

**MODEL PENERIMAAN TEKNOLOGI (TAM) BAGI ANGGOTA KSPPS TAMZIS
DALAM MENGGUNAKAN M-TAMZIS**



TESIS

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

OLEH:

MAKSUN

21208011021

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

**MODEL PENERIMAAN TEKNOLOGI (TAM) BAGI ANGGOTA KSPPS TAMZIS
DALAM MENGGUNAKAN M-TAMZIS**



TESIS

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

OLEH:

MAKSUN

21208011021

PEMBIMBING:

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

Nip: 197307022002121003

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

SURAT 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-1059/Un.02/DFB/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : MODEL PENERIMAAN TEKNOLOGI (TAM) BAGI ANGGOTA KSPPS TAMZIS
DALAM MENGGUNAKAN M-TAMZIS

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MAKSUN, S.H.I
Nomor Induk Mahasiswa : 21208011021
Telah diujikan pada : Kamis, 06 Juli 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

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

Valid ID: 64c3308516d63



Penguji I

Prof. Dr. H. Syafiq Mahmudah Hanafi, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 64c10c908154e



Penguji II

Dr. Ibnu Mubdir, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 64c108271853f



Yogyakarta, 06 Juli 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Valid ID: 64c9a8c3e4d48

HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

Hal: Tesis Saudara Maksun

Kepada

**Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga**
di Yogyakarta.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Tesis saudara:

Nama : Maksun
NIM : 21208011021
Judul Tesis : Model Penerimaan Teknologi (TAM) Bagi Anggota KSPPS
Tamzis Dalam Menggunakan M-Tamzis

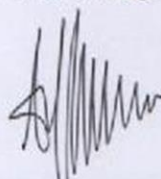
Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister dalam ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar Tesis saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 8 Juni 2023

Pembimbing,



Dr. Joko Setyono, S.E., M.Si.
Nip: 197307022002121003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maksun

NIM : 21208011021

Jurusan/Program studi : Magister Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa Tesis yang berjudul "**Model Penerimaan Teknologi (TAM) Bagi Anggota KSPPS Tamzis Dalam Menggunakan M-Tamzis**" adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebutkan dalam *bodynote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Wonosobo, 5 Juni 2023



Maksun
21208011021

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai sivitas akademika Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maksun
NIM : 21208011021
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Departemen : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis karya : Tesis

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

“Model Penerimaan Teknologi (TAM) Bagi Anggota KSPPS Tamzis Dalam Menggunakan M-Tamzis”

Dengan ini Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Islam Negeri Sunan
Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola dalam
bentuk pangkalan data (*data base*), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir saya
selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai
pemilik hak cipta.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar benarnya.

Wonosobo, 5 Juni 2023

Penulis



Maksun
21208011021

MOTTO

**SEBAIK BAIK MANUSIA ADALAH YANG
MEMBERIKAN MANFAAT BAGI MANUSIA LAINNYA
(HADITS)**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan untuk;

Kedua orangtuaku (*Allahummagfirlahum warhamhum wa'afih wa'fu'anhum*),
istriku (Siti Ngafiyah) dan kedua anakku (Muhammad Aulia Awwab Wijaya dan
Hilya Aulia Wijaya)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Al-hamdu lillahi rabbi al'ālamīn, segala puji bagi Allah SWT. yang telah memberikan berbagai nikmat salah satunya adalah nikmat kemudahan dalam penulisan Tesis ini. Shalawat serta salam semoga selalu tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Penyelesaian Tesis dengan judul “**Model Penerimaan Teknologi (TAM) Bagi Anggota KSPPS Tamzis Dalam Menggunakan M-Tamzis**” disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Magister Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penulis menyadari penyelesaian Tesis ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya 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.
4. Bapak Dr. Darmawan, SPd., MAB. Selaku Dosen Pembimbing Akademik di Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Bapak Dr. Joko Setyono, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Tesis.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan untuk penulis selama menempuh pendidikan.

