

**DETERMINAN NIAT PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*
PADA BANK SYARIAH DI DIY
(Studi Kasus Pengguna dan Calon Pengguna *M-Banking* pada
Bank Syariah di Kalangan Generasi Z)**



SKRIPSI

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

DISUSUN OLEH:

HAFIDUDDIN

19108030111

DOSEN PEMBIMBING:

Dr. H. MUH. YAZID AFANDI, M.Ag.

NIP. 19720913 200312 1 001

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

2023

**DETERMINAN NIAT PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*
PADA BANK SYARIAH DI DIY
(Studi Kasus Pengguna dan Calon Pengguna *M-Banking* pada
Bank Syariah di Kalangan Generasi Z)**



SKRIPSI

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

DISUSUN OLEH:

HAFIDUDDIN

19108030111

DOSEN PEMBIMBING:

Dr. H. MUH. YAZID AFANDI, M.Ag.

NIP. 19720913 200312 1 001

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

2023



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-1300/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : DETERMINAN NIAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING PADA BANK SYARIAH DI DIY (Studi Kasus Pengguna dan Calon Pengguna M-Banking pada Bank Syariah di Kalangan Generasi Z)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : HAFIDUDDIN
Nomor Induk Mahasiswa : 19108030111
Telah diujikan pada : Jumat, 18 Agustus 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. Mukhamad Yazid Afandi, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 64e840ca0af96



Penguji I
Sunarsih, S.E., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 64e831a6c5904



Penguji II
Hilmy Baroroh, S.E.I., M.E.K
SIGNED

Valid ID: 64e808e1ac8db



Yogyakarta, 18 Agustus 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 64e86a986b936

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Hafiduddin

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di – Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa Skripsi saudara:

Nama : Hafiduddin

NIM : 19108030111

Judul Skripsi : Determinan Niat Penggunaan *M-Banking* Syariah di DIY (Studi Kasus Pengguna dan Calon Pengguna *M-Banking* Bank Syariah di Kalangan Generasi Z).

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Prodi Manajemen Keuangan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam ilmu ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut agar segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 1 Agustus 2023
Pembimbing


Dr. H. Muh. Yazid Afandi, M.Ag.
NIP. 19720913 200312 1 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hafiduddin

NIM : 19108030111

Jurusan/Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul “**Determinan Niat Penggunaan M-Banking Syariah di DIY (Studi Kasus Pengguna dan Calon Pengguna M-Banking Bank Syariah di Kalangan Generasi Z)**” 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 terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi dan dipergunakan sebagaimana seperlunya.

Yogyakarta, 1 Agustus 2023

Penyusun



Hafiduddin

NIM. 19108030111

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIK**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hafiduddin
NIM : 19108030111
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

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

“Determinan Niat Penggunaan *M-Banking* pada Bank Syariah di DIY (Studi Kasus Pengguna dan Calon Pengguna *M-Banking* pada Bank Syariah di Kalangan Generasi Z)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola, dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Yogyakarta
Pada tanggal: 1 Agustus 2023



(Hafiduddin)

HALAMAN MOTTO

“Apapun yang menjadi takdirmu, akan mencari jalannya menemukanmu.”

(Ali bin Abi Thalib)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur kehadiran Allah SWT dan shalawat serta salam yang selalu tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Kedua orang tua yang saya cintai dan saya sayangi, Alm. Bapak Muklis dan Ibu yang telah mencurahkan seluruh tenaga dan pikirannya dalam mendukung saya menyelesaikan pendidikan ini.

Terima kasih kepada Bapak Dr. H. Muh. Yazid Afandi, M.Ag selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa membimbing dan memberi arahan kepada saya. Ketegasan dan kedisiplinan menjadi hal yang istimewa bagi saya ketika menyelesaikan tugas akhir ini.

Terima kasih kepada teman-teman yang telah mendukung dan menghibur saya ketika melalui proses pendidikan ini.

Terima kasih kepada Almamater UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan saya kesempatan dan ruang belajar.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penulisan 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

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	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	Ḥa	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	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	a
ـِ	Kasrah	I	i
ـُ	Dammah	U	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـِـيَ...	Fathah dan ya	Ai	a dan u
ـِـوَ...	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

- كَتَبَ kataba

- فَعَلَ fa`ala

- سُئِلَ suila

- كَيْفَ kaifa

- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...أ...ى	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
...ى	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
...و	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah / al-madīnatul
munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu

- شَيْعٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majreḥā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn / Alhamdu lillāhi
rabbi l `ālamīn
- الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar- rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru
jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penyusun panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat-Nya berupa iman, Islam, kesehatan dan kesempatan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan adanya. Sholawat serta salam tak lupa senantiasa penyusun sanjungkan kepada kekasih seluruh umat manusia yaitu Muhammad SAW yang penulis harapkan syafaat darinya di *yaumul qiyamah* nanti.

Adapun penelitian ini berjudul **“Determinan Niat Penggunaan M-Banking Syariah di DIY (Studi Kasus Pengguna dan Calon Pengguna M-Banking Bank Syariah di Kalangan Generasi Z)”**. Sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Sejak awal penyusunan penelitian ini tentu tidak terlepas dari sumbangsih dari berbagai pihak baik secara materiil maupun non-materil. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini sudah sepatutnya penyusun mengucapkan terimakasih dan rasa hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil Al Makin., MA selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta jajarannya.
3. Bapak Dr. H. M. Yazid Afandi, M.Ag., selaku Kaprodi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) yang telah banyak memberikan arahan dan masukan dalam penelitian ini.
4. Bapak Dr. Abdul Qoyum, S.E.I., M.Sc.Fin. selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang menuntun saya ketika melakukan studi di UIN Sunan Kalijaga.
5. Seluruh dosen program studi Manajemen Keuangan Syariah serta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah ikhlas

memberikan ilmu serta pengalaman pengetahuannya kepada penyusun selama masa perkuliahan.

