEPUTUSAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) DALAM
MENGUNAKAN BSI *MOBILE***

(Studi Kasus Nasabah BSI di Yogyakarta)



SKRIPSI

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

OLEH :

SHAFIRA NAURA RAHMAWATI

NIM. 19108020037

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

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

2023

HALAMAN JUDUL
KEPUTUSAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) DALAM
MENGGUNAKAN BSI *MOBILE*

(Studi Kasus Nasabah BSI di Yogyakarta)



SKRIPSI

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

OLEH :

SHAFIRA NAURA RAHMAWATI

NIM. 19108020037

DOSEN PEMBIMBING

JOKO SETYONO, SE.,M.Si.

19730702 200212 1 003

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

2023

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-807/Un.02/DEB/PP.00.9/06/2023

Tugas Akhir dengan judul : KEPUTUSAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) DALAM MENGGUNAKAN BSI MOBILE (STUDI KASUS NASABAH BSI DI YOGYAKARTA)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SHAFIRA NAURA RAHMAWATI
Nomor Induk Mahasiswa : 19108020037
Telah diujikan pada : Selasa, 30 Mei 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

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

Valid ID: 64829c7dbec58



Penguji I

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

Valid ID: 648289be8cf8b



Penguji II

Dr. Siti Nur Azizah, S.E.I., M.E.I.
SIGNED

Valid ID: 648171a066549



Yogyakarta, 30 Mei 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Valid ID: 6482d5362378a

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



**KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS
ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada :

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wrb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara :

Nama : Shafira Naura, Rahmawati

NIM : 19108020037

Judul Skripsi : Keputusan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam Menggunakan BSI *Mobile* (Studi Kasus Nasabah BSI di D.I Yogyakarta)

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Program Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjan Strata Satu dalam bidang ilmu ekonomi.

Dengan ini saya berharap agar skripsi tersebut diatas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih

Yogyakarta, 25 Mei 2023

Pembimbing

Dr. Joko Setyono, SE., M.Si.

NIP. 19730702 200212 1 003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shafira Naura Rahmawati

NIM : 19108020037

Jurusan/Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **“Keputudan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam menggunakan BSI Mobile (Studi kasus Nasabah BSI di D.I Yogyakarta).”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terjadi adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Dengan surat pernyataan ini saya buat agar dimaklumi.

Yogyakarta, 17 Mei 2023

Penyusun,



Shafira Naura Rahmawati

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

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

Nama : Shafira Naura Rahmawati

NIM : 19108020037

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, penulis menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta hak bebas royalti non eksklusif (*non exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Keputusan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam menggunakan BSI Mobile (Studi kasus Nasabah BSI di D.I Yogyakarta)”

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar benarnya.

Dibuat di: Yogyakarta, 17 Mei 2023

Yang Menyatakan



(Shafira Naura Rahmawati)

MOTTO



○ *“The world is full of diversity”* ○

Dunia ini penuh dengan keragaman



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Alla SWT atas nikmat dan hidayah-Nya sehingga proses panjang dalam penyusunan tugas akhir ini mampu terselesaikan. Shalawat serta salam mudah – mudahan tercurahkan kepada Sang Kekasih semua hambanya yaitu Nabi Muhammad SAW.

Denga ucapan hamdalah, skripsi ini saya persembahkan untuk

Kedua orang tua saya tercinta

Hanya karena perjuangan dan kekuatan do'a beliau, semua Langkah yang telah dan akan saya lalui bisa terlampaui dengan penuh barokah

Untuk kakak dan adek serta keluarga besar saya tercinta

Berkat motivasi yang sangat besar sehingga dorongan akan menyelesaikan studi sarjana akan terselesaikan

Sahabat – sahabatku

Yang selalu setia menemani dan juga mendampingi dalam masa pertumbuhan peneliti

Almamaterku

UIN Sunan Kalijaga kampus tercinta yang telah menjadi wadah belajar peneliti dalam melaksanakan perkuliahan selama 8 semester

PEDOMAN TRANSLITERASI

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 0523b/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	Sa'	ṡ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa'	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Ṣad	ṣ	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	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

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

C. *Ta'Marbuttah*

Semua *ta'marbuttah* ditulis dengan h, baik berada pada kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "al"). ketentuan ini tidak diperlakukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>
كرمة الأولياء	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

َ	Fathah	Ditulis	a
ِ	Kasrah	Ditulis	i
ُ	Dammah	Ditulis	u
فعل	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>

ذکر	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يذهب	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. Fathah + alif	Ditulis	<i>A</i>
جاهليّة	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>A</i>
تنسى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. Kasrah + ya' mati	Ditulis	<i>I</i>
كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. Dhammah + wawu mati	Ditulis	<i>U</i>
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>
أعدت	Ditulis	<i>U'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

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

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

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

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

I. Penyusunan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

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



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah_Nya kepada kita semua. Shalawat serta salam kita haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing umatnya dari zaman jahiliyah ke zaman yang terang benderang penuh dengan ilmu pengetahuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan praktik kerja lapangan ini dengan lancar dan tepat waktu sesuai dengan yang diharapkan.

. Setelah melalui proses yang cukup Panjang, dengan mengucapkan syukur tugas akhir ini dapat terselesaikan. Tugas akhir ini ditulis atas dasar semua yang penulis telah dapatkan selama mengikuti kegiatan belajar dan mengajar di Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta selama 4 tahun atau 8 Semester Penulisan tugas akhir ini merupakan rangkaian akhir dari proses belajar saya selama menjadi mahasiswa di program studi perbankan syariah. Tugas akhir ini disusun guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan strata satu pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung serta memberikan bimbingan baik moral. Material, maupun spiritual sehingga penyusunan laporan ini dapat terselesaikan dalam pelaksanaan praktik kerja lapangan, khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Phil Al Makin, S.Ag., M.Ag. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta semua jajarannya;
2. Bapak Dr. Afdawaiza, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta semua jajarannya;
3. Ibu Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi., M.M., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta semua jajarannya;

4. Bapak Jauhar Faradis, S.H.I, M.A., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan bimbingan kepada kami agar selalu menjadi mahasiswa yang dapat berguna bagi seluruh insan.
5. Bapak Joko Setyono, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing, mengarahkan dan memberikan banyak ilmu serta motivasi kepada saya dalam melaksanakan proses penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.
6. Seluruh Dosen Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan selama menempuh bangku perkuliahan.
7. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Hendro Budi Santoso dan Ibu Eni Nugraheni yang telah membesarkan kami dengan penuh kasih sayang dan yang telah menjadi sumber segalanya sampai saat ini.
8. Kakak saya tercinta Laksmi Fitri Rahmawati dan adek yang saya cintai Dimas Danang Andhika yang telah menjadi *support sistem* saya selama proses penulisan skripsi ini dan juga telah banyak membantu baik secara moril dan tidak.
9. Simbah kakung, simbah uti, Eyang Ratna, Om Irsan, Tante Nunung, Om Daus, Tante Ervi, Dek Radith, Dek Radya, Padhe Heru sekeluarga, Budhe Esti sekeluarga, Padhe Iben Sekeluarga dan seluruh keluarga saya yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan penuh baik materiil maupun moril guna terselesaikannya tugas akhir ini.
10. Sahabat – Sahabat yang telah melalui 16 Tahun bersama saya Dhanial, Deo, Ochi, Firda, Ala', M.D, Kiki, Tika, Olivia, Rania, Nadda dan Kartiko orang – orang yang telah banyak menemani saya dalam suka maupun duka dan menjadi saksi bertumbuhnya saya dari yang kecil hingga seperti saat ini, menjadi orang – orang yang selalu mensupport saya dimanapun mereka berada
11. Sahabat – sahabat pengiriman video, Alief, Betty, Yusfi, Hafi, Dedel, Adhifa, Icha, dan Dhiya yang telah banyak memberi motivasi dan menguatkan saya dalam proses penulisan skripsi ini.

