

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MENGUNAKAN *INTERNET BANKING* BSI DENGAN PENDEKATAN
*TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)***



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

**OLEH:
KHAIRANI RIZKA ZULAS
NIM: 21208011016**

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2023**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MENGUNAKAN *INTERNET BANKING* BSI DENGAN PENDEKATAN
TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)**



TESIS

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

OLEH:

KHAIRANI RIZKA ZULAS

NIM: 21208011016

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

PEMBIMBING:

Prof. Dr. MISNEN ARDIANSYAH, SE, M.Si., Ak., CA., ACPA

NIP: 19710929 200003 1 001

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2023**

HALAMAN PENGESAHAN TESIS



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-1374/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN
INTERNET BANKING BSI DENGAN PENDEKATAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE*
MODEL (TAM)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : KHAIRANI RIZKA ZULAS, S.E
Nomor Induk Mahasiswa : 21208011016
Telah diujikan pada : Rabu, 16 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

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

Valid ID: 64eeef7a035d09



Penguji I

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

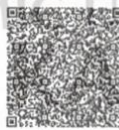
Valid ID: 64ee1e6d99685



Penguji II

Dr. Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi., M.M
SIGNED

Valid ID: 64ee24506f42



Yogyakarta, 16 Agustus 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Valid ID: 64eeec5e4b6c02

HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

Hal: Tesis Saudari Khairani Rizka Zulas

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di – Yogyakarta

Assalamualaikum, Wr.Wb.

Setelah Membaca, meneliti memberikan petunjuk dan mengeroksi serta menanyakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa tesis saudara:

Nama : Khairani Rizka Zulas

NIM : 21208011016

Judul Tesis : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *Internet Banking*

Sudah dapat di ajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar magsiter dalam Ilmu ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar tesis saudara tersebut dapat segera dimunaqsyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 11 Agustus 2023
Pembimbing



Prof. Dr. Misnen Ardiaansyah, SE, M.Si.,
AK., CA., ACPA

NIP: 19710929 200003 1 001

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamualaikum, Wr.Wb.

Saya Yang Bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Khairani Rizka Zulas
NIM :21208011016
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Tesis

Menyatakan bahwa tesis saya yang berjudul “ **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *Internet Banking***” adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri. Bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang dirujukdan disebutkan dalam body note dan daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini penulis buat agar dapat dimaklumi dan dipergunakan sebagaimana perlunya.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 11 Agustus2023



Hormat Saya

Khairani Rizka Zulas

STATE ISLAMIC UNIV
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS

AKHIR

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

Nama : Khairani Rizka Zulas
NIM : 21208011016
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Tesis

Dengan pengembangan ilmu pengetahuan, karya ilmiah saya yang berjudul:

“ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *Internet Banking*”

Dengan ini menyatakan bahwa sanggup untuk menerbitkan Tesis Ke Jurnal yang tersitasi Standar DOAJ (*Directory Of Open Acces Journals*). Guna memenuhi salah satu syarat Ujian Tugas Akhir/Tesis di Program Studi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 11 Agustus 2023

Penulis



Khairani Rizka Zulas

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN MOTTO

Hidup adalah tentang beralih kejalan yang berbeda. Mau tidak mau, kau harus
menghadapi kenyataan yang ada dihadapanmu.

-Kang Dong Joo; dr.Romantic



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN



Puji syukur kehadirat Allah SWT serta doa dan dukungan orang-orang tercinta hingga akhirnya tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.

Tesis ini saya persembahkan kepada:

Kedua Orang tuaku tercinta (Abah Zulkarnain, S.P dan Bunda Asmaul Husna, S.P., S.Pd)

Terima kasih atas segala doa, motivasi, nasehat, cinta dan kasih sayang yang tak pernah memudar termakan usia serta terima kasih atas dukungan moril juga materil yang tak terhingga.

Adiku tersayang Lailatul Maghfirah Zulas dan Afifah Syahirah Zulas yang selalu memberikan dukungan dan doa.

Kepada teman-teman angkatan wabil khusus Kelas A Magister Ekonomi Syariah
Tempat berbagi cerita dan pengalaman sehingga menghasilkan banyak pembelajaran

Serta untuk Almamater saya UIN Sunan Kalijaga.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum WaRahamatullahi WaBarakatuh

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, Segala puji bagi Allah SWT, tesis dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *Internet Banking* BSI dengan pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*” ini dapat diselesaikan dengan baik.

Adapun tesis ini disusun untuk memenuhi persyaratan tugas akhir studi dan sebagai syarat untuk memperoleh gelar strata dua Program Studi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini masih banyak kelemahan dan kekurangan sehubungan dengan keterbatasan dan kemampuan penulis. Oleh karena itu, sebagai perbaikan penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca. Meskipun begitu, berkat dukungan, bantuan, bimbingan dan perhatian dari berbagai pihak tesis ini dapat diselesaikan.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan arahan, bimbingan, dukungan baik tenaga, moral dan spiritual yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan tesis ini dengan baik. Oleh karena itu, perkenankan penulis untuk mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil Al Makin, S.Ag., M.A selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc. selaku Ketua Prodi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dan Sekretaris Prodi, Bapak Joko Setyono, SE., M.Si.
4. Bapak Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, SE, M.Si., Ak., CA., ACPA selaku dosen pembimbing Tesis saya yang berkenan meluangkan waktu, pikiran dan tenaganya untuk membimbing dan mengarahkan saya tanpa kenal lelah.

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu yang tak terhingga kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Seluruh pegawai staf tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, khususnya Ibu Herin Ratnaningsih, S.Pd., M.Pd.
7. Orangtua penulis, Abah Zulkarnain S.P dan Ibunda Asmaul Husna, S.P., S.Pd yang memberikan segala bentuk dukungan kepada penulis. Kasih sayang, doa, dukungan, moril dan materil untuk keberlangsungan pendidikan penulis.
8. Adik-adik yang juga turut mendoakan kelancaran pendidikan penulis dan kelancaran penyusunan tesis ini, Lailatul Maghfirah Zulas dan Afifah Syahirah Zulas. Serta keluarga besar Razali Umar Family's dan keluarga besar Syahbuddin Hamid.
9. Teman-teman seperjuangan saya, yang sudah banyak membantu saya berbagi ide, informasi, dukungan dan semangat, khususnya teman-teman tongkrongan muslim kemana-kemana (Ilham JP, masduqi, Itsbad, Madu, Kulsum, Lestari, Kak Muna, Sarmila, dan Kak Iga) terima kasih atas dukungan, kesediaan untuk berbagi informasi dan pikirannya dan terimakasih sudah bersabar terus menerus ditanyai oleh penulis mengenai proses pengurusan tesis ini dan juga kepada teman-teman lain yang sama-sama sedang menyusun tesis dan saling dukung, saling menyemangati dengan penulis.
10. Teman-Teman Seperjuangan lainnya, mahasiswa Magister Ekonomi Syariah angkatan 2021. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tesis ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih banyak atas segala bantuannya.