6. Seluruh karyawan tata usaha umum yang telah membantu selama kegiatan perkuliahan baik teknis maupun non-teknis di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Keluarga tercinta, Alm. Bapak Muklis dan Ibu serta saudara Anwar Ibrahim yang telah membantu penyusun dengan memberikan dukungan moral maupun material serta do'a yang selalu meyertai penyusun, sehingga penyusunan berjalan dengan baik. Tidak lupa juga adik tercinta saya Faaiza Farah Nur Aini yang telah memberikan do'a dan semangatnya untuk membantu pendidikan penyusun.
8. Tim acapella Alfa Voice Faris, Reyhand, Towil, dan Aan yang telah menemani dan menghibur selama proses pendidikan di Yogyakarta.
9. Sahabat-sahabat istimewa; Azellia Fara Zulfina, Zendy, Lucky, Ashar, Shinta, Imas, Hani, Wina, Bagus, dan Nigita yang telah mendukung dan menjadi teman di kala senang dan sulit.
10. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan do'a, motivasi, dan yang telah terlibat dalam penyusunan tugas akhir ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Saya sebagai penulis menyadari masih jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi saya dan juga pihak-pihak yang nantinya tertarik dengan informasi penelitian ini.

Yogyakarta, 1 Agustus 2023

Penyusun



Hafiduddin

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
KATA PENGANTAR	xvii
DAFTAR ISI.....	xix
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiii
ABSTRAK.....	xxiv
ABSTRACT.....	xxv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	12
A. Landasan Teori	12
1. <i>The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT</i> 2) 12	
2. Ekspektasi Kinerja (<i>Performance Expectancy</i>).....	13
3. Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>).....	15
4. Motivasi Hedonisme (<i>Hedonic Motivation</i>)	15
5. <i>Theory of Reasoned Action (TRA)</i>	16
6. <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	16
7. Religiusitas.....	17

8.	<i>M-banking</i>	21
9.	Niat Menggunakan <i>M-Banking</i> Syariah	23
B.	Kajian Pustaka	24
C.	Pengembangan Hipotesis	27
D.	Kerangka Pemikiran	31
BAB III METODE PENELITIAN.....		33
A.	Desain Penelitian	33
B.	Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	33
C.	Populasi dan Sampel	37
D.	Data, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan	39
E.	Metode Pengujian Hipotesis.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		45
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	45
B.	Analisis Deskriptif.....	45
C.	Hasil Penelitian.....	48
1.	Uji Outer Model.....	48
2.	Uji <i>Inner Model</i>	53
D.	Pembahasan	56
BAB V PENUTUP.....		61
A.	Kesimpulan.....	61
B.	Keterbatasan dan Saran	62
1.	Keterbatasan Penelitian.....	62
2.	Saran	63
DAFTAR PUSTAKA		64
LAMPIRAN		I
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		XI

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Variabel Dependen.....	34
Tabel 3. 2 Variabel Independen	35
Tabel 3. 3 Skala Likert	40
Tabel 4. 1 Jumlah Sampel	45
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	46
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	47
Tabel 4. 4 Domisili Responden	48
Tabel 4. 5 Uji Validitas Konvergen dengan Loading Factor	49
Tabel 4. 6 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	50
Tabel 4. 7 Uji Validitas Diskriminan	51
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas	52
Tabel 4. 9 Hasil Uji <i>R Square</i>	53
Tabel 4. 10 Hasil <i>Q square</i>	54
Tabel 4. 11 Hasil Uji Hipotesis	55
Tabel 4. 12 <i>Effect Size</i>	55



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4. 1 Usia Responden.....	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Kuesioner	I
Lampiran 2 Output Kuesioner.....	IV
Lampiran 3 Hasil Analisis WarpPLS.....	IX



ABSTRAK

Saat ini pola perilaku masyarakat cenderung beralih menjadi *cashless society* yaitu dengan melakukan transaksi finansial namun dapat memanfaatkan layanan teknologi digital perbankan yang efektif, efisien, dan aman didukung serta diawasi langsung oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Sehingga pada penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji apakah determinasi niat menggunakan *mobile banking* syariah dengan terdiri dari ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, motivasi hedonisme, dan religiusitas sebagai determinan untuk memprediksi *intention to use* penggunaan *M-Banking* syariah. Metodologi yang digunakan yaitu *Structural Equation Model Partial Least Square* (SEM) dengan basis *Partial Least Square* (PLS). Adapun data sampel yang digunakan yaitu 111 pengguna dan calon pengguna m-banking bank syariah dari kalangan Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa yang dapat mempengaruhi niat menggunakan *m-banking* syariah yaitu hanya motivasi hedonisme, sedangkan ekspektasi kinerja, pengaruh sosial dan religiusitas tidak berpengaruh pada niat menggunakan m-banking.

Kata Kunci: *Behavioral Intention, Mobile Banking, Perilaku Konsumen*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

In this era, people's behavior patterns tend to shift to a cashless society, namely by conducting financial transactions but can utilize digital banking technology services that are effective, efficient safe, supported, and directly supervised by the Financial Services Authority (OJK). So this study aims to improve whether the determination of intention to use Islamic mobile banking consists of performance expectations, social influence, hedonistic motivation, and religiosity as determinants for predicting intentions to use Islamic M-Banking. The methodology used is Structural Equation Model Partial Least Square (SEM) with Partial Least Square (PLS) basis. The sample data used are 111 users and prospective users of Islamic bank m-banking from Generation Z. The results show that what can influence the intention to use m-banking is only hedonism motivation, while performance expectations, social influences, and religion do not affect intentions. using m-banking.