12. Sahabat – sahabat saya semenjak maba Nadifa, Hanafi, Fikha, Niya, Bashori, Arinda, Surya yang telah menjadi teman dari pertama perkuliahan hingga proses penulisan skripsi, yang senantiasa memberika bantuan, dan motivasi.
13. Sahabati yang saya cintai , Devy Midayatus, Artik Ananda, Sarah Aliyul, Amel, Siti Ngaropah, Iik, Zizah, Lidya yang sudah seperti keluarga bagi saya selalu memberikan waktunya untuk berproses bersama selama kurang lebih 4 tahun.
14. Teman teman seataap selama 45 hari Adib, Rizka, Udin, Sabiq, Eko, Nisa, Dhea, Novi, Dhila yang memberikan warna baru dalam kehidupan perkuliahan akhir saya.
15. Kepada seluruh teman teman program studi Perbankan Syariah Angkatan 2019 yang selalu mendoakan, memberikan semangat serta masukannya.
16. Dan kepada semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dengan sepenuh hati sehingga Laporan Praktik Kerja Lapangan ini dapat terselesaikan dengan baik, lancer, dan tepat waktu.

Disamping itu penulis menyadari bahwa dalam penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak terdapat kekurangan, sehingga kritik dan saran dari pembaca dan penguji sangat penulis harapkan guna menjadi bahan yang membangun bagi kemampuan analisis maupun menulis dari penulis. Akhir kata, penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat, baik sebagai refrensi maupun sebagai perbaikan laporan lain.

Yogyakarta, 15 Mei 2023

Hormat Saya



Shafira Naura Rahmawati

19108020037

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
SURAT PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
ABSTRAK	xiv
ABSTACT	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	11
C. TUJUAN PENELITIAN.....	12
D. MANFAAT PENELITIAN	13
E. SISTEMATIKA PENULISAN	14
BAB II.....	16
TINJAUAN PUSTAKA.....	16
A. LANDASAN TEORI	16
1. <i>Technology Acceptance Model</i>	16
1.1 Pengertian <i>Technology Acceptance Model</i>	16
1.2 <i>Technology Acceptance Model 2 (TAM 2)</i>	17
1.3 Perkembangan teknologi dalam perspektif Al-Quran	18
2. Perilaku Konsumen	23

2.1	Pengertian Perilaku Konsumen.....	23
2.2	Perilaku Konsumen dalam perspektif Al-Quran.....	26
3.	Trust.....	27
3.1	Pengertian Trust	27
3.2	Indikator Trust.....	29
3.3	Trust dalam perspektif Al-Quran.....	30
3.	Transaksi	31
4.	<i>Mobile Banking</i>	32
5.1	Pengertian <i>Mobile Banking</i>	32
5.2	Sejarah <i>Mobile Banking</i>	33
5.3	Manfaat <i>Mobile Banking</i>	34
B.	Kajian Pustaka	36
C.	KERANGKAN PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	42
1.	Kerangka Pemikiran	42
2.	Pengembangan Hipotesis.....	43
1.1	Pengaruh Subjective Norm terhadap Perceived Usefulness	43
1.2	Pengaruh Image terhadap Perceived Usefulness.	44
1.3	Pengaruh Job Relevance terhadap Perceived Usefulness.	45
1.4	Pengaruh Output Quality terhadap Perceived Usefulness.....	46
1.5	Pengaruh Result Demonstrability terhadap Perceived Usefulness.	47
1.6	Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Perceived Usefulness dan Intention to Use.....	48
1.7	Pengaruh trust terhadap Perceived Usefulness dan Intention to Use.	49
1.8	Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Intention to Use.....	51
1.9	Pengaruh Intention to Use terhadap usage behavior.....	51
BAB III	54
METODOLOGI PENELITIAN	54
A.	Desain Penelitian	54
B.	Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian	55
C.	Populasi dan Sampel.....	61
1.	Populasi.....	61
2.	Sampel.....	62
D.	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan	63

E.	Metode Pengujian Hipotesis.....	65
1.	Model Pengukuran atau Outer Model.....	66
2.	Model Struktural atau Inner	68
BAB IV.....		71
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		71
A.	Gambaran Umum	71
B.	Analisis Deskriptif.....	73
C.	Analisis Statistik Deskriptif.....	81
1.	Variabel Subjective Norm	83
2.	Variabel <i>Image</i>	84
3.	Variabel Job Relevance	85
4.	Variabel Output Quality	86
5.	Variabel Result Demonstrability	87
6.	Variabel <i>Trust</i>	87
7.	Variabel Perceived Ease of Use.....	88
8.	Variabel Perceived Usefulness	89
9.	Variabel Intention to Use	90
10.	Variabel Usage Behavior	90
D.	Konstruks dan Indikator Penelitian.....	91
1.	Variabel Subjective Norm	91
2.	Variabel <i>Image</i>	92
3.	Variabel Job Relevance	93
4.	Variabel Output Quality	94
5.	Variabel Result Demonstrability	94
6.	Variabel <i>Trust</i>	95
7.	Variabel Perceived Ease of Use.....	96
8.	Variabel Perceived Usefulness	97
9.	Variabel Intention to Use	98
10.	Variabel Usage Behavior	98
E.	Hasil Penelitian.....	99
1.	Uji Outer Model	100
a.	Uji Validitas Covergent	101
b.	Uji Validitas Discriminant.....	105

c. Uji Reliabilitas	106
1. Structural Model (<i>Inner Model</i>).....	107
a. Evaluasi Goodness of Fit (GoF).....	107
b. Evaluasi nilai R – Square	108
c. Evaluasi nilai Q – Square	110
d. Evaluasi nilai Effect Size (F Square)	111
F. Uji Hipotesis	114
G. Pembahasan.....	120
BAB V	153
PENUTUP.....	153
a. Kesimpulan.....	153
b. Implikasi Penelitian	156
c. Keterbatasan Penelitian dan Saran.....	156
DAFTAR PUSTAKA.....	158