7. Seluruh pegawai dan staf tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Kepada seluruh responden yang telah bersedia membantu mengisi kuesioner penelitian ini sehingga saya dapat menyelesaikan Tesis ini.
9. Kepada kedua orang tuaku (*Allahummagfirlahum warhamhum wa'āfih wa'fu'anhum*) yang selalu mengingatkan untuk selalu sholat dan berdoa kepada Allah SWT.
10. Kepada Pengurus dan Manajemen KSPPS Tamzis Bina Utama terutama Bapak Saat Suharto, Bapak Budi Santoso , Bapak Tri Supriyo Wijiyanto, Bapak Edi Riyanto yang telah memberikan dukungan moril dan materiil untuk melanjutkan jenjang S2.
11. Teman-teman MES FEBI UIN-SUKA 2021

Semoga Allah SWT. membalas segala kebaikan yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tesis ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari sempurna, sehingga kritik dan saran yang membangun dari pembaca akan sangat penulis hargai. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat. *Āmīn.*

Wonosobo, 5 Juni 2023

Penulis



Maksun
21208011021

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
ABSTRAK.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Sistematika Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori	12
1. <i>Bait al-Maal Wa Tamwil</i> (BMT).....	12
2. M-Tamzis	18
3. <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	19
4. Persepsi Kredibilitas.....	21
5. Persepsi Harga.....	22

6. Persepsi Fitur	23
7. Niat Menggunakan.....	23
B. Kajian Pustaka.....	24
C. Kerangka Teoritis.....	28
D. Pengembangan Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Lokasi Penelitian.....	33
B. Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	33
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	33
D. Variabel Penelitian	34
E. Definisi operasional Variabel	35
F. Metode Pengumpulan Data.....	38
G. Instrumen Penelitian	39
H. Uji Instrumen Penelitian.....	43
1. Uji Validitas	43
2. Uji Reliabilitas	43
I. Teknik Analisis Data	43
1. Analisis Deskriptif	43
2. Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	44
2.1. Evaluasi Model Pengukuran.....	46
2.2. Evaluasi Model Struktural.....	47
3. Model Empiris.....	48
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Analisa Data Penelitian.....	49
B. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
1. Profil KSPPS Tamzis.....	49
2. Produk KSPPS Tamzis.....	51
B. Karakteristik Responden.....	53
C. Analisis Deskriptif.....	60

1. Variabel <i>Perceived Ease Of Use</i>	60
2. Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	61
3. Variabel Persepsi Kredibilitas.....	62
4. Variabel Harga.....	63
5. Variabel Fitur.....	63
6. Variabel Niat Menggunakan.....	64
7. Variabel Menggunakan Senyatanya (<i>Actual Use</i>).....	64
D. Hasil Analisis PLS	65
1. Evaluasi Model Pengukuran.....	65
2. Evaluasi Model Struktural.....	70
E. Hasil Uji Hipotesis	74
F. Pembahasan Hasil Penelitian	78
1. Persepsi Kemudahan Menggunakan Terhadap Niat Menggunakan.....	78
2. Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Menggunakan.....	81
3. Persepsi Kredibilitas Terhadap Niat Menggunakan.....	83
4. Persepsi Harga Terhadap Niat Menggunakan.....	85
5. Persepsi Fitur Terhadap Niat Menggunakan.....	86
6. Persepsi Niat Menggunakan Terhadap Menggunakan Senyatanya.....	87
BAB V PENUTUP	90
A. Kesimpulan.....	90
B. Keterbatasan dan Rekomendasi.....	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	100
1. Karakteristik Responden.....	100
2. Kuisisioner Penelitian.....	101
3. Data Mentah.....	105
4. Data Hasil Olahan Smart PLS 4.....	174
5. Daftar Riwayat Hidup.....	178