Keywords: *Behavioral Intention, Mobile Banking, Consumer Behavior*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Baru-baru ini, teknologi telah berkembang pesat. Manfaat perkembangan teknologi dapat kita rasakan di dalam kehidupan sehari-hari. Kegiatan yang dahulu begitu sulit dan memerlukan usaha besar untuk dilakukan, kini begitu mudah dan menjadi hal yang biasa. Dengan berkembangnya teknologi, perusahaan pada sektor perbankan meresponnya dengan memberikan pelayanan kemudahan akses informasi untuk nasabahnya (Sari & Bagana, 2022). Pinjaman, pembayaran, dan transfer lintas batas adalah beberapa segmen yang paling terpengaruh oleh perkembangan ini (Cortina & Schmukler, 2018).

Peningkatan regulasi pada sistem perbankan tradisional setelah masa krisis keuangan global yang terjadi pada tahun 2008, dikombinasikan dengan akses yang lebih besar pada teknologi informasi memungkinkan generasi baru perusahaan dalam memberikan layanan keuangan. Perilaku masyarakat cenderung berubah menuju *cashless society* pada dekade ini. Individu memiliki kemampuan untuk memanfaatkan layanan perbankan digital yang efisien, efektif, dan aman dari segi teknologi. Layanan ini mendapat dukungan dan pengawasan langsung dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sehingga memungkinkan mereka untuk melakukan transaksi keuangan tanpa perlu membawa uang tunai dalam jumlah besar.

Berbagai fasilitas perbankan disiapkan untuk para nasabah guna menjamin kemudahan transaksi, fleksibilitas waktu, kenyamanan, dan

keamanan dalam menggunakan fasilitas tersebut. Salah satu fasilitas di sektor perbankan yang sedang digalakkan oleh Bank Indonesia selaku regulator adalah kehadiran *m-banking* untuk mengakomodir *trend* dan kebiasaan di masyarakat modern. Layanan *m-banking* ini disiapkan oleh bank atau lembaga keuangan lainnya guna memungkinkan pelanggan atau nasabahnya melakukan transaksi jarak jauh menggunakan perangkat seluler mereka seperti ponsel pintar (*smartphone*) dan juga *tablet* (Inayah, 2018). Salah satu keunggulan utama mobile banking adalah aksesibilitas yang tinggi. Pelanggan dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja tanpa perlu mengunjungi cabang fisik. Ini memberikan fleksibilitas yang luar biasa bagi individu yang memiliki gaya hidup yang sibuk atau tinggal di daerah terpencil. Selain itu, mobile banking juga telah membantu mendorong inklusi keuangan di daerah yang sulit dijangkau oleh infrastruktur perbankan konvensional.

Menurut data dari OJK, pengguna *e-banking* di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun 2012 yakni sebesar 13,6 juta nasabah, meningkat menjadi 50,4 juta nasabah pengguna *e-banking* pada tahun 2016 atau mengalami peningkatan sebesar 270% (Yani et al., 2018). Selain itu menurut Katadata yang dikutip oleh (A. F. Riza, 2019) data dari *Institute for Development of Economics and Finance* (INDEF) tahun 2018 menunjukkan bahwa sebesar 41% dari frekuensi transaksi perbankan dilakukan melalui *m-banking*. Hal ini menunjukkan bahwa transaksi digital perbankan meningkat hampir tujuh kali lipat dibandingkan tahun 2010.

Menurut penelitian yang dipublikasikan dalam jurnal "*Mobile Banking Adoption: A Literature Review*" oleh Shaikh dan Karjaluoto (2015), adopsi *mobile banking* memiliki dampak positif yang signifikan pada perilaku perbankan konsumen. Studi ini mengungkapkan bahwa penggunaan *mobile banking* berhubungan erat dengan peningkatan kepuasan nasabah, efisiensi waktu, dan perasaan kendali atas keuangan pribadi. Selain itu, fitur keamanan yang terus ditingkatkan dan teknologi otentikasi ganda telah memberikan kepercayaan tambahan kepada pengguna dalam menggunakan layanan ini.

Bank syariah pertama berdiri di Indonesia adalah Bank Muamalat dan mulai beroperasi sejak tahun 1992. Pertumbuhan jumlah bank di Indonesia tentunya juga diiringi dengan jumlah pelanggan yang terus meningkat, namun pertumbuhan tersebut belum optimal. Hal ini dilihat pada tingkat *market share* perbankan syariah yang masih dibawah 6% karena lambatnya pertumbuhan *market share* dari 5,33% pada tahun 2016 menjadi 5,7% pada tahun 2018. Pertumbuhan yang lambat ini karena beberapa hal. Hal utama yang menjadi penyebab lambatnya pertumbuhan perbankan syariah adalah daya saing perbankan syariah yang belum setara dengan perbankan konvensional. Untuk memberikan kepuasan nasabah, bank syariah juga perlu menggunakan prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya (Purnama et al., 2021). Oleh karena itu, jika bank syariah tidak berjalan sebagaimana prinsip yang telah ditetapkan maka akan tercipta pengalaman transaksi online yang tidak menyenangkan pada bank syariah.

Industri keuangan Islam di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang positif. Berdasarkan data *the State of the Global Islamic Economy* pada tahun 2019, nasabah Bank Syariah mencapai 12 juta dengan nilai pasar mencapai 20 miliar USD. Namun tingkat literasi keuangan syariah masih rendah apabila dibandingkan dengan keuangan konvensional. Tingkat literasi keuangan di Yogyakarta sebesar 9,45%, angka tersebut termasuk tinggi jika dibandingkan dengan tingkat literasi keuangan syariah nasional yang mencapai 13,77% dari seluruh penduduk Indonesia (Alex Fahrur Riza & Hafizi, 2019). Dengan perkembangan teknologi digital perbankan saat ini, terdapat peluang untuk mengatasi permasalahan rendahnya literasi keuangan mengenai keuangan syariah di Yogyakarta.