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Grafik Pertumbuhan Penetrasi Internet di Indonesia	1
Tabel 1.2 Persebaran Pengguna Internet di Indonesia	1
<i>Tabel 1.3 Jumlah Pengguna Smartphone</i>	1
<i>Tabel 1.4 Transaksi Mobile Banking</i>	1
Tabel 2.1 Kajian Pustaka	1
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Pengguna BSI Mobile	22
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Pengguna BSI Mobile	24
<i>Tabel 4.3 Karakteristik Responden Pengguna BSI Mobile</i>	24
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Pengguna BSI Mobile	25
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Pengguna BSI Mobile	26
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Pengguna BSI Mobile	27
Tabel 4.7 Karakteristik Pengguna BSI Mobile	28
Tabel 4.8 Karakteristik Pengguna BSI Mobile	29
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Data Penelitian	30
Tabel 4.10 Deskripsi Interval Variabel Subjective Norm	32
Tabel 4.11 Deskripsi Interval Variabel Image	33
Tabel 4.12 Deskripsi Interval Variabel Job Relevance	34
<i>Tabel 4.13 Deskripsi Interval Variabel Output Quality</i>	35
Tabel 4.14 Deskripsi Interval Variabel Result Demonstrability	36
Tabel 4.15 Deskripsi Interval Variabel Trust	37
Tabel 4.16 Deskripsi Interval Variabel Perceived Ease of Use	37
Tabel 4.17 Deskripsi Interval Variabel Perceived Usefulness	38
Tabel 4.18 Deskripsi Interval Variabel Intention to Use	39
Tabel 4.19 Deskripsi Interval Variabel Usage Behavior	40
Tabel 4.20 Item Pernyataan Variabel Subjective Norm	41
Tabel 4.21 Item Pernyataan Variabel Image	41
Tabel 4.22 Item Pernyataan Variabel Job Relevance	42
Tabel 4.23 Item Pernyataan Variabel Output Quality	43
Tabel 4.24 Item Pernyataan Variabel Result Demonstrability	43
Tabel 4.25 Item Pernyataan Variabel Trust	44
Tabel 4.26 Item Pernyataan Variabel Perceived Ease of Use	45
Tabel 4.27 Item Pernyataan Variabel Perceived Usefulness	46
Tabel 4.28 Item Pernyataan Variabel Intention to Use	47
Tabel 4.29 Item Pernyataan Variabel Usage Behavior	47
Tabel 4.30 Loading Factor	49
Tabel 4.31 Loading Factor	51
Tabel 4.32 Average Variance Extracted (AVE)	53
Tabel 4.33 Hasil Nilai Cross Loading	54
Tabel 4.34 Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	55
Tabel 4.35 Ukuran GoF Model	57
Tabel 4.36 Hasil Nilai R - Square	57
Tabel 4.37 Hasil Nilai Q Square	59

Table 4.38 Hasil Nilai Effect Size.....	60
Tabel 0.39 Hasi Path Analysis.....	64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Technology Acceptance Model	1
Gambar 2.1.1 Kerangka Pemikiran	1
Gambar 10.1 Output Model Pengukuran	48
Gambar 1.1 Hasil Model Penelitian	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	157
Lampiran 2 Data Kuesioner Penelitian	165
Lampiran 3 Cross Loading.....	170
Lampiran 4 Latetnt Variabel Coefficient	171
Lampiran 5 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	171
Lampiran 6 Model Fit dan Quality Indices	171
Lampiran 7 Nilai Effect Sizes	171
Lampiran 8 Hasil path Analysis.....	172
Lampiran 9 Hasil Model Penelitian	173
Lampiran 10 Curriculum Vitae (CV).....	174



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam menggunakan BSI *Mobile* (Studi kasus nasabah BSI di D.I Yogyakarta). Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan sebelumnya. Populasi dari penelitian ini adalah nasabah BSI di D.I Yogyakarta. Pengambilan sampel dari penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Data primer dalam penelitian ini menggunakan 122 kuesioner yang dapat diolah. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model 2* (TAM 2) dengan menambahkan variabel *Trust*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian menggunakan SEM Warp PLS 7.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Subjective Norm, Image, Job Relevance, Output Quality, Result Demonstrability, Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness*. Kemudian variabel *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Intention to Use*, namun pada Variabel *Trust* tidak memiliki pengaruh baik pada *Perceived Usefulness* ataupun *Intention to Use*. Yang terakhir variabel *Intention to Use* berpengaruh terhadap *Usage Behavior* nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan BSI *Mobile*.

Kata Kunci : BSI *Mobile, Technology Acceptance Model 2, Usage Behavior*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

This Study aims to determine the influence of Bank Syariah Indonesia (BSI) customers' decisions in using BSI Mobile (case study of BSI customers in D.I Yogyakarta). This research is quantitative in nature with the aim of testing the hypotheses that have been previously determined. The population of this study are BSI customers in D.I Yogyakarta. Sampling from this study using purposive sampling technique. The data in this study were obtained through distributing questionnaires. The primary data in this study used 122 questionnaires that could be processed. This study uses the Technology Acceptance Model 2 (TAM 2) approach by adding the Trust variabel. The data analysis method used in this research is testing using SEM Warp PLS 7.0. The results of this study indicate that the variabels Subjective Norm, Image, Job Relevance, Output Quality, Result Demonstration, Perceived Ease of Use affects Perceived Usefulness. Then the variabel Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use has an affect on Intention to Use, but Variabel trust has no effect on either Perceived Usefulness or Intention to Use. In the final, the Intention to Use variable influences the Usage Behavior of Bank Syariah Indonesia customers in using BSI Mobile.

Keywords : BSI Mobile, Technology Acceptance Model 2, Usage Behavior

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

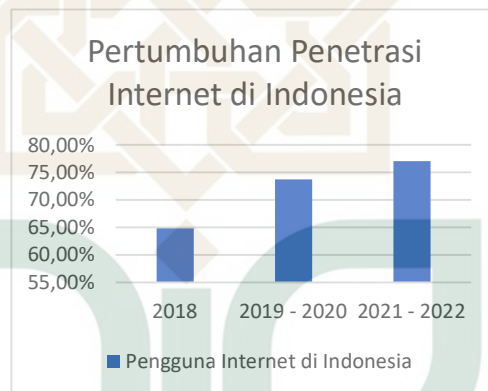
PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Teknologi informasi menjadi salah satu hal yang dominan dan tidak dapat kita pisahkan dari kehidupan kita saat ini, yang mana teknologi dan manusia lebih dibutuhkan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Seiring berkembangnya teknologi yang begitu pesat dan dinilai memiliki efisiensi yang lebih tinggi, hal ini membuat perkembangannya mendapatkan perhatian yang sangat serius dari berbagai pihak (Gradianto, 2023). Perkembangan teknologi ini dan tidak dapat dipungkiri memberikan banyak dampak pada kehidupan manusia, dampak yang muncul pun dapat berupa dampak positif dan juga negatif. Di Indonesia sendiri perkembangan teknologi dapat kita rasakan sekali pertumbuhannya, walaupun sebagai negara berkembang yang kemajuan teknologi kita tidak sepesat di negara maju. Namun bisa dilihat bahwa angka penggunaan teknologi khususnya jaringan internet di Indonesia terus mengalami peningkatan.