DAFTAR TABEL

Tabel 3 . 1 Definisi Operasional variabel.....	36
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	38
Tabel 3.3 Instrumen Penelitian Persepsi Kemudahan Menggunakan.....	39
Tabel 3.4 Instrumen Penelitian Persepsi Kegunaan.....	40
Tabel 3. 5 Instrumen Penelitian Persepsi Kredibilitas.....	40
Tabel 3.6 Instrumen Penelitian Persepsi Harga.....	41
Tabel 3 .7 Instrumen Penelitian Persepsi Fitur.....	41
Tabel 3.8 Instrumen Penelitian Persepsi Niat menggunakan.....	42
Tabel 3.9 Instrumen Penelitian Menggunakan Senyatanya.....	42
Tabel 4.1 Karakteristik Demografi Responden.....	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Umur.....	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	56
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Waktu Menggunakan M-Tamzis.....	57
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Donload.....	58
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Memiliki M-Banking Selain M-Tamzis.....	58
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Menggunakan M-Tamzis.....	59
Tabel 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	60
Tabel 4.11 Skala Penilaian Setiap Interval	60
Tabel 4.12 Distribusi Hasil Variabel PEOU	61
Tabel 4.13 Distribusi Hasil Variabel PU.....	62
Tabel 4.14 Distribusi Hasil Variabel Persepsi Kredibilitas.....	62
Tabel 4.15 Distribusi Hasil Variabel Persepsi Harga.....	63
Tabel 4.16 Distribusi Hasil Variabel Persepsi Fitur.....	63
Tabel 4.17 Distribusi Hasil Variabel Niat Menggunakan.....	64
Tabel 4.18 Distribusi Hasil Variabel Menggunakan Senyatanya.....	65
Tabel 4.19 Pengukuran <i>Internal Consistency Reliability</i>	65
Tabel 4.20 Output Loading factor.....	67
Tabel 4.21 <i>Average Variance Extrated</i>	68
Tabel 4.22 Hasil Fornel – lercker.....	68
Tabel 4.23 Hasil HTMT.....	69
Tabel 4.24 Konstruk <i>Reliability</i> dan <i>Validity</i>	70
Tabel 4.25 Varian Infation Factor.....	71
Tabel 4.26 R Kuadrat.....	72
Tabel 4.27 Q Kuadrat.....	73
Tabel 4.28 F Squared.....	73
Tabel 4.29 <i>Path Coefficient</i>	75
Tabel 4.30 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penerimaan Teknologi.....	19
Gambar 2.2 Kerangka Teori Pemikiran.....	28
Gambar 3.1 Model Struktural Penelitian.....	46



ABSTRAK

Penelitian ini untuk menjelaskan penerimaan teknologi bagi anggota Tamzis dalam menggunakan M-Tamzis. Penelitian ini menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai dasar untuk menjelaskan penerimaan teknologi bagi anggota Tamzis. Studi ini melakukan pengembangan TAM dengan menambah variabel lain selain dalam TAM, yaitu persepsi kredibilitas, persepsi harga, persepsi fitur dan niat menggunakan. Penelitian ini juga menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi niat menggunakan dan menggunakan senyatanya sebagai tujuan dari TAM. Penelitian ini termasuk penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah anggota TAMZIS yang telah donload aplikasi M-Tamzis. Sampel penelitian berjumlah 400 anggota yang berada di 4 propinsi (DIY,DKI, Jabar dan Jateng). Analisa data menggunakan SEM dengan aplikasi *SmartPLS* 4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan menggunakan, persepsi kegunaan, persepsi kredibilitas tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan. Sementara persepsi harga, persepsi fitur berpengaruh terhadap niat menggunakan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa niat menggunakan sebagai dasar TAM berpengaruh terhadap menggunakan senyatanya.



Kata Kunci: *Technology Acceptance Model* (TAM), Persepsi Kredibilitas, Persepsi Harga, Persepsi Fitur, Niat Menggunakan dan Menggunakan Senyatanya M-Tamzis.

ABSTRACT

This research is to explain the acceptance of technology for Tamzis members in using M-Tamzis. This study uses the Technology Acceptance Model (TAM) theory as a basis for explaining technology acceptance for Tamzis members. This study develops TAM by adding other variables besides TAM namely perceived credibility, perceived price, perceived features and intention to use. This study also analyzes the factors that influence the intention to use and use the reality as the goal of TAM. This research includes research with a quantitative approach. The population of this study are TAMZIS members who have downloaded the M-Tamzis application. The research sample totaled 400 members in 4 provinces (DIY, DKI, West Java and Central Java). Data analysis used SEM with the SmartPLS 4 application. The results of this study indicate that perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived credibility have no effect on intention to use. Meanwhile, perceived price, perceived features affect the intention to use This study also shows that the intention to use TAM as a basis influences the actual use.



Keyword: *Technology Acceptance Model (TAM), Perceived credibility, Perceived price, perceived features, intention to use, actual use.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia modern saat ini khususnya inovasi teknologi informasi dapat digunakan untuk berbagai keperluan dalam aspek kehidupan manusia. *Technology Information* (TI) mempunyai banyak manfaat di antaranya memberi nilai tambah serta dapat menjadi pemecahan masalah yang baik (Huda, *et al.* 2016). Sektor perbankan adalah salah satu bidang yang mengalami banyak perubahan signifikan berkat kemajuan dalam perkembangan teknologi informasi. Inovasi teknologi informasi telah membuka berbagai produk dan layanan baru bagi perbankan. Perbankan mengalami perubahan layanan tradisional dari manual berbasis kertas ke layanan teknologi seperti *Online Banking*, *M-Banking* (Bharti, 2016).