Ketika seseorang menggunakan teknologi, pengguna tersebut mengharapkan kinerja yang baik pada *developer* atau penyedia layanan dari teknologi yang digunakan. Hal tersebut dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sankaran & Chakraborty (2021) yang menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *mobile banking* di India. Semakin baik kinerja yang ditunjukkan oleh suatu teknologi akan memudahkan pengguna dan meningkatkan niat konsumen. Namun berbeda dengan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Owusu Kwateng et al. (2019) menemukan bahwa ekspektasi kinerja tidak berpengaruh signifikan pada adopsi penggunaan *mobile banking*.

Menurut Alfansi & Daulay (2021) pengaruh sosial adalah cara pengguna berpikir dan memandang seseorang yang mempengaruhinya dalam

menggunakan suatu teknologi. Dalam konteks *mobile banking*, persepsi lingkungan sosialnya yaitu keluarga, teman, dan *influencer* yang menggunakan *mobile banking*. Hal tersebut lazim terjadi di masyarakat yang mengikuti sesuatu yang digunakan oleh orang di sekitarnya atau biasa disebut “ikut-ikutan”. Khan & Mahmood (2022) dalam penelitiannya menemukan bahwa pengaruh sosial dapat berpengaruh signifikan dalam adopsi teknologi perbankan. Sedangkan Upadhyay et al. (2022) menemukan hal yang berbeda bahwa pengaruh sosial tidak berpengaruh pada adopsi *mobile payment* penelitian dari Hal tersebut menarik dibahas sehingga menjadi variabel dalam penelitian ini.

Perasaan senang ketika seorang individu menggunakan suatu teknologi disebut dengan motivasi hedonisme (Alfansi & Daulay, 2021). Fasilitas yang baik dan lengkap memungkinkan seseorang akan senang dan menikmati ketika menggunakannya. Venkatesh et al. (2012) menemukan bahwa motivasi hedonisme memiliki pengaruh pada niat untuk menggunakan teknologi. Sebaliknya, Mufingatun et al. (2020) menemukan bahwa motivasi hedonisme tidak berpengaruh signifikan pada penerimaan *mobile banking*.

Gita & Janet (2013) menemukan bahwa nilai-nilai umum keislaman seperti halal/haramnya produk, kejujuran, kemanusiaan, dan kepedulian pada kegiatan keagamaan seperti sholat memberikan persepsi penerimaan yang lebih positif pada pelayanan yang diberikan kepada konsumen muslim di Indonesia. Selanjutnya hasil penelitian Dali & Mas’ud (2014) menyimpulkan religiusitas individu pada kepuasan pelanggan tidak identik untuk semua individu. Oleh

karena itu, untuk memastikan bahwa model dapat digunakan jika dibedakan sesuai tingkat religiusitas. Dapat dikatakan tingkat religiusitas seseorang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan (Purnama, 2020). Penelitian yang dikaji oleh Sukardani et al. (2018) menjelaskan bahwa kelas menengah muslim yang saat ini aktif dengan jiwa religiusitas dalam aktivitas sosial, keluarga, dan ekonomi berperan aktif dalam menciptakan tren gaya hidup yang sesuai dengan ajaran agama Islam atau yang disebut gaya hidup halal.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Suhartanto et al. (2020), tingkat religiusitas seseorang mampu mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan *Islamic mobile banking*. Namun berbeda dengan hasil penelitian dari Salim et al., (2022) yang menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh namun tidak signifikan terhadap niat menggunakan produk perbankan syariah. Demikian pula penelitian oleh Berakon et al. (2023) menemukan bahwa religiusitas tidak mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan aplikasi *halal tourism*.

Berkaitan dengan *mobile banking* yang harus mengandalkan internet dalam pemakaiannya, generasi Z menjadi generasi yang selalu siap beradaptasi dengannya. Generasi Z bertumbuh dan berkembang seiring dengan digitalisasi di berbagai aspek (Christiani & Ikasari, 2020). Menurut Christiani dan Ikasari (2020) Generasi Z ahli dalam mengoperasikan berbagai media teknologi dan memiliki karakter unik *multi-tasking* yang membedakan dengan generasi sebelumnya. Generasi Z menjadi kelompok demografi terbesar di dunia (Hootsuite, 2022) yang jika dipahami pengaruhnya terhadap dunia digital akan

membantu *brand* untuk meraih keunggulan kompetitif di masa kini dan masa depan (Axcell & Ellis, 2023). Dikutip dari Forbes (2022) bahwa Generasi Z mencakup hingga 40% pengguna ponsel di Dunia. Maka dengan itu generasi Z menjadi perhatian dalam penelitian ini terkait dengan niatnya kepada penggunaan *mobile banking* Bank Syariah.

Penelitian ini menggunakan tiga variabel ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, dan motivasi hedonisme yang berlandaskan teori UTAUT 2 serta menambahkan satu variabel tambahan yaitu religiusitas. Penyusun menggunakan tiga variabel UTAUT 2 karena ketiganya merupakan faktor yang memengaruhi niat menggunakan *mobile banking* yang relevan untuk diteliti pada lingkungan peneliti. Kemudian religiusitas dimasukkan sebagai salah satu variabel independen karena Bank Syariah melekat pada agama Islam yang Umatnya diwajibkan untuk selalu hidup dalam koridor syariah, sehingga variabel religiusitas relevan dengan penelitian ini.