Menurut APJII Indonesia mengalami peningkatan dalam penggunaan internet, pertumbuhan dan perkembangan ini disebabkan oleh banyak faktor salah satu dari banyak faktor tersebut adalah pada sektor perekonomian yang mana dalam 10 tahun terakhir berkembang e-commerce, e-wallet, digital banking bertumbuh dengan pesat. Kemunculan itu membuat banyak masyarakat yang tadinya merasa nyaman dengan transaksi secara langsung menjadi beralih menggunakan layanan online. Hal ini dikarenakan layanan-layanan secara online ini dinilai lebih efisien dan mudah dijangkau bagi sebagian masyarakat yang dalam

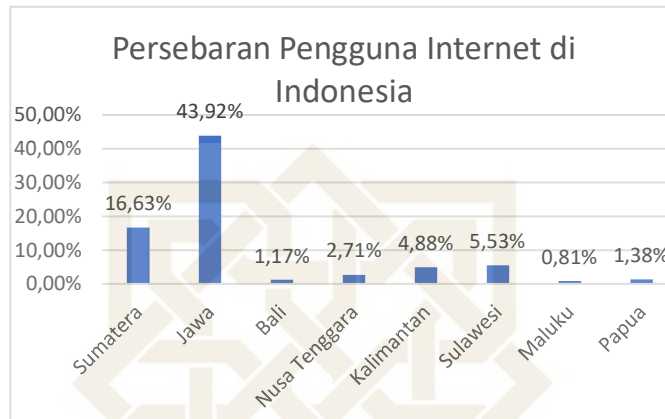
kesehariannya tidak memiliki banyak waktu luang (Widada, 2018). Menurut survei yang dilakukan APJII, jumlah penduduk Indonesia yang sudah terkoneksi internet pada tahun 2021-2022 sebanyak 210.026.769 jiwa dari total populasi 272.682.600 jiwa penduduk Indonesia pada tahun 2021. Dan dari survei itu juga di dapatkan alasan responden menggunakan internet, dari seluruh reponden yang berpartisipasi sebanyak 72,32% mengatakan bahwa alasan dalam menggunakan internet untuk dapat mengakses layanan keuangan secara daring. Berikut ini adalah grafik pertumbuhan penetrasi internet di Indonesia (2018-2022).



Tabel 1.1 Grafik Pertumbuhan Penetrasi Internet di Indonesia

Pertumbuhan penetrasi internet di Indonesia ini sangatlah banyak membawa manfaat bagi kehidupan sehari-hari masyarakat, namun walaupun pertumbuhan penetrasi menunjukkan angka kenaikan, menurut persebarannya masih belum bisa dikatakan bagus. Berdasarkan dengan hasil survey yang dilakukan oleh APJII dapat dilihat bahwa persebaran pengguna dari internet di Indonesia ini masih terpusat di pulau Jawa, sedangkan pada pulau pulau lainnya yang jauh dari ibu kota negara masih minim terjangkau akses internet. Hal ini dikarenakan Indonesia sendiri masih

belum memiliki saran dan prasarana transportasi yang memadai untuk menghubungkan pulau-pulau diluar ibu kota dengan ibu kota negara.

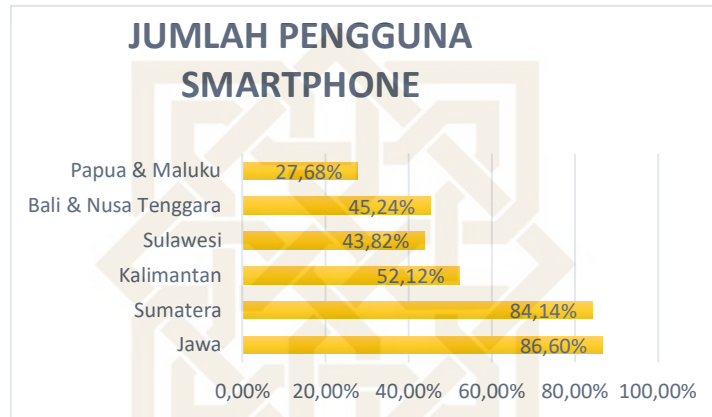


Tabel 1.2 Persebaran Pengguna Internet di Indonesia

Masyarakat tentunya memiliki banyak alasan dalam menggunakan internet berdasarkan dengan kesesuaian dengan kebutuhan dan kegunaannya masing masing. Yang mana pada tiap-tiap individu pastinya memiliki alasan dan kebutuhannya tersendiri, terlepas dari hal itu menandakan bahwa setiap kegiatan yang dilakukan melalui layanan internet ini terpengaruhi akan beberapa faktor baik yang ada di dalam diri ataupun diluar dari diri sendiri. Beberapa faktor tersebut kemudian akan memunculkan sebuah niat dalam menggunakan yang mana selanjutnya akan timbul perilaku penggunaan (Susanto, 2015).

Menurut hasil survei yang dilakukan oleh APJII salah satu alat teknologi yang digunakan mayoritas masyarakat dalam mengakses internet adalah *smartphone*. *Smartphone* sendiri diciptakan guna membantu masyarakat dalam berkagiatan sehari-hari, kemunculan *smartphone* ini adalah sebuah pembuka era baru bagi manusia karena dengan satu genggam saja kita dapat menjangkau seluruh dunia (Mardatila, 2021). Menurut survei yang dilakukan oleh

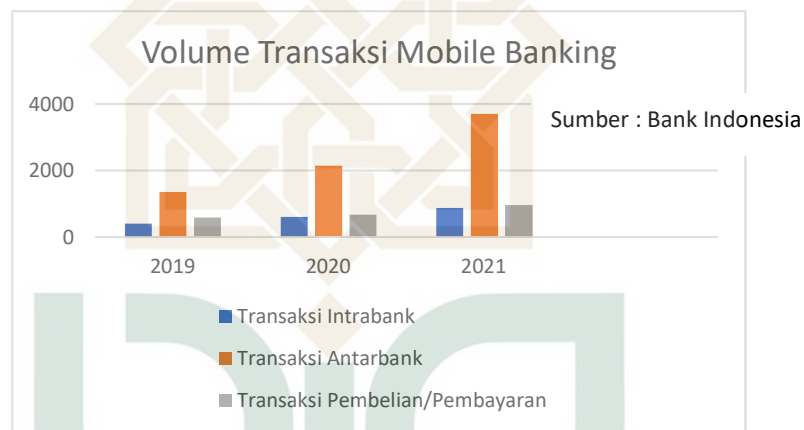
indonesiabaik.id sudah hampir 2/3 dari masyarakat Indonesia telah menggunakan smartphone, yang mana menandakan bahwa jumlah pengguna dari smartphone ini sudah 2x lebih banyak dibandingkan dengan jumlah masyarakat yang tidak menggunakan smartphone.



Tabel 1.3 Jumlah Pengguna Smartphone

Tentunya dengan kemajuan teknologi dan juga perkembangan alat komunikasi memberikan kemudahan pada masyarakat dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Penggunaan internet tidak hanya untuk mencari informasi, namun dapat juga digunakan dalam transaksi pada sektor perbankan. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi di dunia perbankan dengan menghadirkan digitalisasi dalam layanan diberikan oleh perbankan (Pertiwi & Adhivinna, 2014). Salah satu bentuk produk layanan perbankan adalah *mobile banking*, *mobile banking* merupakan salah satu produk layanan yang dihadirkan oleh perbankan. M-Banking atau *mobile banking* ialah fasilitas yang diberikan perbankan dengan dibuat guna memberikan bantuan kepada nasabah dalam melaksanakan transaksi keuangan yang nantinya nasabah tidak perlu pergi ke bank atau ATM kecuali ingin melakukan penarikan uang (Wibiadila, 2016). Pada akhir tahun 1995, pertama kalinya

Excelcom menciptakan M-Banking serta mendapat bermacam respon. Berdasarkan hasil laporan yang diberikan oleh OJK jumlah pengguna dari *Mobile Banking* di Indonesia terus mengalami peningkatan, hal ini dapat kita lihat pada grafik yang berikut dalam grafik tersebut dapat kita cermati bersama bahwa volume penggunaan *mobile banking* di Indonesia terus mengalami pertumbuhan hal ini berarti menandakan bahwa masyarakat mulai banyak yang menerapkan *Mobile Banking* pada kegiatan sehari-hari.