Yogyakarta, 11 Agustus 2023

Hormat saya,



Khairani Rizka Zulas
NIM. 21208011016

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN TESIS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN TESIS	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
ABSTRAK	xix
ABSTRACT	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
E. Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA	14
A. Landasan teori	14
1. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	14
2. <i>Persepsi Kemudahan</i>	18
3. <i>Persepsi Manfaat</i>	19
4. <i>Persepsi Risiko</i>	21
5. <i>Perlindungan Privasi</i>	22
6. <i>Kepercayaan</i>	26
7. <i>Minat</i>	27
8. <i>Internet Banking</i>	29
B. Kajian Pustaka	30
C. Pengembangan Hipotesis	36
D. Kerangka Konseptual	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
1. <i>Desain penelitian</i>	42
2. <i>Populasi dan Sampel</i>	43
a. <i>Populasi</i>	43

b. Sampel.....	43
3. Jenis dan Pengumpulan Data.....	44
a. Data primer.....	44
b. Data sekunder.....	45
4. Definisi Operasional Variabel.....	45
5. Instrumen Penelitian.....	47
6. Teknik Analisis Data.....	48
a. Evaluasi Model.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
B. Karakteristik Responden.....	55
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah/ Domisili.....	57
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	58
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	59
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	60
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan.....	61
C. Deskripsi Data Penelitian.....	62
1. Persepsi Kemudahan.....	62
2. Persepsi Manfaat.....	63
3. Persepsi Risiko.....	64
4. Perlindungan Privasi.....	64
5. Kepercayaan.....	65
D. Hasil Penelitian.....	66
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	66
2. Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	70
E. Pembahasan.....	77
1. Pengaruh Persepsi kemudahan Menggunakan <i>Internet banking</i> di Pulau Jawa.....	77
2. Pengaruh Persepsi Manfaat Menggunakan <i>Internet banking</i> di Pulau Jawa.....	79
3. Pengaruh Persepsi Risiko Menggunakan <i>Internet banking</i> di Pulau Jawa.....	81
4. Pengaruh Perlindungan Privasi Menggunakan <i>Internet banking</i> di Pulau Jawa.....	83
5. Pengaruh Kepercayaan Menggunakan <i>Internet banking</i> di Pulau Jawa.....	86
BAB V PENUTUP.....	89
A. Kesimpulan.....	89
B. Keterbatasan dan Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN.....	103

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi operasional.....	45
Tabel 3.2 Penilaian skala likert	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	58
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	59
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	60
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	60
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan.....	61
Tabel 4.8 Persepsi Kemudahan	62
Tabel 4.9 Persepsi Manfaat	63
Tabel 4.10 Persepsi Risiko	64
Tabel 4.11 Perlindungan Privasi.....	64
Tabel 4.12 Kepercayaan.....	65
Tabel 4.13 Hasil Validitas Konvergen.....	67
Tabel 4.14 Hasil Validitas Diskriminan.....	68
Tabel 4.15 Hasil Reliabilitas Konsistensi Internal	69
Tabel 4.16 Hasil Uji Kolinearitas	71
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis	72
Tabel 4.18 Nilai Koefisien Determinasi (R^2)	74
Tabel 4.19 Nilai Effect Size (f^2)	75
Tabel 4.20 Nilai Predictive Relevance Q^2	76

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Technology Acceptance Model.....	17
Gambar 2. 2 Technology Acceptance Model 2 (TAM2).....	18
Gambar 2. 3 Kerangka Konseptual.....	41
Gambar 4. 1 Model Struktural (Outer Model)	66
Gambar 4. 2 Model Struktural (Inner Model)	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	103
Lampiran 2 Deskripsi Responden Penelitian	106
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden	108
Lampiran 4 Hasil Pengujian Outer Model	119
Lampiran 5 Hasil Pengujian Inner Model	119
Lampiran 6 Hasil Outer Model	120
Lampiran 7 Validitas Diskriminan	120
Lampiran 8 Composite Reability	121
Lampiran 9 R-Square	121
Lampiran 10 Path Coefficient	121
Lampiran 11 Uji Blindfolding	121
Lampiran 12 <i>Curriculum Vitae</i>	123



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Minat masyarakat Indonesia khususnya di Pulau Jawa dalam menggunakan layanan *internet banking* semakin rendah dibandingkan dengan pesatnya perkembangan dari penggunaan internet secara umum. Oleh karena itu, mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *internet banking* BSI sangat penting untuk penggunaannya dengan pendekatan *technology acceptance model* (TAM), diperluas dengan menambahkan variabel persepsi risiko, perlindungan privasi, dan kepercayaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif kausal untuk menentukan hubungan sebab-akibat antara variabel X dan Y, dengan menggunakan data primer. Data primer diperoleh langsung dari sumber pertama yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia melalui penyebaran kuesioner serta jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 230. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode *Partial Least Square-Structural Equation Model* (PLS-SEM) dengan dukungan dari perangkat lunak SmartPLS versi 3.0. Hasil ini mengonfirmasi model penerimaan TAM2 (persepsi kemudahan dan persepsi manfaat) berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking*. Sedangkan, variabel persepsi risiko, perlindungan privasi, dan kepercayaan tidak berpengaruh minat menggunakan *internet banking*.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, Perlindungan Privasi, Kepercayaan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

The interest of Indonesian society, especially in Java Island, in using internet banking services is decreasing compared to the rapid development of internet usage in general. Therefore, identifying the factors influencing the intention to use BSI internet banking is crucial for its adoption, utilizing the Technology Acceptance Model (TAM) approach, expanded by adding variables of risk perception, privacy protection, and trust. This research employs a quantitative causal approach to determine the cause-and-effect relationships between variables X and Y, using primary data. The primary data is directly obtained from the first source, namely customers of Bank Syariah Indonesia, through questionnaire distribution, with a total of 230 respondents in this study. The collected data is analyzed using the Partial Least Square-Structural Equation Model (PLS-SEM) method, supported by SmartPLS software version 3.0. The findings confirm that the TAM2 acceptance model (perceived ease of use and perceived usefulness) influences the intention to use internet banking. However, the variables of risk perception, privacy protection, and trust do not affect the intention to use internet banking.

Keywords: *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk, Privacy Protection, Trust.*



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank syariah adalah institusi perbankan yang didasarkan pada prinsip-prinsip hukum atau syariat Islam, dengan merujuk pada ajaran Al-Quran dan Hadis. Bank syariah beroperasi sesuai dengan ketentuan-ketentuan syariah Islam, terutama dalam hal transaksi bisnis, seperti menghindari praktik-praktik yang mengandung riba dan melakukan investasi berdasarkan bagi hasil pembiayaan (Umiyarzi *et al.*, 2022). Dalam dunia perbankan modern, bank syariah muncul sebagai alternatif yang semakin populer bagi individu yang menginginkan transaksi perbankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Suryani, 2012). Bank syariah menyediakan beragam produk dan layanan yang mengikuti prinsip-prinsip syariah (Maimun & Tzahira, 2022).

Indonesia memiliki beberapa bank syariah yang beroperasi. Salah satunya adalah Bank Syariah Indonesia (BSI). BSI merupakan bank syariah terbesar di Indonesia. Bank ini terbentuk melalui penggabungan tiga bank syariah milik negara, yaitu PT Bank Syariah Mandiri (BSM), PT Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS), dan PT Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS) (Ulfa, 2021). Dengan pertumbuhan ekonomi dan kesadaran masyarakat yang semakin meningkat terhadap keuangan syariah, Bank Syariah Indonesia berperan penting dalam memenuhi kebutuhan perbankan masyarakat Indonesia yang menginginkan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam

(Masruron & Nurul, 2021). Dalam upaya untuk terus berkembang dan memberikan layanan yang unggul, BSI terus berinovasi dan mengadopsi teknologi dalam menyediakan solusi perbankan yang modern dan mudah diakses oleh nasabahnya (Murfi & Suropto, 2020).