Dibandingkan dengan penelitian terdahulu, terdapat perbedaan pada penelitian ini. Pertama, penelitian ini berfokus pada layanan teknologi *mobile banking* syariah. Kedua, ditambahkannya religiusitas sebagai variabel independen. Ketiga, penelitian ini diambil dengan subjek yang berbeda yaitu nasabah Bank Syariah yang masuk dalam kategori generasi Z dan diambil di Daerah Istimewa Yogyakarta sehingga bisa mendapatkan hasil dan kesimpulan yang berbeda. Hasil yang berbeda-beda pada penelitian terdahulu menunjukkan inkonsistensi sehingga penelitian ini mengambil celah terhadapnya.

Berdasarkan latar belakang, fenomena, data-data, serta teori yang sudah ada dan didukung oleh beberapa penelitian terdahulu, maka peneliti ingin mengetahui faktor-faktor yang mampu meningkatkan niat penggunaan *m-banking* bank syariah. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**DETERMINAN NIAT PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* PADA BANK SYARIAH DI DIY (STUDI KASUS PENGGUNA DAN CALON PENGGUNA M-BANKING PADA BANK SYARIAH DI KALANGAN GENERASI Z)**”.

B. Rumusan Masalah

Uraian informasi latar belakang menginformasikan bagaimana masalah dirumuskan, yaitu sebagai berikut :

1. Apakah ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap niat menggunakan *m-banking* Syariah di kalangan gen Z?
2. Apakah pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat menggunakan *m-banking* Syariah di kalangan gen Z?
3. Apakah motivasi hedonisme berpengaruh terhadap niat menggunakan *m-banking* Syariah di kalangan gen Z?
4. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap niat menggunakan *m-banking* Syariah di kalangan gen Z?

C. Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan permasalahan di atas, berikut adalah tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini :

1. Menganalisis pengaruh ekspektasi kinerja terhadap niat menggunakan *m-banking* Syariah di kalangan gen Z
2. Menganalisis pengaruh dari pengaruh sosial terhadap niat menggunakan *m-banking* Syariah di kalangan gen Z
3. Menganalisis pengaruh dari motivasi hedonisme terhadap niat menggunakan *m-banking* Syariah di kalangan gen Z
4. Menganalisis pengaruh dari religiusitas terhadap niat menggunakan *m-banking* Syariah di kalangan gen Z

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan dan memberikan manfaat memperoleh manfaat pada pihak-pihak terkait sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran terkait penggunaan *m-banking* bank syariah dan dapat dijadikan sebagai referensi informasi serta pertimbangan bagi penelitian-penelitian berikutnya.

2. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan membuka jalan untuk pengembangan sistem yang terdapat pada fasilitas *m-banking*. Penelitian ini juga diharapkan membantu Bank Syariah untuk menentukan strategi berikutnya dalam menarik nasabah agar menggunakan teknologi *mobile banking* miliknya.

3. Bagi Masyarakat

Dari penelitian ini, diharapkan memberikan wawasan masyarakat terhadap *m-banking* bank syariah, sehingga mendapat atensi yang lebih untuk menabung serta menggunakan *m-banking* bank syariah.

E. Sistematika Penelitian

Bab I Pendahuluan, bab ini memberikan gambaran latar belakang tentang fenomena dan permasalahan awal yang mendasari penelitian ini, yang kemudian disusun menjadi rumusan masalah. Rumusan masalah akan dijawab dalam tujuan penelitian dan kegunaan atau manfaat dari penelitian yang dilakukan. Selanjutnya pembahasan sistematis yang menggambarkan tahapan-tahapan yang menguraikan arah penelitian akan dibahas dalam sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis, pada bab ini penulis akan mendeskripsikan teori-teori yang relevan dengan penelitian dan menyertakan hasil penelitian serupa yang sebelumnya dapat dijadikan acuan

dalam penelitian ini. Penyajian teori bertujuan untuk mengembangkan hipotesis dan kerangka penelitian. Teori yang disajikan adalah teori UTAUT (*The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) dan modifikasi teori TPB (*Theory Planned Behaviour*). Selain itu, bab ini juga mencakup tinjauan pustaka, pengembangan hipotesis, dan kerangka pemikiran.

Bab III Metode Penelitian, bab ini akan menjelaskan ruang lingkup penelitian, metode penelitian yang akan digunakan, jenis dan teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, definisi operasional variabel dan teknik analisis data.

Bab IV Analisis dan Pembahasan, dalam bab ini akan disajikan jawaban dari pertanyaan yang dimuat dalam rumusan masalah yang merupakan hasil penelitian dari pengolahan data serta interpretasi dan analisis hasil penelitian yaitu statistik deskriptif dan pengujian hipotesis pada variabel Ekspektasi Kinerja, Pengaruh Sosial, Motivasi Hedonisme, dan Religiusitas terhadap niat menggunakan *m-banking* syariah.

Bab V Penutup, bab ini akan menjelaskan kesimpulan yang diambil dari jawaban rumusan masalah dan pembahasan dari hasil analisis secara empiris dalam penelitian ini serta terdapat saran/rekomendasi yang disampaikan oleh penulis kepada pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan *Structural Equation Model Partial Least Square* (SEM) dengan basis *Partial Least Square* (PLS) dan menggunakan aplikasi Warp-PLS menyimpulkan bahwa dari keempat variabel independen ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, motivasi hedonisme, dan religiusitas yang memiliki pengaruh terhadap *intention to use* hanya ada satu variabel yaitu variabel motivasi hedonisme. Sedangkan variabel ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap *intention to use* penggunaan *mobile banking* syariah di DIY.

Variabel motivasi hedonisme berpengaruh terhadap variabel niat menggunakan *m-banking* syariah. karena diduga ketika menggunakan *m-banking* syariah, individu merasakan enjoy dan fitur yang ada pada *m-banking* syariah tidak membosankan. Hasil ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh El-Masri & Tarhini (2017), Tarawneh et al. (2021), (Nguyen et al., 2020) dan Marpaung et al. (2021).