Tabel 1.4 Transaksi Mobile Banking

Kenaikan ini tentu sangat bagus bagi perekonomian di Indonesia salah satunya adalah dapat meminimalisir adanya peredaran uang palsu di masyarakat, karena jika masyarakat melakukan transaksi menggunakan layanan digital maka peredaran uang secara online. Karena tidak dapat dipungkiri bahwa kasus peredaran uang palsu di Indonesia sudah bukan hal yang baru dan sangat meresahkan masyarakat. Selain itu juga penggunaan *mobile banking* ini juga dapat membantu pemerintah dalam mengendalikan jumlah uang yang beredar di masyarakat (Zainal, 2015). Setiap perbankan tentunya memiliki ciri khasnya sendiri dan juga tentunya memberikan fitur layanan yang berbeda-beda, pada setiap perbankan pun berusaha

menghadirkan fitur layanan yang terbaik pada hal ini disebabkan masyarakat bisa memilih dengan bebas *mobile banking* mana yang akan digunakan. Nasabah suatu bank tertentu belum tentu juga dia akan menggunakan *mobile banking* dari bank tersebut akan tetapi jika sudah menggunakan *mobile banking* tentunya adalah seorang nasabah di bank tersebut. Menurut survei yang dilakukan oleh populix dari 1000 responden mereka ada sekitar 91% responden yang memiliki *mobile banking* pada *smartphone* mereka. Pemilihan penggunaan *mobile banking* ini juga didasarkan atas keputusan nasabah dalam memilih untuk menggunakan atau pun tidak.

Penggunaan layanan *mobile banking* didasarkan oleh keputusan nasabah dalam menentukan perbankan mana yang ingin di gunakan. Perbankan di Indonesia dapat digolongkan kedalam bank konvensional dan bank syariah. Pada bank syariah Indonesia memiliki salah satu bank yang belum lama melakukan merger yaitu, Bank syariah Indonesia (BSI) yang mana merupakan bank syariah hasil merger 3 bank BUMN di Indonesia yaitu BRI Syariah, Mandiri Syariah dan BNI Syariah. Penggabungan 3 bank ini dapat diharapkan memiliki dampak baik bagi perbankan syariah di Indonesia. Karena seperti yang kita ketahui bahwa masyarakat di Indonesia adalah mayoritas muslim sehingga diharapkan dengan margernya ke 3 bank tersebut dapat memperkuat posisi perbankan syariah di Indonesia (Dianita, Irawan, & Mulya, 2021). Perkembangan bank syariah di Indonesia terbilang cukup signifikan hal ini dapat memberikan dampak baik bagi dunia perbankan di Indonesia. Sebagai salah satu negara muslim terbesar di dunia sudah seharusnya memiliki perbankan syariah.

Bank Syariah Indonesia (BSI) juga memiliki produk layanan *mobile banking* yang bernama BSI *mobile*. Tentunya kehadiran BSI *mobile* diharapkan dapat membantu kemudahan nasabah dalam melakukan transaksi sehari-hari. Kemudahan yang dihadirkan oleh BSI *mobile* ini diharapkan dapat memberikan dampak yang baik bagi nasabah BSI sendiri. Karena BSI *mobile* hadir dengan berbagai fitur layanan yang dapat memudahkan nasabah dalam berkegiatan sehari-hari (BSI Mobile, 2020). Dibalik kemudahan yang ditawarkan oleh BSI *mobile*, BSI masih perlu menghadapi beberapa rintangan dalam menumbuhkan rasa kepercayaan pada masyarakat sehingga akan muncul niat dalam diri nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Sehubungan dengan hal tersebut keputusan penggunaan *mobile banking* yang dilakukan nasabah dapat menunjukkan *usage behavior* dari nasabah BSI.

Menurut Davis (1989) TAM mempunyai tujuan berupa pemberian penjelasan dengan cara parsimoni mengenai faktor penentu mengambil dari karakter pemakai teknologi informasi terhadap penerimaan pemakaian teknologi informasi itu sendiri seperti pada *technology acceptance model* (Davis *et al.*, 1989). Pada TAM terdapat konstruk *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, kedua konstruk ini bisa memastikan kelakuan seseorang pada penggunaan teknologi secara bersamaan, dikarenakan persepsi kegunaan pada dasarnya memiliki pengaruh terhadap persepsi kemudahan. Diharapkan TAM bisa memberikan penjelasan mengenai penerimaan penggunaan sistem informasi terhadap sistem informasi itu sendiri berdasarkan dengan adanya dua konstruk tersebut. Venkatesh dan Davis mengembangkan TAM yang sudah ada dengan menambahkan beberapa

indicator di dalamnya yang mana kemudian muncul lah TAM 2, yang terbagi kedalam dua proses.

Proses pertama adalah *Social Influence Proseses* yang terdiri dari *subjektif norm* dan *image*, dan Proses *The Cognitive Instrumental Processes* terdiri dari *job relevance*, *output quality*, *result demonstrability* dan *perceived ease of use*. Pada proses sosial influence konstruks *subjective norm* bermakna apakah orang yang berpengaruh dapat mempengaruhi mereka dalam memutuskan menggunakan sesuatu. Dan konstruks *image* pada hal ini merujuk pada citra perusahaan yang memberikan layanan apakah hal tersebut akan dapat meningkatkan citranya penggunaannya. Pada proses kedua yaitu *cognitive Instrumental processes* konstruks *Job relevance* ini adalah komponen penentu yang dapat memberikan pertimbangan pada seseorang atas layanan tersebut memiliki kesesuaian dengan pekerjaan atau sebaliknya, jika suatu layanan tersebut kurang sesuai dengan pekerjaan maka penggunaan dari layanan tersebut tidak intens. Berikutnya ada *Output quality* yaitu jika output yang diberikan memiliki dampak besar bagi penggunaannya maka akan semakin banyak minat dalam menggunakan layanan tersebut. Konstruks *result demonstrability* akan dapat langsung dirasakan oleh pengguna, apakah hasil dari penggunaan layanan tersebut memberikan dampak yang bagus atau malah sebaliknya, maka jika dampak yang diberikan dari penggunaan layanan tersebut positif pengguna akan bertambah loyal namun sebaliknya jika dampak yang dirasakan negative penggunaan mungkin akan berkurang. Sedangkan *Perceived ease of use* yaitu jika semakin sedikit usaha yang digunakan sistem, semakin banyak yang tertarik untuk menggunakannya serta besar peluang untuk meningkatkan kinerja kerja., *perceived*

ease of use dibentuk dan berevolusi secara konseptual berbeda dari dan juga saling melengkapi dengan *social influence* dan *cognitive Instrumental processes* (Venkatesh & Davis, 2000).