Pandangan yang sama disampaikan oleh Chuchuen (2016) bahwa adanya inovasi TI dalam perbankan juga telah menggeser transaksi perbankan tradisional ke seluler perbankan (*M-Banking*) yang lebih menekankan pada kenyamanan penggunaan pelanggan. Wibowo (2020) menyatakan salah satu inovasi TI bagi perbankan dalam layanan perbankan yang banyak dilakukan kedepan adalah model transaksi yang menggunakan model *cashless* (non tunai). Kaleem dan Ahmad (n.d.) dalam penelitiannya di Pakistan menyatakan bahwa *M-Banking* menjadi sarana bagi nasabah untuk mengurangi ketidaknyamanan, meringankan biaya dalam transaksi dan menghemat waktu. Manfaat lain bagi konsumen sebagaimana yang dalam penelitian Alalwan *et al.*(2016) bahwa layanan perbankan dengan

menggunakan *M-Banking* dapat mengoptimalkan waktu, kecepatan informasi dan membuat nyaman bagi konsumen serta meningkatkan kepuasan (Setyono, 2022).

Adanya kenyamanan dan kemudahan dalam transaksi melalui *M-Banking* terbukti penggunaan layanan *M-Banking* di Indonesia juga mengalami peningkatan. BI mencatat transaksi *digital banking* per april 2020 mengalami peningkatan 37,34 % (yoy). Bahkan Gubernur BI mengungkapkan bahwa transaksi ekonomi melalui digital meningkat hingga 60,8% dibanding tahun 2019 (Setyono, 2021). Ini mengindikasikan bahwa transaksi ekonomi dengan menggunakan *digital banking* menjadi keniscayaan dan kebutuhan masyarakat.

Perbankan sebagai sektor jasa keuangan merupakan sektor yang lebih cepat merespon dan menerapkan perkembangan TI dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Inovasi transaksi perbankan dalam bentuk *M-Banking* dapat memberikan layanan yang hemat biaya kepada sejumlah nasabah, memudahkan nasabah melakukan transaksi keuangan seperti cek saldo, transfer dana, pembayaran tagihan pemesanan barang di mana pun dan kapan pun (Dhingra dan Gupta, 2020).

Perkembangan TI dalam perbankan yang lebih dulu dilakukan juga dilakukan lembaga keuangan Non Bank yang dikenal dengan BMT. Penggunaan TI bagi BMT dimaksudkan untuk mempermudah transaksi dengan anggota. Pemanfaatan TI dalam operasional BMT menjadikan kegiatan BMT baik berkaitan dengan cek simpanan, angsuran pembiayaan, transfer, pembelian dan pembayaran dapat dilakukan dengan mudah karena bisa langsung diakses secara langsung melalui HP (Wibowo, 2020).

Menurut laporan PBMT Indonesia bahwa anggota BMT yang telah menggunakan *technology informasi* secara online sebanyak 144 BMT. Salah satu BMT yang mengembangkan jasa layanan berbasis TI sistem adalah Tamzis (Rambe, n.d.). Tamzis adalah salah satu BMT Nasional dari segi kegiatan sama dengan perbankan yaitu penghimpunan dana dan penyaluran dana. Jumlah anggota 168.935 anggota. Jumlah laki laki 76,424 orang atau sebesar 45 %, dan anggota perempuan 92.511 orang sebesar 55 %. Keberadaan anggota ini berada di 30 kabupaten atau kota beroperasi di 4 propinsi dengan 52 cabang (Tamzis, 2021) .

Jasa layanan TI yang dikembangkan Tamzis adalah M-Tamzis. M-Tamzis merupakan aplikasi yang bertujuan untuk memberikan kemudahan berbagai transaksi finansial untuk anggota Tamzis. Sebagaimana layaknya *M-Banking* dalam perbankan, M-Tamzis juga terdapat fitur fitur yang dapat dimanfaatkan anggota untuk melakukan berbagai macam pembayaran. Dapat digunakan untuk Top Up OVO, Gopay. Dengan M-Tamzis juga dapat digunakan untuk membayar angsuran pembiayaan, membayar tagihan listrik, PDAM, pembelian pulsa, paket data dan lain lain¹.