Variabel ekspektasi kinerja tidak berpengaruh dalam niat menggunakan *m-banking* syariah, ini berarti bahwa persepsi seseorang tentang seberapa membantu *m-banking* syariah terhadap suatu pekerjaan tidak mempengaruhi niatnya untuk menggunakan teknologi tersebut. Selain itu, hal ini bisa disebabkan karena responden dalam penelitian ini dinilai kurang merasakan

kemudahan yang ditawarkan oleh *m-banking* syariah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Owusu Kwateng et al. (2019).

Variabel pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap variabel niat menggunakan. ini menunjukkan bahwa lingkungan setiap individu tidak mempengaruhi individu tersebut untuk berkeinginan menggunakan *m-banking* syariah. Hal ini terjadi dikarenakan situasi pandemi Covid-19 yang berlaku dan kebutuhan yang melekat untuk memulai transaksi tanpa kontak. Sejalan dengan penelitiannya Owusu Kwateng et al. (2019) dan Upadhyay et al. (2022) yang menandakan bahwa pengaruh sosial tidak memiliki pengaruh dalam niat menggunakan *mobile payment*.

Variabel religiusitas tidak berpengaruh pada variabel niat menggunakan *m-banking* syariah. Besarnya tingkat religiusitas seseorang belum tentu membuatnya menggunakan *m-banking* syariah. Hasil ini mendukung hasil penelitian dari Kasri & Sosianti (2023) dan Berakon et al., (2023) yang menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh pada niat seorang individu untuk menggunakan suatu teknologi.

B. Keterbatasan dan Saran

1. Keterbatasan Penelitian

- a. Adanya keterbatasan kemampuan dan tenaga peneliti serta waktu penelitian
- b. Model penelitian hanya mencapai niat penggunaan, belum mencapai perilaku penggunaan.

- c. Jumlah responden yang hanya 111 pengguna *m-banking* syariah Daerah Istimewa Yogyakarta, sehingga masih kurang untuk bisa menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.

2. Saran

- a. Bagi Akademisi dan Ilmu Pengetahuan

Dalam penelitian ini, penyusun mendapati bahwa studi yang telah dikerjakan masih memiliki banyak kekurangan di dalamnya. Pada penelitian selanjutnya, penyusun menyarankan untuk menguji kembali pengaruh variabel ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, dan religiusitas pada niat menggunakan *m-banking* syariah dengan subjek penelitian yang lebih luas.

- b. Bagi Bank Syariah atau Penyedia Layanan *M-Banking Syariah*

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, Bank syariah hendaknya lebih meningkatkan fitur-fitur yang lebih memudahkan masyarakat dalam menyelesaikan transaksi menggunakan *m-banking* syariah. Kemudian memprioritaskan fitur yang membuat nasabah *enjoy* ketika menggunakan aplikasi *m-banking* syariah sehingga meningkatkan penggunaannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. <https://doi.org/10.47985/dcidj.475>
- Albarracin, D., & Ajzen, I. (2007). Predicting and changing behavior: The reasoned action approach. In *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*. <https://doi.org/10.4324/9780203838020>
- Alfansi, L., & Daulay, M. Y. I. (2021). Factor affecting the use of e-money in millennial generation: Research model UTAUT 2. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 14(1), 109–122. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v14i1.8212>
- Axcell, S., & Ellis, D. (2023). Exploring the attitudes and behaviour of Gen Z students towards branded mobile apps in an emerging market: UTAUT2 model extension. *Young Consumers*, 24(2), 184–202. <https://doi.org/10.1108/YC-03-2022-1491>
- Bawono, A., & Oktaviani, M. F. R. (2016). Analisis Pemahaman, Produk, dan Tingkat Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Menjadi Nasabah Bank Syariah Cabang Salatiga. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(1), 29. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v7i1.29-53>
- Berakon, I., Wibowo, M. G., Nurdany, A., & Aji, H. M. (2023). An expansion of the technology acceptance model applied to the halal tourism sector. *Journal of Islamic Marketing*, 14(1), 289–316. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2021-0064>
- Bharata, W., & Widyaningrum, P. W. (2020). Analisis Penerimaan Teknologi Mobile Banking Terhadap Use Behavior Melalui Pendekatan Model Utaut 2 (Studi Pada Nasabah KCU BCA Malang). *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 139. <https://doi.org/10.25273/capital.v3i2.6080>
- Christiani, L. C., & Ikasari, P. N. (2020). Generasi Z dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi dalam Perspektif Budaya Jawa. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 4(2), 84–105.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/C2013-0-10517-X>
- Cortina, J. J., & Schmukler, S. L. (2018). Research & Policy Briefs. *The Fintech Revolution : A Threat to Global Banking?*, 4. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/516561523035869085/pdf/125038-REVISED-A-Threat-to-Global-Banking-6-April-2018.pdf>
- Dali, N., & Mas'ud, A. (2014). The Impact of Professionalism, Locus of Control, and Job Satisfaction on Auditors Performance: Indonesian Evidence. *International Journal of Business and Management Invention*, 3(10), 63–73.

- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- El-Masri, M., & Tarhini, A. (2017). Factors affecting the adoption of e-learning systems in Qatar and USA: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2). *Educational Technology Research and Development*, 65(3), 743–763. <https://doi.org/10.1007/s11423-016-9508-8>
- Fan, X., & Wang, L. (1998). Effect of potential confounding factors on fit indices and parameter estimates for true and misspecified models. *Educational and Psychological Measurement*, 58, 701–735.
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A. G., & Buchner, A. (2007). G*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, 39(2), 175–191. <https://doi.org/10.3758/BF03193146>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behaviour: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley Publishing Company.
- Forbes. (2022). *Understanding the differences in mobile app use across generations*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2022/01/12/understanding-the-differences-in-mobile-app-use-across-generations/?sh=42eaa34d1d18>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gibson. (2010). *Religiusitas Culture*. Erlangga.
- Gita, G., & Janet, C. (2013). How Do Muslim Consumers Perceive Service Quality. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistic*, 25(3), 472–490.
- Goh, T. T., Suki, N. M., & Fam, K. (2014). Exploring a consumption value model for Islamic mobile banking adoption. *Journal of Islamic Marketing*, 5(3), 344–365. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2013-0056>
- Gupta, K. P., Manrai, R., & Goel, U. (2019). Factors influencing adoption of payments banks by Indian customers: extending UTAUT with perceived credibility. *Journal of Asia Business Studies*, 13(2), 173–195. <https://doi.org/10.1108/JABS-07-2017-0111>
- Hair, Joe F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hair, Joseph F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publication, Los Angeles.