Pada penelitian ini peneliti menambahkan satu variabel pendukung dari *technology acceptance model 2*, yaitu variabel *trust* yang dapat didefinisikan sebagai rasa percaya nasabah atas kinerja dari sebuah bank, yang kemudian menimbulkan perasaan aman atas produk-produk dari perbankan tersebut. Dalam kata lain jika perusahaan / bank memberikan layanan yang baik maka nasabah atau pengguna akan merasakan perasaan aman dan hal tersebut akan menimbulkan *trust* diantara nasabah dengan bank ataupun pengguna dengan perusahaan penyedia layanan (Nurdin et al., n d). Jika perusahaan memberikan perasaan aman dan nyaman terhadap penggunaan maka hal tersebut dapat menimbulkan rasa kepercayaan (*trust*), seberapa lama teknologi tersebut bisa memberikan bantuan terhadap nasabah pada pelaksanaan transaksi semacam pembayaran atau pembelian via *mobile banking*. *Trust* ini kemudian menjadi variabel penguat dalam penelitian ini yang mana peneliti ingin mengetahui bagaimana hubungan di antara variabel *trust* dengan *perceived usefulness* dan *intention to use*.

Walaupun perkembangan teknologi terbilang pesat, namun hal ini tidak menjadikan perkembangan ini mudah diterima oleh seluruh masyarakat. Seperti pada masyarakat Yogyakarta yang terkenal akan budayanya yang masih dipertahankan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, Badan Pusat Statistika D.I Yogyakarta sendiri mencatat pada tahun 2022 sebanyak 70,37% dari jumlah penduduk di D.I Yogyakarta yang berusia lebih dari 5 tahun telah memiliki dan

menguasai *smartphone* dan kemudian menurut catatan dari badan pusat statistika D.I Yogyakarta menjelaskan tujuan penduduk D.I Yogyakarta yang berumur lebih dari 5 tahun menggunakan internet untuk mengakses hanya berada di angka 9,41% yang mana hal ini menunjukkan bahwa minat penduduk D.I Yogyakarta dalam mengakses fasilitas finansial masih rendah. Sehingga hal tersebut membuat peneliti ingin melihat bagaimana keputusan penerimaan nasabah BSI di D.I Yogyakarta dalam keputusan penggunaan BSI *mobile*.

Peneliti menggunakan beberapa variabel yang telah di jelaskan untuk mengetahui pengaruh TAM 2 terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* berdasarkan inkonsistennya variabel yang berada pada TAM 2 tersebut. Pada penelitian sebelumnya yang menggunakan TAM 2 masih banyak ditemukan hasil yang kurang konsisten pada variabelnya seperti penelitian yang dilakukan oleh (M.Iqbal et al, 2017) mengenai TAM 2 terhadap penggunaan *web e-ticketing* yang mana pada penelitian ini ditemukan hasil yang tidak signifikan pada *Output quality, job relevance, result demonstrability, dan perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness* hasil tidak signifikan juga ditemukan pada *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *intention to use*, selain itu hasil dari *intention to use* terhadap *usage behavior* ditemukan tidak signifikan. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mei-Ying wu, 2011) mengenai TAM 2 terhadap penggunaan web 2.0 yang mana pada penelitian ini hasil yang tidak signifikan hanya ditemukan pada variabel *image* terhadap *perceived usefulness*. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Davis et al, 1989) mengenai TAM ditemukan bahwa *subjective norm* tidak signifikan terhadap

perceived usefulness , hal ini juga ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh (Ngangi dan Santoso, 2019) mengenai TAM 2 terhadap CRM yang mana *subjective norm* tidak signifikan terhadap *perceived usefulness*.

Berdasarkan paparan latar belakang diatas dan mengenai ketidak konsistenan variabel pada TAM 2 maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Keputusan Nasabah Bank Syariah Indonesia dalam Menggunakan M-Banking (studi kasus nasabah BSI di Yogyakarta)”**

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang sudah disajikan sebelumnya, peneliti merumuskan rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *subjective norm* terhadap *perceived usefulness* nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* BSI ?
2. Bagaimana pengaruh *image* terhadap *perceived usefulness* nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* BSI ?
3. Bagaimana pengaruh *job relevance* terhadap *perceived usefulness* nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* BSI ?
4. Bagaimana pengaruh *output quality* terhadap *perceived usefulness* nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* BSI ? Bagaimana pengaruh *result demonstrability* terhadap *perceived usefulness* nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* BSI ?
5. Bagaimana pengaruh *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness* nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* BSI ?

6. Bagaimana pengaruh *trust* terhadap *perceived usefulness* nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* BSI?
7. Bagaimana pengaruh *trust* terhadap *intention to use* nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* BSI ?
8. Bagaimana pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use* nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* BSI ?
9. Bagaimana pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use* nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* BSI ?
10. Bagaimana pengaruh *intention to use* terhadap *usage behavior* nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* BSI ?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan pengaruh *subjective norm* terhadap *perceived usefulness* nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* BSI.
2. Untuk menjelaskan pengaruh *image* terhadap *perceived usefulness* nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* BSI. Untuk menjelaskan pengaruh *job relevance* terhadap *perceived usefulness* nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* BSI.

3. Untuk menjelaskan pengaruh *output quality* terhadap *perceived usefulness* nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* BSI.
4. Untuk menjelaskan pengaruh *result demonstrability* terhadap *perceived usefulness* nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* BSI.
5. Untuk menjelaskan pengaruh *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness* nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* BSI.
6. Untuk menjelaskan pengaruh *trust* terhadap *perceived usefulness* nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* BSI
7. Untuk menjelaskan pengaruh *trust* terhadap *intention to use* nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* BSI
8. Untuk menjelaskan pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use* nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* BSI.
9. Untuk menjelaskan pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use* nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* BSI.
10. Untuk menjelaskan pengaruh *intention to use* terhadap *usage behavior* nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* BSI.

D. MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, penulis berharap agar penelitian ini mampu memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait antara lain

1. Bagi Penulis, penelitian ini diharapkan menambah wawasan ilmu kepada penulis tentang pengaruh *technology acceptance model* terhadap pengaruh keputusan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking*
2. Bagi Akademisi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan mengenai pengaruh *technology acceptance model* terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking*, serta diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi penelitian selanjutnya.
3. Bagi Praktisi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sedikit kontribusi gambaran penjelasan mengenai pengaruh *technology acceptance model* terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking*.

E. SISTEMATIKA PENULISAN

Dalam penelitian ini, penulis hendak memaparkan sistematika pembahasan yang terdiri dari lima bab yang saling terikat. Sistematika pembahasan ini memberikan gambaran serta logika berpikir dalam penelitian. Adapun sistematika penulisan disusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pendahuluan yang berisikan penjelasan umum mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika pembahasan untuk mengetahui arah penulisan dalam penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai variabel-variabel yang diteliti, telaah pustaka, kerangka berfikir, dan hubungan antar variabel serta pengembangan hipotesis.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Bab ini memaparkan jenis dan sifat penelitian, populasi, sampel penelitian, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan Teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi karakteristik responden, hasil analisis serta pembahasan secara menyeluruh mengenai hasil temuan beserta implikasinya.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi saran penelitian dan keterbatasan penelitian. Bab ini juga dapat menjawab seluruh permasalahan yang ada melalui kesimpulan yang telah di dapat dari penelitian.