Banyak kemanfaatan dan kemudahan dengan M-Tamzis ternyata tidak sebanding dengan anggota yang memiliki niat untuk menggunakan terlebih menggunakan senyatanya. Padahal jasa layanan M-Tamzis sudah di *launching* sejak 5 tahun yang lalu atau sejak tahun 2018. Saat ini anggota yang melakukan aktifasi M-Tamzis sebesar 26.000 dari total anggota. (Wawancara; 8 Oktober 2022).

¹ <https://www.tamzis.id/page/22-M-Tamzis> (akses, 25 Oktober 2022)

Adanya *gap* (kesenjangan) anggota yang memanfaatkan layanan M-Tamzis ini menjadi motivasi penulis untuk melakukan penelitian mengenai faktor faktor yang mempengaruhi anggota Tamzis menggunakan layanan M-Tamzis. Sehingga Tamzis dapat mempertimbangkan aspek apa saja yang perlu ditingkatkan sehingga penerimaan anggota terhadap M-Tamzis dapat optimal.

Guna menyelidiki faktor faktor yang mempengaruhi penggunaan anggota terhadap M-Tamzis, penulis menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai landasan teori untuk menjelaskan faktor penerimaan teknologi. Davis (1989) dalam TAM menyatakan bahwa penerimaan teknologi memiliki dua faktor yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) dan persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) sebagai faktor pengguna teknologi.

Davis (1989) mendefinisikan *Perceived Ease Of Use* dengan sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan mudah. Sedangkan *Perceived Of Usefulness* adalah sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan hasil kerjanya. Dua faktor internal ini berdampak pada sikap seorang terhadap teknologi sehingga mempengaruhi niat perilakunya. Sikap positif akan membangun niat baik terhadap teknologi yang pada akhirnya menentukan penggunaan yang sebenarnya.

Menurut Rahayu (2022), tujuan dari teori TAM adalah penggunaan teknologi yang sebenarnya (*Actual Use*), sehingga proses sebelum seorang menggunakan sebenarnya harus membentuk niat perilaku (*Behavioral Intention*) sebagai faktor seorang menggunakan teknologi. Pilihan peneliti menggunakan teori ini dengan mempertimbangkan fakta. Pertama, TAM merupakan salah satu Model

yang paling banyak diterapkan untuk menjelaskan penerimaan teknologi dan perilaku penggunaannya. Kedua, TAM dianggap sebagai model yang paling menonjol karena mencakup faktor-faktor yang spesifik, sederhana dan mudah dipahami (Wangpipatwong *et al.* 2008). Selain ada kelebihan dalam TAM, TAM juga menerima banyak kritik seperti TAM terlalu fokus pada pengguna individu dengan mengabaikan proses sosial yang esensial dari pengembangan dan implementasi sistem informasi (Rahayu, 2022).

Wang *et al.*(2003) menyatakan konstruksi dasar TAM tidak sepenuhnya mencerminkan pengaruh spesifik dari faktor penerimaan teknologi dan konteks penggunaan. Oleh karena itu, memerlukan pencarian faktor tambahan di luar TAM yang lebih baik untuk memprediksi penerimaan *M-Banking*.

Berangkat dari adanya sisi kelemahan dari TAM, peneliti mengembangkan TAM dengan menambah variabel lain selain dua faktor dalam TAM yaitu dengan variabel persepsi kredibilitas, persepsi harga, persepsi fitur dan niat menggunakan. Sebagai kontrol dalam analisis penulis menyertakan aspek demografi seperti jenis kelamin, Usia, pendidikan, tujuan penggunaan, tahun menggunakan M-Tamzis. M-Banking selain M-Tamzis dan domisili.

Menurut Wang *et al.*(2003) persepsi kredibilitas perlu ditambahkan dalam variabel penerimaan teknologi karena secara empiris telah terbukti bahwa persepsi kredibilitas telah mempengaruhi *user acceptance*. Selain itu adanya penambahan persepsi kredibilitas disebabkan banyaknya penipuan dan pengamaan data privasi jika terjadi kesalahan yang tidak sengaja. Berdasarkan hal itu Wang *et al.*(2003) memasukkan keamanan dan privasi sebagai persepsi kredibilitas.