- Hair, Joseph F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). Review of Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook. In *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal* (Vol. 30, Issue 1). <https://doi.org/10.1080/10705511.2022.2108813>
- Hair, Joseph F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Handayani, T., & Suidiana, S. (2015). Analisis Penerapan Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi (Studi Kasus: Sistem Informasi Akademik Pada STTNAS Yogyakarta). *Angkasa: Jurnal Ilmiah Bidang Teknologi*, 7(2), 165. <https://doi.org/10.28989/angkasa.v7i2.159>
- Hasiara, L. O., & Hasim, M. (2019). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA MENGGUNAKAN ELECTRONIC MONEY. *Jurnal Akuntansi Multi Dimensi (Jamdi)*, 2(2), 142–148.
- Hertanto, E. (2017). Perbedaan_Skala_Likert_Lima_Skala_Dengan. In *Metodologi Penelitian*, 2. (Issue September, pp. 2–3).
- Hootsuite. (2022). *Digital 2022 global overview report*. Hootsuite. <https://hootsuite.widen.net/s/gqprmtzq6g/digital-2022-global-overview-report>
- Inayah, N. (2018). *Model Perilaku Penggunaan Mobile Banking di Bank Syariah*.
- Jogiyanto. (2009). *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*.
- Ju, Y., Park, S., & Lim, E. (2018). Factors Influencing Preservice Teachers ' Intention to Use Technology : TPACK , Teacher Self-efficacy , and Technology Acceptance Model Published by: International Forum of Educational Technology & Society Linked references are available on JSTOR for thi. *International Forum of Educational Technology & Society*, 21(3), 48–59.
- Kasri, R. A., & Sosianti, M. W. (2023). Determinants of the Intention To Pay Zakat Online: the Case of Indonesia. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 9(2), 21098. <https://doi.org/10.21098/jimf.v9i2.1664>
- Kejela, A. B., & Porath, D. (2022). Influence of attitude on mobile banking acceptance and factors determining attitude of end-users in Ethiopia. *Journal of Internet and Digital Economics*, 2(1), 68–88. <https://doi.org/10.1108/jide-08-2021-0007>
- Khan, M. M., & Mahmood, W. (2022). Technology Adoption in Pakistani Banking Industry using UTAUT. *International Journal of Information Technology and*

- Computer Science*, 14(1), 32–42. <https://doi.org/10.5815/ijitcs.2022.01.04>
- Krismadinata, Arnovia, Y., Syahril, & Yahfizham. (2018). Kontribusi Ekspektasi Kinerja, Usaha, Faktor Sosial dan Fasilitas terhadap Sikap Operator Sistem Informasi. *Jurnal Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 4(1), 044–052.
- Lee, K. C., & Chung, N. (2009). Understanding factors affecting trust in and satisfaction with mobile banking in Korea: A modified DeLone and McLean's model perspective. *Interacting with Computers*, 21(5–6), 385–392. <https://doi.org/10.1016/j.intcom.2009.06.004>
- Luky, M. R. (2016). Minat Berinvestasi Di Pasar Modal : Aplikasi Theory Planned Behaviour Serta Persepsi Berinvestasi Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2), 20–40.
- Marpaung, F. K., Dewi, R. S., Grace, E., Sudirman, A., & Sugiati, M. (2021). Behavioral Stimulus for Using Bank Mestika Mobile Banking Services: UTAUT2 Model Perspective. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 1(2), 61–72. <https://doi.org/10.52970/grmapb.v1i2.68>
- Migliore, G., Wagner, R., Cechella, F. S., & Liébana-Cabanillas, F. (2022). Antecedents to the Adoption of Mobile Payment in China and Italy: an Integration of UTAUT2 and Innovation Resistance Theory. *Information Systems Frontiers*, 2099–2122. <https://doi.org/10.1007/s10796-021-10237-2>
- Mishra, D., Akman, I., & Mishra, A. (2014). Theory of Reasoned Action application for Green Information Technology acceptance. *Computers in Human Behavior*, 36, 29–40. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.03.030>
- Mufingatun, M., Prijanto, B., & Dutt, H. (2020). Analysis of factors affecting adoption of mobile banking application in Indonesia: an application of the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT2). *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 12(2), 88. <https://doi.org/10.26740/bisma.v12n2.p88-105>
- Nguyen, T. T., Nguyen, H. T., Mai, H. T., & Tran, T. T. M. (2020). Determinants of digital banking services in Vietnam: Applying utaut2 model. *Asian Economic and Financial Review*, 10(6), 680–697. <https://doi.org/10.18488/journal.aefr.2020.106.680.697>
- Nopiani, N. K. R., & Putra, I. M. P. D. (2021). Penerapan Model UTAUT 2 untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(10), 2621. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i10.p17>
- Noviyanti, R. (2019). *Factors Influencing to The Fisherman's Competency in Banten Bay Using Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Nurfauzan, J. A., & Priyono, A. (2022). Analisis TAM dan TPB dalam Penerimaan Aplikasi Perdagangan Saham Seluler (Mobile) di Kalangan Investor di Indonesia. 01(04), 79–96.