BAB V

PENUTUP

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis hipotesis dan pembahasan yang telah dijelaskan pada penjelasan sebelumnya, maka kita dapat menarik sebuah kesimpulan dari beberapa masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. *Subjective Norm* tidak berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness* nasabah Bank Syariah Indonesia dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking*. Hal ini menunjukkan bahwa orang yang dianggap berpengaruh dan penting bagi responden tidak memiliki pengaruh terhadap *perceived usefulness* yang dirasakan nasabah dalam bertransaksi menggunakan *BSI Mobile*.
2. *Image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness* nasabah Bank Syariah Indonesia dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking*. Yang mana dapat diketahui bahwa jika citra yang dihasilkan setelah menggunakan *Mobile Banking* mengalami peningkatan maka akan mempengaruhi peningkatan *perceived usefulness* yang dirasakan nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* pada Bank Syariah Indonesia.
3. *Job Relevance* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness* nasabah Bank Syariah Indonesia dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking*. Hal ini dapat menunjukkan bahwa semakin berpengaruh *Mobile Banking* dalam membantu

- pekerjaan sehari-hari maka akan meningkatkan *perceived usefulness* yang dirasakan nasabah dalam bertransaksi menggunakan BSI *Mobile*.
4. *Output Quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness* nasabah Bank Syariah Indonesia dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking*. Yang mana dapat diketahui bahwa kualitas layanan dalam *Mobile Banking* sangat berpengaruh terhadap *perceived usefulness* yang dirasakan nasabah dalam bertransaksi menggunakan BSI *Mobile*.
 5. *Result Demonstrability* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness* nasabah Bank Syariah Indonesia dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking*. Yang mana ini menunjukkan bahwa hasil dari bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* akan dapat mempengaruhi *perceived usefulness* yang dirasakan nasabah Bank Syariah Indonesia untuk menggunakan layanan BSI *Mobile*.
 6. *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *Perceived Usefulness* nasabah Bank Syariah Indonesia dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking*. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam penggunaan fitur *Mobile Banking* akan sangat berpengaruh terhadap manfaat yang dirasakan nasabah dalam menggunakan BSI *Mobile*.
 7. *Trust* memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Perceived Usefulness* nasabah Bank Syariah Indonesia dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking*. Yang mana menunjukkan bahwa

kepercayaan nasabah memiliki pengaruh positif terhadap manfaat yang dirasakan nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* namun tidak berpengaruh secara signifikan.

8. *Trust* memiliki pengaruh negative dan tidak signifikan terhadap *Intention to Use* nasabah Bank Syariah Indonesia dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking*. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah Bank Syariah Indonesia dalam bertransaksi menggunakan *BSI Mobile*.
9. *Perceived ease of use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use* nasabah Bank Syariah Indonesia dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking*. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan yang diberikan dalam layanan *Mobile Banking* akan meningkatkan minat nasabah dalam bertransaksi menggunakan *BSI Mobile*.
10. *Percived usefulness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use* nasabah Bank Syariah Indonesia dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking*. Yang mana menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile*.
11. *Intention to use* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *Usage behavior* nasabah Bank Syariah Indonesia dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking*. Hal ini menunjukkan bahwa minat

menggunakan dapat mempengaruhi kebiasaan penggunaan nasabah Bank Syariah Indonesia dalam bertransaksi menggunakan BSI *Mobile*.

b. Implikasi Penelitian

Sesuai dengan penjelasan pada sebelumnya, dapat kita jelaskan beberapa implikasi baik secara teoritis maupun praktik atau kebijakan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Secara teori, hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan acuan literatur yang informatif dan ilmiah bagi pembaca dan sebagai bahan pedoman bagi penelitian berikutnya mengenai dengan *Technology Acceptance Model 2 (TAM 2)*, Kepercayaan, dan minat dalam menggunakan *Mobile Banking*.
2. Secara praktik atau kebijakan, hasil dari penelitian ini bisa memberikan manfaat kepada para pemangku kebijakan khususnya dalam hal ini adalah Bank Syariah Indonesia. Berdasarkan hasil dalam penelitian ini dapat menunjukkan beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam bertransaksi menggunakan layanan *Mobile Banking*.

c. Keterbatasan Penelitian dan Saran

Keterbatasan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Meskipun pada setiap kabupaten dan kota di D.I Yogyakarta memiliki perwakilan namun pada kabupaten gunung kidul dan kulonprogo memiliki jumlah perwakilan responden paling sedikit. Hal ini dikarenakan jumlah KCP di kedua kabupaten tersebut tidak sebanyak dengan KCP di 3 kabupaten lainnya.

2. Tidak semua nasabah Bank Syariah Indonesia menggunakan layanan *Mobile Banking*, karena beberapa nasabah sengaja hanya menyimpan uangnya di Bank Syariah Indonesia.
3. Variabel yang digunakan pada penelitian ini belum mencakup semua variabel yang berada pada TAM 2.

Sehingga, saran untuk penelitian selanjutnya yaitu meliputi :

1. Meratakan jumlah reponden pada setiap kabupaten atau kota, lebih aktif mencari tahu data nasabah pada setiap kabupaten supaya responden yang didapatkan memiliki pesebaran yang merata.
2. Peneliti selanjutnya dapat lebih spesifik lagi dalam mencari responden sehingga akan lebih mempermudah dalam mengolah data yang ada.
3. Penelitian yang akan datang mungkin dapat menggunakan seluruh variabel yang berada pada TAM 2 dan juga mungkin dapat menambahkan variabel lainnya yang dapat berpengaruh terhadap *intention to use* contohnya seperti variabel resiko.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, F. (2018). Faktor - faktor yang mempengaruhi minat menggunakan mobile banking pada mahasiswa UMY surakarta.
- Ahmad, M. (2018). Review of The Technology Acceptance Model in Interne Banking and Mobile Banking. *Interntional Journal of Information and digital convergence*.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). A bayesin analysis of atribution processes. *Psychological Bullein*, 261 - 277.
- Alhabsy, M. I., Sulitiowati, & Sutomo, E. (2017). Analisis penerimaan website e-ticketing menggunakan TAM 2 pada perusahaan KAHA tour and travel. *JSKIA*.
- Alsamydai, & Jasim, M. (2014). Adaptation of the TAM to the use of mobile banking services. *Interantional Review of Management and Busniness Research*.
- Alwahaishi, S., & Snasel, V. (2013). Modeling the determinats affecting consumers acceptance and use of informatian and communcations technology. *International Journal of E-Adoption*, 25 - 39.
- Amiruddin. (2021). Amanah dalam perspektif al-quran. *Jurnal Mudarrisuna : media kajian pendidikan agama islam*.
- APJII. (n.d.). *APJII*. Retrieved November 20, 2022, from APJII.or.id: <https://apjii.or.id/>
- Aqiilah, R. i. (2022, March 26). *Kompasiana*. Retrieved from Kompasiana.com: <https://www.kompasiana.com/rojaaitsniaqiilah4861/623e38ed274a7a78a57b3d74/perilaku-konsumen-yang-baik-sebagai-seorang-muslim-dan-indahnyaberbagi#:~:text=Allah%20swt%20berfirman%20pada%20QS,%2Dtengah%20antara%20yang%20demikian.%22>