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang cepat telah mengalami perubahan dalam gaya hidup dan interaksi kita dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk di sektor keuangan (Adha *et al.*, 2020). Teknologi telah menjadi pendorong utama dalam transformasi industri perbankan, termasuk bank syariah, di era digital ini (Mutiasari, 2020). Peningkatan aksesibilitas internet dan penetrasi perangkat *mobile* telah membuka peluang baru bagi bank syariah untuk menyediakan layanan perbankan yang lebih efisien, inovatif, dan mudah diakses oleh nasabah. Bank syariah menggunakan kemajuan teknologi untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan pengalaman nasabah (Wulandari, 2023).

Teknologi telah memainkan peran penting dalam memfasilitasi layanan perbankan syariah, seperti *internet banking*, *mobile banking*, dan *digital payment* yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Nasabah bank syariah sekarang dapat melakukan transaksi perbankan seperti transfer dana, pembayaran tagihan, dan investasi secara online dengan mudah melalui platform digital (Trimulato *et al.*, 2022). Peran penting teknologi dalam mengamankan transaksi keuangan dan melindungi data pribadi nasabah. Bank syariah menggunakan teknologi keamanan canggih, seperti enkripsi data dan sistem deteksi kecurangan, untuk memastikan bahwa transaksi nasabah

dilakukan dengan aman dan privasi terjaga (Putrianda, 2023). Penggunaan teknologi juga telah memungkinkan bank syariah untuk memperluas layanan dan mencapai nasabah yang berada di daerah terpencil atau sulit dijangkau. Dengan adanya teknologi, bank syariah dapat menyediakan layanan perbankan kepada masyarakat yang sebelumnya sulit untuk mengakses layanan perbankan (Siska, 2022). Perkembangan teknologi juga memberikan peluang bagi bank syariah untuk melakukan inovasi dan pengembangan produk baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan nasabah. Bank syariah dapat mengintegrasikan teknologi ke dalam produk dan layanan mereka, seperti pembiayaan berbasis teknologi, *robo-advisory* untuk investasi, dan aplikasi keuangan berbasis syariah (Hasnita *et al.*, 2016).

Dalam era digital ini, bank syariah perlu terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar dapat tetap relevan dan memenuhi harapan nasabah. Inovasi teknologi terus mendorong kemajuan perbankan syariah dalam memberikan solusi perbankan yang lebih efisien, transparan, dan berdaya saing (Tartila & Asmuni, 2022). Bank syariah yang dapat mengadopsi teknologi dengan baik akan dapat memberikan pengalaman perbankan yang lebih baik dan memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin beragam dalam era digital ini (Alfian, 2023).

Dengan berkembangnya teknologi saat ini, akan tetapi ada salah satu layanan perbankan yang berbasis teknologi justru sudah jarang digunakan, layanan tersebut adalah *internet banking*. *Internet banking* adalah aktivitas perbankan yang menggunakan teknologi internet sebagai sarana untuk

melakukan transaksi dan memperoleh informasi lainnya melalui situs web yang dimiliki oleh bank (Irmayani & Muhamad, 2021). Kegiatan ini melibatkan penggunaan jaringan internet sebagai perantara antara nasabah dan bank, sehingga nasabah tidak perlu pergi ke kantor bank. Nasabah dapat menggunakan perangkat komputer desktop, laptop, atau PC yang terhubung ke internet untuk menghubungkan perangkat mereka dengan sistem bank (Tampubolon *et al.*, 2015). Hal ini dikarenakan layanan *Internet banking* merupakan layanan bank yang memungkinkan nasabah untuk mendapatkan informasi, berkomunikasi, dan melakukan transaksi perbankan menggunakan jaringan internet (Saputro & Sukirno 2013).

Rendahnya penggunaan *internet banking* yang diungkapkan oleh sharingvision.com (2022)¹. Mereka mengungkapkan penggunaan *internet banking* di Indonesia pada tahun 2022 hanya sekitar 26%. Temuan ini menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap penggunaan layanan tersebut masih kurang signifikan atau tergolong rendah. Temuan ini menandakan bahwa pesatnya perkembangan teknologi tidak sejalan dengan pesatnya penggunaan layanan *internet banking* (Abushanab & Pearson, 2007; Anouze & Alamro, 2020; Ben Mansour, 2016; Mohd Thas Thaker *et al.*, 2022; Patel & Patel, 2018; Rahi *et al.*, 2019). Penelitian mereka mengungkapkan ada beberapa faktor yang menyebabkan rendahnya penggunaan *internet banking*. Dari beberapa faktor tersebut beberapa penelitian mereka menggunakan teori TAM (*Technology Acceptance Model*) (Anouze & Alamro, 2020; Ben

¹ <https://sharingvision.com/insight/survey-2022-sharing-vision-mobile-banking-menjadi-primadona/> diakses pada 23 November 2022.

Mansour, 2016; Maharsi & Mulyadi, 2007; Saputro & Sukirno, 2013; Wahyuliza, 2015).

Teori TAM telah digunakan secara luas dalam berbagai konteks dan bidang untuk memahami penerimaan dan adopsi teknologi oleh pengguna (Marikyan & Papagiannidis, 2023). Teori TAM ini juga digunakan untuk penerimaan teknologi dalam perbankan (Waluyo, 2023). Venkatesh & Davis (2000) menjelaskan ada dua variabel utama dalam TAM, yaitu persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan. Kedua variabel dalam TAM ini telah terbukti mempengaruhi penerimaan seseorang terhadap teknologi perbankan seperti *internet banking* (Wijaya & Setiawan, 2022).

Persepsi kemudahan merupakan persepsi pengguna tentang sejauh mana teknologi itu mudah digunakan dan dipahami. Jika pengguna merasa teknologi mudah digunakan dan tidak memerlukan usaha yang berlebihan, maka mereka akan cenderung lebih menerima dan mengadopsi teknologi tersebut (Venkatesh & Davis, 2000). Persepsi kemudahan dalam teori TAM memiliki pengaruh langsung terhadap minat pengguna untuk menggunakan teknologi. Beberapa penelitian yang telah membuktikannya, seperti yang dilakukan oleh Asofta *et al.* (2022); Chaniago & Reviana (2022); Hanjadi *et al.* (2022); Harianto *et al.* (2021); Heryani *et al.* (2020); Rahmah *et al.* (2022); Ristiana & Widyastuti (2022) yang mengungkapkan adanya pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *internet banking*. Akan tetapi, beberapa penelitian justru menyimpulkan bahwa tidak ada hubungan antara persepsi kemudahan dan minat untuk menggunakan layanan *internet banking*

(Heryani *et al.*, 2020; Hotijah, 2021). Hal ini cukup beralasan karena, masyarakat saat ini lebih memilih menggunakan *M-banking* dari pada *internet banking*. Hal ini dikarenakan menggunakan *M-banking* cukup hanya menggunakan *smartphone* dan dapat digunakan dimanapun dan kapanpun.