- Nurmaeni, R., Hasanah, S., & Widowati, M. (2020). Analisis Pengaruh Hedonisme, Religiusitas, Motivasi, dan Promosi terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Pt Bank Bri Syariah, Tbk Kantor Cabang Pembantu Majapahit Semarang). *Jurnal Tabarru: Islamic Banking and Finance*, 3(2), 303–312.
- Owusu Kwateng, K., Osei Atiemo, K. A., & Appiah, C. (2019). Acceptance and use of mobile banking: an application of UTAUT2. *Journal of Enterprise Information Management*, 32(1), 118–151. <https://doi.org/10.1108/JEIM-03-2018-0055>
- Panggali, R. G., & Baridwan, Z. (2013). MINAT INDIVIDU TERHADAP PENGGUNAAN INTERNET BANKING: PENDEKATAN MODIFIED THEORY OF PLANNED BEHAVIOR. *Minor Thesis*, 4(1), 88–100.
- Pramiyati, T., Jayanta, J., & Yulnelly, Y. (2017). Peran Data Primer Pada Pembentukan Skema Konseptual yang Faktual (studi kasus: Skema Konseptual Basis data Simbumil). *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8(2), 679.
- Purnama, S. (2020). The Role Of Religiosity And Online Transaction Experience To The Satisfaction And Loyalty Of Customer To Sharia Banking. *International Journal Of Creative Research And Studies*, 4(1).
- Purnama, S., Sukmasari, A., & Panjaitan, R. (2021). Peranan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi Dalam Hubungan Pengalaman Bertransaksi Online Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi : Journal of Economic*, 12(01), 68–76. <https://doi.org/10.47007/jeko.v12i01.4096>
- Riza, A. F. (2019). Digital Banking Bank Syariah dan Start-Up Fintech Syariah: Peluang Kolaborasi untuk Meningkatkan Inklusi Keuangan Syariah. *Call for Paper Seminar Nasional Riset Kebijakan Perbankan OJK*.
- Riza, Alex Fahrur, & Hafizi, M. R. (2019). Customers attitude toward Islamic mobile banking in Indonesia: Implementation of TAM. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 1(2), 75–84. <https://doi.org/10.20885/ajim.vol1.iss2.art1>
- Salim, F., Arif, S., & Devi, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah: Studi Pada Mahasiswa FAI Universitas Ibn Khaldun Bogor Angkatan 2017-2018. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(2), 226–224.
- Sankaran, R., & Chakraborty, S. (2021). Factors Impacting Mobile Banking in India: Empirical Approach Extending UTAUT2 with Perceived Value and Trust. *IIM Kozhikode Society & Management Review*, 232020682097521. <https://doi.org/10.1177/2320206820975219>
- Sari, A. E. M., & Bagana, B. D. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang

- Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking. *JURNAL ILMIAH KOMPUTERISASI AKUNTANSI*, 15(2), 299–307.
- Savić, J., & Pešterac, A. (2019). Antecedents of mobile banking: UTAUT model. *The European Journal of Applied Economics*, 16(1), 20–29. <https://doi.org/10.5937/ejae15-19381>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Method for Business: A Skill Building Approach. In *United States: John Wiley & Sons Inc.* (7th ed.).
- Shaikh, A. A., & Karjaluo, H. (2015). Mobile banking adoption: A literature review. *Telematics and Informatics*, 32(1), 129–142. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2014.05.003>
- Sinha, M., Majra, H., Hutchins, J., & Saxena, R. (2019). Mobile payments in India: the privacy factor. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 192–209. <https://doi.org/10.1108/IJBM-05-2017-0099>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suhartanto, D., Dean, D., Ismail, T. A. T., & Sundari, R. (2020). Mobile banking adoption in Islamic banks: Integrating TAM model and religiosity-intention model. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1405–1418. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2019-0096>
- Sukardani, P. S., Setianingrum, V. M., & Wibisiono, A. B. (2018). Halal lifestyle: Currents Trends in Indonesian Market. *Social Science, Education, and Humanities Research*, 226, 334–339.
- Syahrum, & Salim. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Citapustaka Media.
- Tan, E., & Leby Lau, J. (2016). Behavioural intention to adopt mobile banking among the millennial generation. *Young Consumers*, 17(1), 18–31. <https://doi.org/10.1108/YC-07-2015-00537>
- Tarawneh, M., Nguyen, L. T. P., & Fie, Y. (2021). Mobile banking adoption and usage among Generation Y Malaysians. *F1000Research*, 10(May), 1–19. <https://doi.org/10.12688/f1000research.73459.1>
- Tugiman, T., Herman, H., & Yudhana, A. (2022). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Model Utaut Untuk Evaluasi Sistem Pendaftaran Online Rumah Sakit. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 9(2), 1621–1630. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v9i2.2227>
- Upadhyay, N., Upadhyay, S., Abed, S. S., & Dwivedi, Y. K. (2022). Consumer adoption of mobile payment services during COVID-19: extending meta-UTAUT with perceived severity and self-efficacy. *International Journal of Bank Marketing*, 40(5), 960–991. <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2021-0262>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3),

425–478.

- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2016). Unified theory of acceptance and use of technology: A synthesis and the road ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 17(5), 328–376. <https://doi.org/10.17705/1jais.00428>
- Widyanto, H. A., & Sitohang, I. A. T. (2022). Muslim millennial's purchase intention of halal-certified cosmetics and pharmaceutical products: the mediating effect of attitude. *Journal of Islamic Marketing*, 13(6), 1373–1394. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2020-0117>
- Wong, K. K. (2013). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS*.
- Yani, E., Lestari, A. F., Amalia, H., & Puspita, A. (2018). Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model. *Jurnal Informatika*, 5(1), 34–42. <https://doi.org/10.31311/ji.v5i1.2717>