Menurut Kotler (1997) *price* (harga) merupakan penentu utama pilihan konsumen saat membeli barang dan atau jasa. Kotler dan Keller (2012) mengatakan *Price* (harga) adalah bauran pemasaran yang sangat berpengaruh terhadap pemasaran selain produk, lokasi dan promosi. Berdasarkan hal tersebut persepsi harga penting dimasukkan sebagai faktor penerimaan teknologi.

Faktor lain penerimaan terhadap teknologi adalah ketersediaan fitur. Fitur yang baik akan mendorong pengguna bisa memenuhi kebutuhannya. Kotler dan Keller (2012) menjelaskan bahwa fitur merupakan ciri bagi sebuah produk dan menjadi pelengkap fungsi dasar bagi produk. Gerrard dan Cunningham (2003) menyatakan bahwa kemampuan untuk melakukan inovasi dalam layanan guna memenuhi kebutuhan nasabah menjadi faktor penerimaan *M-banking*. Menurut Iqbal *et al.* (2021) ketersediaan fitur dapat menjadi motivasi nasabah menggunakan *M-banking*.

Sebagaimana yang dikemukakan Rahayu (2022) bahwa tujuan dari teori TAM adalah penggunaan teknologi yang sebenarnya (*Actual Use*), sehingga proses sebelum seorang menggunakan sebenarnya TAM harus membentuk niat perilaku (*Behavioral Intention*) sebagai faktor seorang menggunakan teknologi. Menurut Heryanta (2019) perilaku terjadi disebabkan karena adanya niat (*intention*) untuk melakukan tindakan.

Penelitian penerimaan teknologi dengan dasar TAM dan pengembangannya telah banyak dilakukan dengan hasil yang tidak konsisten. Wang *et al.* (2003) menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kredibilitas (*Perceived*

Credibility) berpengaruh signifikan terhadap penerimaan internet banking. Ramadhan dan Herianingrum (2017) menunjukkan dalam penelitiannya bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kredibilitas secara signifikan mempengaruhi niat nasabah untuk menggunakan *M-Banking*. Rendi Suseno (2019) dalam penelitian menggunakan TAM yang dikembangkan dengan variabel *Trust* (kepercayaan) dan hasilnya menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan dan variabel kegunaan memberikan pengaruh positif terhadap sikap nasabah menggunakan M-Banking.

Penelitian yang menunjukkan hasil berbeda dengan sebelumnya dilakukan Nuraini (2020) menyatakan bahwa *Perceived Ease Of Use* (PEOU) tidak berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention To Use*. Enggar (2018) menggabungkan TAM dan UTAUT 2 dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, nilai harga tidak mempengaruhi perilaku terhadap niat menggunakan M-Banking. Penelitian Rahayu (2022) juga menunjukkan hasil berbeda dengan penelitian sebelumnya, yaitu persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan pembayaran elektronik. Penelitian Afghani dan Yulianti (2017), menunjukkan bahwa faktor keamanan dan risiko tidak berpengaruh terhadap adopsi layanan E-Banking. Penelitian Mufingatun dan Prijanto (2020), Arahita & Hatammimi (2015) menunjukkan bahwa persepsi kredibilitas tidak mempengaruhi niat untuk menggunakan M-Banking.

Penelitian tentang harga dilakukan oleh Dhingra dan Gupta (2020) hasilnya nilai harga tidak berpengaruh positif terhadap seorang untuk menggunakan M-Banking. Sebaliknya, Alalwan *et al*, (2017) menunjukkan bahwa nilai harga secara

signifikan dan positif mempengaruhi niat nasabah Bank Yordania untuk menggunakan M-banking. Penelitian Ramadhan dan Herianingrum (2017) menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan M-banking.

Iqbal *et al.*(2021) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa keberadaan fitur berpengaruh positif terhadap nasabah menggunakan M-Banking. Sementara penelitian Sihotang (2016) bahwa ketersediaan fitur tidak mempengaruhi niat menggunakan *internet banking*.

Penelitian dengan objek M-Tamzis telah dilakukan oleh Widiastuti (2019), Ghiffary (2020), kedua peneliti ini hanya menjelaskan aspek penerapan atau implementasi M-Tamzis bagi anggota, dimulai dengan donload aplikasi, selain itu penelitian ini juga menjelaskan kelebihan dan kekurangan M-Tamzis.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin menjelaskan faktor penerimaan anggota Tamzis dalam menggunakan M-Tamzis dengan mengacu TAM sebagai dasar teori serta menambah variabel persepsi kredibilitas, persepsi harga, persepsi fitur dan niat menggunakan.