Persepsi kemanfaatan merupakan persepsi pengguna tentang sejauh mana pengguna percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja atau produktivitas mereka dalam mencapai tujuan yang diinginkan (Venkatesh & Davis, 2000). Semakin besar persepsi kemanfaatan teknologi, semakin besar kemungkinan pengguna untuk menerima dan menggunakan teknologi tersebut (Hantono *et al.*, 2023). Persepsi kemanfaatan dalam teori TAM merupakan faktor penting mempengaruhi minat pengguna untuk menggunakan teknologi (Setyono, 2022). Jika pengguna percaya bahwa teknologi tersebut bermanfaat dan relevan dengan kebutuhan mereka, maka cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi tersebut (Wang *et al.*, 2003). Beberapa penelitian yang telah membuktikannya, sebagaimana yang dilakukan oleh Cuandra (2020), Harianto *et al.* (2021), Hartoko & Sailawati (2020) yang mengungkapkan adanya pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat menggunakan *internet banking*.

Beberapa penelitian yang dilakukan oleh Chaniago & Reviana (2022), Makayasa & Ruswanti (2020), menyatakan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking*. Hasil ini

disebabkan oleh pengguna merasa bahwa internet banking tidak memberi manfaat yang cukup atau tidak relevan dengan kebutuhan mereka.

Selain kedua faktor yang ada dalam TAM, terdapat faktor lain yang mempengaruhi minat menggunakan *internet banking*, yaitu persepsi risiko. Menurut Dowling (1986) persepsi risiko adalah pandangan tentang potensi kerusakan yang dapat terjadi pada produk atau layanan yang diberikan pada pelanggan. Persepsi risiko pada layanan *internet banking* menjadi faktor kunci yang mempengaruhi minat (Ichsani & Ratmono, 2021). Keberhasilan *internet banking* sebagai layanan perbankan sangat tergantung pada bagaimana lembaga keuangan dan penyedia layanan mengatasi dan mengurangi risiko-risiko ini (Mayasari *et al.*, 2021). Penelitian yang dilakukan oleh Aiming & Purwanto (2020), Harisa & Sari (2020), Hartoko & Sailawati (2020), Pribadi & Gunawan (2020), menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking*.

Sebaliknya, hasil dari beberapa riset yang dilakukan oleh Cuandra (2020), Matnin *et al.* (2021), Verdina (2021), hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa persepsi risiko tidak memiliki pengaruh terhadap minat untuk menggunakan *internet banking*. Hal ini cukup beralasan karena masyarakat masih merasa bahwa layanan internet banking memiliki risiko yang tinggi. Selain faktor risiko ada faktor lain yang memengaruhi minat seseorang menggunakan layanan *internet banking*. Faktor perlindungan privasi juga menjadi faktor penting bagi seseorang untuk menggunakan layanan *internet banking*. Menurut Clarke (1999) perlindungan privasi merupakan upaya untuk

melindungi informasi pribadi seseorang dari akses, penggunaan, atau penyebaran yang tidak sah atau tidak diinginkan oleh pihak lain. Perlindungan nasabah merujuk pada perilaku suatu instansi sebagai pemegang amanah untuk menjaga kepercayaan nasabah dan memenuhi kewajiban tersebut sesuai dengan standar yang ditetapkan (Nasution, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Anggriawan & Lisa (2022); Christiani & Immanuela (2022); Iqbal *et al.* (2022); Patel & Patel (2018), menyatakan bahwa perlindungan privasi berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking*.

Berbeda dengan penelitian-penelitian di atas, penelitian yang dilakukan oleh Cahyaningtyas & Banu (2022), Suyono (2018), yang menyatakan bahwa perlindungan privasi tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking*. Hal ini dikarenakan layanan *internet banking* pada bank syariah masih rawan terhadap kejahatan *cybercrime* yang mengambil data-data nasabah untuk keperluan pribadi atau menyebarkan kepada pihak yang tidak bertanggung jawab. Faktor selanjutnya yang dapat memengaruhi minat penggunaan *internet banking* yakni kepercayaan. Kepercayaan telah diakui sebagai faktor kunci dalam layanan keuangan yang terkait dengan internet (Hapsari, 2017). Kepercayaan merupakan keyakinan seseorang yang dapat diandalkan, jujur, dan akan memenuhi harapan yang telah ditetapkan (Salsabila *et al.*, 2022).

Kepercayaan merupakan konsep yang melibatkan konsep psikologis, sosial dan perilaku manusia (Flores & Solomon, 2015). Membentuk kepercayaan memiliki peranan sangat penting dalam memberikan kepuasan

kepada nasabah (Afghani & Yulianti, 2017). Kepercayaan nasabah terhadap minat menggunakan *internet banking* telah dibuktikan dalam penelitian-penelitian Aiming & Purwanto (2020); Cuandra (2020); Harianto *et al.* (2021); Harisa & Sari (2020); Ristiana & Widyastuti (2022), menyatakan bahwa tingkat kepercayaan memengaruhi minat dalam menggunakan layanan *internet banking*. Berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Hanjadi *et al.* (2022), Verdina (2021), penelitian tersebut menyatakan bahwa tingkat kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap minat untuk menggunakan layanan *internet banking*. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat masih kurang percaya dalam menggunakan *internet banking*.

Dari uraian di atas, Teknologi terus berkembang dan perilaku konsumen terus berubah seiring dengan itu. Penelitian mengenai *internet banking* dapat membantu memahami bagaimana perubahan ini memengaruhi cara orang menggunakan layanan perbankan dan bagaimana teknologi tersebut dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi baru (Ahangar, 2011). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan *internet banking* cukup beragam dan cenderung tidak konsisten. Beberapa literatur yang relevan, menggunakan teori TAM untuk menjelaskan bagaimana tingkat penerimaan masyarakat terhadap minat menggunakan *internet banking*. Meskipun *internet banking* telah ada untuk beberapa waktu, tingkat adopsi dan penggunaan masih beragam di berbagai negara dan kelompok demografis. Penelitian dapat membantu mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi

adopsi dan penggunaan internet banking, sehingga bank dan penyedia layanan dapat menyesuaikan strategi mereka (Malik, 2020).

Penelitian ini menggunakan teori TAM yang diperluas dengan menambahkan variabel persepsi risiko, perlindungan privasi, dan kepercayaan untuk mengidentifikasi minat seseorang untuk menggunakan *internet banking*. Penelitian ini menggunakan teori TAM karena model *Technology Acceptance Model* memiliki keunggulan tertentu. Salah satu kelebihan TAM terletak pada kenyataan bahwa model perilaku tersebut dapat digunakan untuk menjelaskan alasan banyaknya sistem teknologi informasi yang belum diimplementasikan karena kurangnya keinginan pengguna untuk menggunakannya (Fatmawati, 2015). Model ini membahas faktor-faktor yang mempengaruhi apakah orang akan menerima atau menolak teknologi informasi tergantung pada berbagai faktor yang mempengaruhi penggunaan sistem tersebut (Lenz et al., 2023).