- Atmosudirjo, P. (1982). *Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Becker, E. A., & Gibson, C. (1998). Fisbein and ajzen theory of reasoned action : accurate prediction of behavioral intention for enrolling in dIstance education courses. *Adult Education Quarterly*, 43- 55.
- BPS. (2023). *BPS Yogyakarta*. Retrieved November 20, 2022, from BPS Yogyakarta: <https://yogyakarta.bps.go.id/>
- BSI. (2020). *BSI Mobile*. Retrieved Maret 7, 2023, from BSI: <https://bsimobile.co.id/>
- BSI Mobile*. (2020). Retrieved Mei 6, 2023, from BSImobile.co.id: <https://bsimobile.co.id/>
- Davis, & D, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information technology. *JSTOR*.
- Dianita, I., Irawan, H., & Mulya, S. (2021). Peran bank syariah indonesia dalam pembangunan ekonomi nasional. *Jurnal lembaga keuangan ekonomi dan bisnis islam*.
- Dirwan. (2022). Keputusan nasabah menggunakan mobile banking dari sisi kemudahan, manfaat, dan kenyamanan. *Jurnal of management & business*.
- Gradianto, R. A. (2023, March 1). *Bola.com*. Retrieved from Bola.com: <https://www.bola.com/ragam/read/5220487/pengertian-perkembangan-teknologi-dan-berbagai-contohnya>
- Harahap, S. Y., wahyuni, S. S., & Indriyani, K. N. (2023). Pendidikan teknologi dalam Al-Quran. *Jurnal pendidikan tambusai*.
- Hasan, Y. (2016). A critical review of models and theories in field of individual acceptance of technology. *International Journal of Hybrid Information Technology*, 143 - 158.

- Hastini, Y. L., Fahmi, R., & Lukito, H. (2020). Apakah pembelajaran menggunakan teknologi dapat meningkatkan literasi pada generasi Z di Indonesia. *Jurnal manajemen informatika*.
- Hur, W. M., & Min, B. K. (2011). Trust and TAM in online shopping: an integrated model. *Journal of Business Research*.
- Irawati, T., Rimawati, E., & Ariloka, N. (2022). Penggunaan metode technology acceptance model (TAM) dalam analisis sistem informasi Alista (Application of Logistic and Supply Telkom Akses). *Accounting Information System and Information Technology Business Enterprise*, 106 - 120.
- K, K., & H.C, M. (2022). Time spent on separating waste is never wasted: fostering people recycling behavior through the use of a mobile application. *Elsevier*.
- Karim, & Abdul, M. (2018). Pengaruh penerimaan sistem pembayaran Go-pay menggunakan TAM terhadap intensitas penggunaan layanan gojek. *UII Repository*.
- Kurniawati, A. H., Agus, w., & Arif, A. (2017). Analisis minat menggunakan mobile banking dengan pendekatan TAM yang telah dimodifikasi. *e - journal ekonomu dan bisnis akuntans*, 24 - 29.
- Latif, & Sari, C. (2018). Minat individu terhadap penggunaan mobile banking : pendekatan TAM. *Universitas Brawijaya Repository*.
- Lee, Sangwon, P., & Seunghee. (2009). Extending the technology acceptance model with perceived enjoyment, trust, and self-efficacy in the adoption of e - commerce websites. *Communications of the Korean Institute of Information Scientists and Engineers*.
- lin, L. H., Sung, H. Y., & Lin, T. C. (2015). Trust in online vendor and its impact on the intention to use e - commerce. *Social Behavior and Personality : an international journal*.

- Liu, Y., Huang, Y., & Yang, B. (2017). The impact of website quality on customer satisfaction and purchase intentions : evidence from chinese online visitors. *Journal of Electronic Commerce Resesarch*.
- Mardatila, A. (2021, Maret 30). *Merdeka.com*. Retrieved from Merdeka.com: <https://www.merdeka.com/sumut/sejarah-perkembangan-smartphone-dari-masa-ke-masa-kln.html>
- Marikyan, D., & Papagiannidis. (2022). Technology acceptance model. *TheoryHub Book*.
- Masrom, & Maslin. (2007). Technology acceptance and e learning.
- Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). Development of an instrument to measure the perceptions of adopting an information technology innovation. *Mangement sciences*.
- Nasir, A., & Suhendi. (2018). Penerapan pengelolaan transaksi keuangan menggunakan modul accounting and finance ODOO 10 studi kasus yayasana SDIT bahrul fikri. *Jurnal Informatika Terpadu*.
- Ngangi, S., & Santoso, A. (2019). Customer acceptance analysis of customer relationship management CRM system in automotive company using TAM 2. *Indonesia Journal of Information system*.
- Nuraini, N. (2022, Maret 22). *Surat Al-alaq ayat 1-5 beserta isi kandungannya, pesan untuk belajar ilmu pengetahuan*. Retrieved Mei 6, 2023, from merdeka.com: <https://www.merdeka.com/trending/surah-al-alaq-ayat-1-5-beserta-isi-kandungannya-pesan-untuk-belajar-ilmu-pengetahuan-kln.html>
- OJK. (n.d.). *OJK*. Retrieved Maret 7, 2023, from OJK: <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/Pages/Perbankan-Syariah.aspx>
- Pertiwi, F., & Adhivinna, V. V. (2014). Pengaruh risiko, manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan internet

- banking di yogyakarta (studi kasus pada nasabah bank mandiri). *Jurnal akuntansi dan manajemen*.
- Pradana, R., & Suryanti, E. (2019). Analysis of factor affecting edmodo adoption as learning media using technology acceptance model 2 (TAM 2). *IPTEK Journal*.
- Rahayu, & Sugih, I. (2015). Minat nasabah menggunakan mobile banking dengan menggunakan kerangka TAM. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*.
- Rahmawati, & Ariska, N. (2018). Pengaruh keputusan nasabah untuk menggunakan fasilitas mobile banking dalam standar pelayanan di PT BRI syariah cabang Pekanbaru. *Al hikmah*.
- Rastati, R. (2018). Media literasi bagi digital natives : perspektif generasi z di jakarta. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 63.
- Robinson. (2014). Dekonstruksi makna transaksi dalam akuntansi suatu pendekatan idealisme syariah Islam. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*.
- Shawabkeh, S., & Dmour, H. (2019). The influence of perceived usefulness, perceived ease of use and perceived trust on mobile banking adoption among jordanian bank customers. *International Journal of Business and Information*.
- Solomon, & R., M. (2015). *Consumer behavior , Buying, Having and being*. United state: Pearson Education.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susan, A., Alan, R., & Venkatesh, V. (2010). Predicting collaboration technology use: integrating technology adoption and collaboration research. *Journal of Mangement Information Systems*.

- Susanto, A. (2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan internet masyarakat desa pasar IV kwalanamu, deli serdan sumatera utara. *Jurnal Penelitian Pos dan Informatika*.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical extension of the technology acceptance model: four longitudinal field studies. *Management science*, 186 - 204.
- Vivian, S. (2020). Pengaruh brand image dan gaya hidup hedonis terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z pada produk starbuck. *Jurnal transaksi*, 52.
- Widiastuti, B. (2010). Studi tentang Intensitas penggunaan E - Banking oleh nasabah BCA kantor cabang utama Semarang.
- wu, M. Y., Chou, H. P., weng, Y. C., & Huang, Y. H. (2011). TAM 2 based study of website user behavior - using Web 2.0 websites an example. *WSEAS TRANSACTIONS on BUSINESS and ECONOMICS*.
- Yudhi w, N. R. (2015). Pengaruh minat individu terhadap penggunaan M-Banking model kombinasi TAM dan TPB. *Jurnal Informasi*.
- Zafar, U., Faheem, M., & Ahmad, N. (2021). The impact of trust on adoption of Mobile Banking : Evidence from Pakistan. *Journal of Open Innovation : Technology, Market and Complexity*.