TAM umumnya dianggap lebih sederhana dibandingkan model UTAUT. TAM berfokus pada dua faktor utama, yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan, serta dampaknya terhadap minat dan perilaku pengguna (Venkatesh & Davis, 2000). Jika peneliti ingin fokus pada faktor-faktor terbatas, TAM bisa menjadi pilihan yang lebih cocok. Jika dengan menggunakan TAM sudah menjelaskan minat seseorang menggunakan *internet banking* maka menggunakan model ini sudah dianggap cukup (Lenz et al., 2023). Selain keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh TAM, model ini juga memiliki beberapa kelemahan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, peneliti memasukkan variabel tambahan di luar konstruk TAM untuk

mengatasi kelemahan TAM yang diduga dapat memengaruhi minat seseorang terhadap suatu teknologi (Amalia & Hastriana, 2022).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*?
3. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*?
4. Apakah perlindungan privasi berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*?
5. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*
2. Untuk mendeskripsikan pengaruh persepsi manfaat terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*
3. Untuk mendeskripsikan pengaruh persepsi risiko terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*

4. Untuk mendeskripsikan pengaruh perlindungan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*
5. Untuk mendeskripsikan pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*

D. Manfaat Penelitian

Berikut adalah beberapa manfaat dari penelitian ini:

1. Manfaat Teoritis

Harapannya, penelitian ini dapat menjadi referensi yang berguna dan memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan terkait dengan teknologi informasi, khususnya *internet banking*.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini dapat memahami secara jelas bagaimana perilaku nasabah dalam hal kemudahan, kemanfaatan, risiko, perlindungan privasi dan kepercayaan menggunakan *internet banking* dalam bertransaksi sehingga dapat meningkatkan minat nasabah terhadap penggunaan *internet banking*.

E. Sistematika Pembahasan

Penyusunan penelitian ini secara keseluruhan terdiri dari 5 (lima) bab, dengan sistematika pembahasan penelitian ini meliputi:

Bab satu, memuat pendahuluan dan menguraikan topik-topik yang akan dijelaskan dalam penelitian ini, termasuk gambaran latar belakang, pertanyaan penelitian yang dirumuskan, tujuan dari penelitian ini, manfaatnya, serta struktur pembahasan yang akan diikuti.

Bab kedua, Bagian ini memberikan penjelasan mengenai landasan teori yang menguraikan setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Selain itu, juga mencakup tinjauan literatur, pengujian hipotesis, dan dalam bab ini disajikan kerangka teoritis yang relevan dengan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian.

Selanjutnya, bab ketiga berisi penjelasan tentang prosedur dan langkah-langkah yang dilakukan dalam metodologi penelitian ini, mencakup area penelitian, metode yang diterapkan, populasi dan sampel yang menjadi fokus penelitian, definisi operasional, instrumen penelitian yang digunakan, dan teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian.

Bab keempat, pada bab ini akan dipertunjukkan hasil dan pembahasan dari pengujian statistik yang dilakukan berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian. Hasil dari uji statistik tersebut akan menjelaskan bagian mana yang dapat diterima atau ditolak dari pengujian hipotesis penelitian.

Bab kelima merupakan bagian penutup dari penelitian, di mana terdapat kesimpulan dari hasil analisis terhadap permasalahan penelitian dan juga saran-saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini meneliti bidang *internet banking* secara keseluruhan dan meneliti minat orang dalam menggunakan layanan *internet banking*. kesimpulan yang dapat ditarik diantaranya; **pertama**, variabel kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat. Penyebabnya adalah karena layanan internet banking Bank Syariah Indonesia menyediakan kemudahan bagi penggunaanya dalam layanan keuangan secara efektif dan efisien yang tersedia di sistem. **Kedua**, variabel persepsi manfaat menunjukkan pengaruh signifikan terhadap minat. Hal ini disebabkan karena layanan *internet banking* BSI memberikan manfaat kepada penggunaanya karena dengan menggunakan layanan tersebut dapat meningkatkan produktivitas pengguna dan menghemat waktu dalam mengakses layanan perbankan secara menyeluruh. **Ketiga**, variabel persepsi risiko tidak terdapat berpengaruh signifikan terhadap minat. Hal ini disebabkan karena semakin tinggi tingkat risiko pada layanan *internet banking* mengakibatkan minat nasabah berkurang. Risiko merupakan peran utama mempengaruhi minat perilaku penggunaan layanan *internet*

banking. **Keempat**, variabel perlindungan privasi tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap minat. Hasil ini menunjukkan nasabah terdapat keraguan dalam layanan *internet banking* sehingga individu tidak berminat memakai layanan tersebut, kasus-kasus dimana pelanggaran privasi dapat merusak kepercayaan nasabah. Pihak perbankan yang merupakan sektor utama harus melindungi privasi, dengan memastikan keamanan data yang tinggi untuk meminimalisir risiko kebocoran data nasabah. **Kelima**, variabel kepercayaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat. Hasil ini menunjukkan kepercayaan merupakan konsep penting saat menggunakan *internet banking*, sehingga apabila kurangnya kepercayaan pengguna layanan telah dianggap sebagai penghalang utama untuk perkembangan transaksi pada layanan *internet banking*. Kekhawatiran ini bukan hanya tentang keamanan nilai, tetapi tentang sesuatu yang jauh lebih signifikan tetapi kepercayaan nasabah terhadap informasi.

B. Keterbatasan dan Saran

Peneliti menyadari terdapat kekurangan pada penelitian ini seperti keterbatasan objek penelitian yang dirasa belum dapat mewakili pengguna *internet banking* secara menyeluruh pada jenis transaksinya, maka sebaiknya penelitian selanjutnya dapat memperluas wilayah penelitian tidak hanya di Pulau Jawa. Selain itu, sebaiknya penelitian selanjutnya dapat memfokuskan pada

layanan *internet banking* beberapa bank syariah di Indonesia karena setiap bank syariah memiliki perbedaan karakteristik.

Berdasarkan hasil uji statistik, peneliti mengusulkan beberapa saran kepada penelitian selanjutnya yang tertarik untuk membahas faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *internet banking* BSI dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Sehingga, penelitian selanjutnya dapat mengatasi masalah risiko, perlindungan privasi dan kepercayaan yang dapat disempurnakan untuk meningkatkan validitasnya.

Penelitian ini juga dapat membantu manajemen bank dan analis *internet banking* mempertimbangkan kembali faktor risiko, perlindungan nasabah saat menerapkan dan mengembangkan transaksi *internet banking* pada sistem layanan perbankan yang dapat membangun kepercayaan terhadap minat menggunakan *internet banking*. hal ini disebabkan oleh fakta bahwa minat terhadap penggunaan *internet banking* dipengaruhi oleh kemudahan dan manfaat yang ditawarkan oleh layanan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, H. (2014). Realokasi Kebijakan Fiskal: Implikasi Peningkatan Human Capital dan Pembangunan Infrastruktur terhadap Pertumbuhan Ekonomi dan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Bina Praja*, 06(02), 117–128. <https://doi.org/10.21787/jbp.06.2014.117-128>
- Aboobucker, I., & Bao, Y. (2018). What obstruct customer acceptance of internet banking? Security and privacy, risk, trust and website usability and the role of moderators. *Journal of High Technology Management Research*, 29(1), 109–123. <https://doi.org/10.1016/j.hitech.2018.04.010>
- Abushanab, E., & Pearson, J. M. (2007). Internet banking in Jordan: The unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) perspective. *Journal of Systems and Information Technology*, 9(1), 78–97. <https://doi.org/10.1108/13287260710817700>
- Adha, L. H., Zaeni, A., & Rahmawati, K. (2020). Digitalisasi Industri Dan Pengaruhnya Terhadap Ketenagakerjaan Dan Hubungan Kerja Di Indonesia. *Journal Kompilasi Hukum*, 5(2), 267–298. <https://doi.org/10.29303/jkh.v5i2.49>
- Adhiputra, M. W. (2015). Aplikasi Technology Acceptance Model Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 2(1), 52–63.
- Afandi, M. Y. (2021). Antecedents of digitizing ZIS payments: A TAM and TPB approaches. *Journal of Finance and Islamic*, 4(2), 55–76. <https://doi.org/10.22515/jfib.v4i2.4899>
- Afghani, M. F., & Yulianti, E. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking Di Bank Bri Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 6(1), 113. <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i1.898>
- Ahangar, R. G. (2011). An Investigation Into The Determinant Of Customer's Preferences and Satisfaction of Internet Banking (Empirical Study Of Iranian Banking Industry). *Journal Applied Science*, 11(3), 426–437.
- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2013). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadapminat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking Bri). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Aiming, A. J., & Purwantoro. (2020). *ANALISIS PENGARUH PERSEPSI RESIKO DAN PERSEPSI KEPERCAYAAN DALAM MENJELASKAN MINAT PENGGUNAAN INTERNET BANKING NASABAH BANK RAKYAT INDONESIA PASIR PENGARAIAN*. 9(2).

- Ajzen.Icek. (1985). From Intentions to actions: A theory of planned behavior. *Action Control*, 11–39.
- Ajzen, I., Robert Louis, Heilbroner Martin, F., & Thurow, L. C. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. https://books.google.co.id/books/about/Understanding_Attitudes_and_Predicting_S.html?id=CbVmQgAACAAJ&redir_esc=y
- Alfian. (2023). Analisis SWOT Transformasi Digital pada Lansia dalam Penggunaan Jasa Perbankan di Indonesia Era Society 5 . 0. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 5(I), 79–91.
- Amalia, P., & Hastriana, A. Z. (2022). *Pengaruh Kemanfaatan , Kemudahan Keamanan , dan Fitur M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep). 1*, 70–89.
- Andini Madaniah Nasution, E. S. (2022). *Pengaruh Penggunaan E-Banking dan Perlindungan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi*. 8(02), 1205–1213.
- Anggriawan, F., & Lisa, W. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Pt BSI KCP Jagong Jeget. *MUBEZA : Pemikiran Hukum Dan Ekonomi Islam*, 12(2), 52–62.
- Anouze, A. L. M., & Alamro, A. S. (2020). Factors affecting intention to use e-banking in Jordan. *International Journal of Bank Marketing*, 38(1), 86–112. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2018-0271>
- Anthony, & Hendro, L. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi E-Banking Readiness Pengguna E-Banking Di Jakarta. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(2), 478. <https://doi.org/10.24912/jpa.v2i2.7611>
- Ardianto, K., & Azizah, N. (2021). Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 13. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.511>
- Asofta, W., Kurniati, R. R., & Krisdianto, D. (2022). Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking (Pengguna Internet Banking Nasabah Bank Bri Unit Kerja-Bri Kcp Gentengkali Jalan Gentengbesar No 26 Kecamatan Genteng Kota Surabaya). *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, 11(1), 123–130.
- Ba, S., & Pavlou, P. A. (2002). Evidence of the Effect of Trust Building Technology in Electronic Markets: Price Premiums and Ba & Pavlou/Trust Building Technology in Electronic Markets MIS Q rterjy EVIDENCE OF THE EFFECT OF TRUST BUILDING TECHNOLOGY IN ELECTRONIC MARKETS: PRICE PREMIUM. *Source: MIS Quarterly*, 26(3), 243–268.
- Barclay, D., Thompson, R., dan Higgins, C. (1995). The Partial Least Squares (PLS) Approach to Causal Modeling: Personal Computer Adoption and Use

- an Illustration. *Technology Studies*, 2(2), 285–309.
- Ben Mansour, K. (2016). An analysis of business' acceptance of internet banking: an integration of e-trust to the TAM. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 31(8), 982–994. <https://doi.org/10.1108/JBIM-10-2016-271>
- 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>
- Bougie, U. S. dan R. (2016). *research method for bussiness* (ketujuh). john wiley & sons.
- Cahyaningtyas, A. W., & Banu, W. (2022). *PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, RISIKO, DAN LIFESTYLE TERHADAP MINAT DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN E-BANKING*. 10(1), 149–159.
- Chaniago, N., & Reviana, R. S. (2022). *Determinan Yang Mempengaruhi Nasabah Bank Syariah Dalam Penggunaan Internet banking*. 1(2), 103–110.
- Chaouali, W., Ben Yahia, I., & Souiden, N. (2016). The interplay of counter-conformity motivation, social influence, and trust in customers' intention to adopt Internet banking services: The case of an emerging country. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 28, 209–218. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2015.10.007>
- Chauhan, V., Yadav, R., & Choudhary, V. (2019). Analyzing the impact of consumer innovativeness and perceived risk in internet banking adoption: A study of Indian consumers. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 323–339. <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2018-0028>
- Christiani, M. F., & Immanuela, I. (2022). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada Nasabah Bank Di Madiun. *JRMA | Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 9(3), 220–232. <https://doi.org/10.33508/jrma.v9i3.1068>
- Clarke, R. (1999). Internet privacy concerns confirm the case for intervention. *Communications of the ACM*, 42(2), 60–67. <https://doi.org/10.1145/293411.293475>
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2006). *Metode Riset Bisnis*. PT Media Global Edukas.
- Cuandra, F. (2020). Pandangan Pengguna Internet terhadap Minat dalam Adopsi Internet Banking pada Masyarakat Kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau, Indonesia. *Sketsa Bisnis*, 7(1), 27–36. <https://doi.org/10.35891/jsb.v7i1.2133>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(5), 319–339.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). *Davis1989 (1).Pdf. July 2018*.

- Dowling, G. R. (1986). perceived risk: the concept and its measurement. *Perceived Risk: The Concept and Its Measurement*, 3(3), 193–210. <https://doi.org/10.1002/mar.4220030307>
- Dowling, G. R., & Staelin, R. (1994a). A Model of Perceived Risk and Intended Risk-Handling Activity. *Journal of Consumer Research*, 21.
- Dowling, G. R., & Staelin, R. (1994b). A Model of Perceived Risk and Intended Risk-Handling Activity. *Journal of Consumer Research*, 21(1), 119. <https://doi.org/10.1086/209386>
- Fadhli, M., & Fachruddin, R. (2016). Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking (Studi Empiris pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 1(2), 264–276.
- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Sistem Informasi Perpustakaan. *Iqra': Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 9(1), 1–13. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/iqra/article/view/66>
- Featherman, M., & Pavlou, P. (2002). *Predicting E-Service Adoption : A Perceived Risk Facets Perspective*. Eighth Americas Conference on Information Systems.
- Flores, F., & Solomon, R. C. (2015). *CREATING TRUST*. 8(2), 205–232. <https://doi.org/10.1017/S1052150X0000381X>
- Ghazali, I., & Latan, H. (2012). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 2.0 M3*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS*. SPB Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)* (3rd ed.). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2014). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris (2nd ed.)*. Universitas Diponegoro.
- Hadikusuma, S., dan Jaolis, F. (2019). Pengaruh Social Influence, Perceived Usefulness, Dan Perceived Security Terhadap Continue Use Intention Aplikasi Mobile Payment Ovo Melalui Attitude Towards Using Mobile Payment Sebagai Variabel Intervening Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Bisnis Dan Ekonom. *Agora*, 7(2) 28724(2).
- Hair, J., Hult, G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). *A Premier On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publication, Inc.
- Hanjadi, D. F., Muhammad, I. F., & Suharto, A. F. (2022). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN INTERNET BANKING (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Indonesia)*. 4(0411), 20–26.

- Hantono, H., Tjong, W., & Jony, J. (2023). Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Intention To Use Dengan Kinerja Sebagai Variabel Moderasi Dalam Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi. *Owner*, 7(2), 1815–1830. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1583>
- Hapsari, R. R. T. (2017). Model Kepercayaan Individu: Studi Empiris Perilaku Transaksi Berbasis Online. *Universitas Brawijaya*, 01. <http://www.albayan.ae>
- Harianto, H., Mulyani, H. T. S., & Oktalina, G. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (Ease of Use), Kenyamanan (Convenience), Kepercayaan (Trust) Dan Ketersediaan Fitur (Feature Availability) Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Klikbca (Studi Kasus Pada Nasabahpt Bank C. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Keuangan (JABK), STIE_IBEK*, 8(2), 37–47.
- Harisa, E., & Sari, N. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi ...*, 1, 32–45. <http://www.jim.unsyiah.ac.id/EKI/article/view/16168%0Ahttp://www.jim.unsyiah.ac.id/EKI/article/download/16168/7435>
- Hartoko, S., & Sailawati, S. (2020). Factors Affecting the Interest of Customers Using Internet Banking on Bri Customers Samarinda Kcp Seberang. *JAMDI (Jurnal Akuntansi Multi Dimensi)*, 3. <https://www.academia.edu/download/76471496/172.pdf>
- Hasnita, N., Fitria, A., & Maidari, E. (2016). *Pemanfaatan Teknologi Dalam Pengembangan Produk*. 1, 1–23.
- Heryani, I. I. P., Simanjuntak, M., & Maulana, A. (2020). Perilaku Penggunaan Internet Banking Sebagai Alat Transaksi Finansial. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 86–95. <https://doi.org/10.17358/jabm.6.1.86>
- Hotijah, S. (2021). *pengaruh persepsi kemudahan, kegunaan, dan risiko terhadap minat masyarakat menggunakan electronic banking (studi kasus bank syariah indonesia madura)*. 3(2), 6.
- Ichsani, E., & Ratmono. (2021). Pengaruh Persepsi Teknologi dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking BRI Konvensional (Studi Pada Mahasiswa FEB UM Metro). *Jurnal Manajemen*, 1(4), 1–11.
- Idris, F. N., & Sugiarto. (2006). *Manajemen Risiko Perbankan dalam Konteks Kesepakatan Basel dan Peraturan Bank Indonesia*. Graha Ilmu.
- Iqbal, M., Asyari, H., & Iva, L. (2022). Pengaruh Teknologi Informasi, Manfaat, Keamanan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah Kota Tangerang Selatan). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(1), 333–356. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>
- Irmayani, & Muhamad, I. padli nasution. (2021). PENGGUNAAN E-BANKING

DALAM SISTEM INFORMASI MANAJEMEN PERBANKAN SYARIAH.
Banque Syar'i : Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah, 7, 137–158.

- Jia, S. (2012). Understanding User's Acceptance of Social Shopping Websites: Effects of Social Comparison and Trust." In Runtong Zhang, Juliang Zhang, Zhenji Zhang, Joaquim Filipe, and Jose Cordeiro (eds.): Enterprise Information Systems ICEIS2011 Revised Selected Papers. *Pringer-Verlag Berlin Heidelberg*.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem informasi keperilakuan*. Andi.
- King, W. R., & He, J. (2006). A meta-analysis of the technology acceptance model. *Information and Management*, 43(6), 740–755. <https://doi.org/10.1016/j.im.2006.05.003>
- Lau dan Lee. (1999). *consumers trust in a brand and the link to brand loyalty*.
- Lee, M. C. (2009). Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit. *Electronic Commerce Research and Applications*, 8(3), 130–141. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2008.11.006>
- Lenz, J., Bozakov, Z., Wendzel, S., & Vrhovec, S. (2023). Why people replace their aging smart devices: A push–pull–mooring perspective. *Computers and Security*, 130, 103258. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2023.103258>
- Liyanaarachchi, G., Deshpande, S., & Weaven, S. (2021). Online banking and privacy: redesigning sales strategy through social exchange. *International Journal of Bank Marketing*, 39(6), 955–983. <https://doi.org/10.1108/IJBM-05-2020-0278>
- Ly, B., & Ly, R. (2022). Internet banking adoption under Technology Acceptance Model—Evidence from Cambodian users. *Computers in Human Behavior Reports*, 7(July), 100224. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2022.100224>
- Maharsi, S., & Mulyadi, Y. (2007). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9(1), 18–28. <https://doi.org/10.9744/jak.9.1.pp.18-28>
- Maimun, & Tzahira, D. (2022). Prinsip Dasar Perbankan Syariah. *Al-Hiwalah: (Sharia Economic Law)*, 1(1), 130–133.
- Makayasa, O., & Ruswanti, E. (2020). Sikap Nasabah Dan Konstruksi Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Penerapan Penggunaan Sesungguhnya Internet Banking. *JCA Ekonomi*, 1, 467–473. <https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jeco/article/view/97%0Ahttps://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jeco/article/viewFile/97/97>
- Malik, M. (2020). Elements Influencing the Adoption of Electronic Banking in Pakistan an Investigation Carried Out By Using Unified Theory of Acceptance and Use Technology (Utaut) Theory. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 25(2), 1–24. <https://www.icommercentral.com/open->

access/elements-influencing-the-adoption-of-electronic-banking-in-pakistan-an-investigation-carried-out-by-using-unified-theory-of-accept.php?aid=87983

- Marafon, D. L., Basso, K., Espartel, L. B., de Barcellos, M. D., & Rech, E. (2018). Perceived risk and intention to use internet banking: The effects of self-confidence and risk acceptance. *International Journal of Bank Marketing*, 36(2), 277–289. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2016-0166>
- Marikyan, D., & Papagiannidis, S. (2023). Technology Acceptance Model: A review. In S. Papagiannidis (Ed). *Handbook of Research on Electronic Surveys and Measurements*.
- Maryanto, S. (2010). *Buku Pintar Perbankan*. andi.
- Masruron, M., & Nurul, A. A. S. (2021). Analisis Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia Di Masa Pandemi Covid-19. *Al Birru: Jurnal Keuangan Dan ...*, 1(1), 1–20. <http://jurnal.iainwpancor.ac.id/index.php/albirru/article/view/525>
- Matnin, Kunaifi, A., & Ubaidillah, A. (2021). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Risiko Dan Handling of Complaints Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Bprs Bakti Sumekar Cabang Pragaan). *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(02), 176–190. <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i02.246>
- Mayasari, Y.M, H., & G.E, H. (2021). Pengaruh Internet Banking dan Mobile Banking terhadap Kinerja Keuangan Bank. *Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 21(1), 55–72. www.ojk.go.id
- mayer, R.C., davis, j.h., schoorman, F. . (1995). An Integrative model of organizational trust. *Acad Manag.*
- Meilita, R. N., Nasution, Y. N., & Hayati, M. N. (2016). Structural Equation Modelling Dengan Pendekatan Partial Least Square (Studi Kasus: Pengaruh Locus of Control, Self Efficacy, dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Kaltim Post Samarinda). *Prosiding Seminar Sains Dan Teknologi FMIPA Unmul*, 1(1), 41–45.
- Mohd Thas Thaker, H., Mohd Thas Thaker, M. A., Khaliq, A., Allah Pitchay, A., & Iqbal Hussain, H. (2022). Behavioural intention and adoption of internet banking among clients' of Islamic banks in Malaysia: an analysis using UTAUT2. *Journal of Islamic Marketing*, 13(5), 1171–1197. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0228>
- Murfi, R., & Suripto, T. (2020). Analisa Minat Mahasiswa Terhadap Penggunaan Layanan Internet Banking Bank BNI Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 10(1), 55–61.
- Mutiasari, A. I. (2020). Perkembangan Industri Perbankan Di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(2), 32–41. <https://doi.org/10.47942/iab.v9i2.541>

- Nasution, A. H. (2017). Fungsi Perlindungan Otoritas Jasa Keuangan Terhadap Nasabah Deposan. *Jupiis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 9(1), 1. <https://doi.org/10.24114/jupiis.v9i1.6456>
- Noor, J. (2017). *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Kencana.
- Patel, K. J., & Patel, H. J. (2018). Adoption of internet banking services in Gujarat: An extension of TAM with perceived security and social influence. *International Journal of Bank Marketing*, 36(1), 147–169. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2016-0104>
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3).
- Pribadi, A., & Gunawan, R. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Internet Banking (Studi Kasus Bri Syariah Pusat). *Jurnal Visionida*, 6(2), 64. <https://doi.org/10.30997/jvs.v6i2.3508>
- Priyanto, & Eko, G. S. (2014). Faktor Determinan Minat Individu Menggunakan Sistem Informasi Berbasis Internet Banking. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 3(1).
- Putri, D. L. (2019). *Pengaruh risiko, manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan internet banking di pekanbaru (studi kasus pada nasabah bank mandiri)*. 2.
- Putrianda, S. (2023). " Dharmasiswa " *Jurnal Program Magister Hukum FHUI ANALISIS HUKUM TERHADAP PERLINDUNGAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN INTERNET BANKING DI INDONESIA (STUDI KASUS BANK X)*. 2(January).
- Rahi, S., Othman Mansour, M. M., Alghizzawi, M., & Alnaser, F. M. (2019). Integration of UTAUT model in internet banking adoption context: The mediating role of performance expectancy and effort expectancy. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 13(3), 411–435. <https://doi.org/10.1108/JRIM-02-2018-0032>
- Rahmah, F. K., Hartiyah, S., & Trihudiyatmanto, M. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Resiko, Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Di Wonosobo). *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2(3), 97–109.
- Rani, M. (2014). Perlindungan otoritas jasa keuangan terhadap kerahasiaan dan keamanan data pribadi nasabah bank. *Jurnal Selat*, 2(1), 168–181.
- Ristiana, N., & Widyastuti, E. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan Layanan E-Banking. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(1), 428.

- S, carrol l john c . thoma. (1988). John ni . carrol l john c . thoma s. *SIGCHI Bulletin*, 19(3), 21–24. <https://doi.org/10.1145/49108.1045604>
- Salsabila, Wathan, H., & Zuhirsyan, M. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Motivasi terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah. *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 378–291.
- Sapoetra, D. B., & Basuki, R. (2019). Effect of Service Quality, Religiosity, Relationship Closeness, and Customer Trust on Customer Satisfaction and Loyalty At Bank Jatim Syariah. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 87(3), 200–219. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-03.25>
- Saputro, B. D., & Sukirno, S. (2013). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 2(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v2i1.1647>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). partial least squares structural equation modeling. *Handbook of Market Research*, September. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8>
- Setyono, J. (2022). Intention to Use Islamic Mobile Banking: Integration of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior with Trust. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 13(2), 127–142. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v13i2.127-142>
- sharingvision.com. (2022). *Survey Business IT Outlook 2023 Sharing Vision: Mobile Banking menjadi Primadona*. <https://sharingvision.com/insight/survey-2022-sharing-vision-mobile-banking-menjadi-primadona/>
- Siska, E. (2022). Exploring the Essential Factors on Digital Islamic Banking Adoption in Indonesia: A Literature Review. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 124. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4090>
- Solvaroyani, A. S., Hartono, S., & Aryati, I. (2021). MINAT BELI KONSUMEN DITINJAU DARI STORE ATMOSPHERE, LOKASI, DAN WORD OF MOUTH (Studi Kasus Pada Tas Butik Solo) (Consumer Purchase Interest Assessed From The Atmosphere Store, Location, And Word Of Mouth Case Study On Solo Boutique). *Jurnal Ekbis*, 22(1), 42. <https://doi.org/10.30736/je.v22i1.696>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.); kedua). Alfabeta.
- Suryani, S. (2012). Sistem Perbankan Islam di Indonesia: Sejarah dan Prospek Pengembangan. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1), 111. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v3i1.111-131>

- Suyono, E. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Internet Banking*. 14(1), 132–158.
- Tampubolon, N., Irwan, L., & Siregar, A. E. (2015). *BIJAK BER-ELECTRONIC BANKING*.
- Tangmanee, C., & Sritadawut, N. (2021). Effects of Perceived Risk And Bank Reputation Through Online Trust On The Use Of Internet Banking Services. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 12(2), 229–244. <https://doi.org/10.7903/ijecs.1927>
- Tartila, M., & Asmuni. (2022). Strategi Industri Perbankan Syariah dalam Menghadapi Era Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 3310–3316.
- Trimulato, Saidah Fitri, Z., & Qizam, I. (2022). Linkage Bank Syariah dan Fintech Syariah Penyaluran Pembiayaan Berbasis Digital dan Risiko Pembiayaan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 1257–1269. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.4902>
- Ulfa, A. (2021). *Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia*. 7(02), 1101–1106.
- Umiyarzi, E., Faizal, M., & Fadilla. (2022). Moh. Faizal STEBIS IGM Palembang Prodi Perbankan Syariah. *Journal Ekonomi Bisnis Dan Management*, 1(2), 17–23. <https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/EBISMEN/article/view/13/136>
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions; *Decision Sciences*, Vol. 39 (2) pp 273 – 315. *Decision Sciences Institute*, 39(2), 273–315.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (1996). A model of the antecedents of perceived ease of use: Development and test. *Decision Sciences*, 27(3), 451–481. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.1996.tb00860.x>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical Acceptance Extension Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204.
- Verdina, N. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Penggunaan Internet Banking Nuning. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 6(3), 56–67.
- Wahyuliza, S. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model Pada Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi STIE Haji Agus Salim Bukittinggi*, 18(2), 155–167.
- Waluyo. (2023). Evaluasi Penggunaan QRIS pada m-Banking Bank Syariah: Pendekatan Technology Acceptance Model. *Mutanaqishah: Journal of Islamic Banking*, 2(2), 80–92. <https://doi.org/10.54045/mutanaqishah.v2i2.530>
- Wang, Y.-S., Wang, Y. M., Lin, H. H., & Tang, T. I. (2003). Determinants of User

Acceptance of Internet Banking: An Empirical Study. *Zitteliana*, 18(1), 22–27.

Wijaya, J. P., & Setiawan, A. S. (2022). Aplikasi Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Penggunaan Internet Banking & Mobile Banking. *Prosiding National Seminar on ...*, 1, 322–333. <https://journal.ukmc.ac.id/index.php/pnsoa/article/view/608%0Ahttps://journal.ukmc.ac.id/index.php/pnsoa/article/download/608/597>

Wulandari, D. (2023). Pemasaran Produk Bank Syariah di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 3085–3092.

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>

Zhou, T. (2011). An empirical examination of initial trust in mobile banking. *Internet Research*, 21(5), 527–540. <https://doi.org/10.1108/10662241111176353>