Penelitian ini menguji kembali berbagai variabel yang menunjukkan inkonsistensi hasil dari variabel yang menjadi faktor prediktor dalam penelitian sebelumnya. Kebaruan penelitian ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini ada dua hal yang ingin dicapai yaitu menguji niat menggunakan (*Behavioral Intention*) dan menggunakan sebenarnya (*Actual use*). Sementara dalam penelitian sebelumnya hanya berhenti pada niat menggunakan (*behavioral intention*). Berdasarkan itu penulis mengambil judul, “MODEL PENERIMAAN

TEKNOLOGI (TAM) BAGI ANGGOTA KSPPS TAMZIS DALAM MENGGUNAKAN M-TAMZIS

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang, penulis merumuskan masalah sebagai berikut;

1. Apakah persepsi kemudahan menggunakan M-Tamzis berpengaruh bagi anggota untuk menggunakan M-Tamzis
2. Apakah persepsi kegunaan M-Tamzis berpengaruh bagi anggota untuk menggunakan M-Tamzis
3. Apakah persepsi kredibilitas M-Tamzis berpengaruh bagi anggota untuk menggunakan M-Tamzis
4. Apakah persepsi harga M-Tamzis berpengaruh bagi anggota untuk menggunakan M-Tamzis
5. Apakah persepsi fitur M-Tamzis berpengaruh bagi anggota untuk menggunakan M-Tamzis
6. Apakah niat menggunakan M-Tamzis berpengaruh bagi anggota Tamzis dalam menggunakan senyatanya M-Tamzis

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut penelitian ini bertujuan ;

1. Menganalisis apakah persepsi kemudahan menggunakan berpengaruh bagi anggota dalam menggunakan M-Tamzis
2. Menganalisis apakah persepsi kegunaan/manfaat berpengaruh bagi anggota dalam menggunakan M-Tamzis

3. Menganalisis apakah persepsi kredibilitas berpengaruh bagi anggota dalam menggunakan M-Tamzis
4. Menganalisis apakah persepsi harga berpengaruh bagi anggota dalam menggunakan M-Tamzis
5. Menganalisis apakah persepsi fitur berpengaruh bagi anggota dalam menggunakan M-Tamzis
6. Menganalisis apakah niat menggunakan berpengaruh bagi anggota dalam menggunakan senyatanya M-Tamzis.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian diharapkan dapat berguna:

- 1) Secara Teoritis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dalam bidang akademik, kaitannya dengan faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi dalam hal ini M-Tamzis khususnya bagi lembaga keuangan Non Bank yaitu BMT/KSPPS dengan menggunakan TAM yang diperluas.
- 2) Manfaat Praktis. Bagi BMT Tamzis penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk meningkatkan produk dan layanan M-Tamzis agar anggota tertarik untuk menggunakan senyatanya M-Tamzis juga sebagai sarana memperoleh tambahan pendapatan berdasarkan *fee based income*

E. Sistematikan Pembahasan

BAB 1: PENDAHULUAN

Pembahasan dalam bab ini meliputi: Latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II: LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA

Pembahasan dalam bab ini meliputi: Landasan teori, kerangka teoritik, kajian pustaka dan pengembangan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pembahasan dalam bab ini meliputi: Metode penelitian, jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional, teknik pengumpulan data dan teknik analisa data

BAB IV: ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Pembahasan dalam bab ini meliputi: gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V: PENUTUP

Pembahasan dalam bab ini meliputi: kesimpulan, keterbatasan dan rekomendasi serta daftar pustaka dan lampiran lampiran yang digunakan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji penelitian dan pembahasan, maka akan ditarik kesimpulan untuk menjawab beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini.

1. Persepsi kemudahan menggunakan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan M-Tamzis. Berdasarkan statistik anggota atau responden setuju terhadap variabel ini. Artinya seorang bisa saja setuju dan mempunyai persepsi yang baik terhadap teknologi hanya saja dalam hal menggunakan M-Tamzis tidak ada niat.
2. Persepsi kegunaan menggunakan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan M-Tamzis. Berdasarkan statistik anggota atau responden setuju terhadap variabel ini. Artinya seorang bisa saja setuju dan mempunyai persepsi yang baik terhadap penggunaan teknologi hanya saja dalam hal menggunakan M-Tamzis belum mendapat manfaat yang dirasakan sehingga tidak ada niat menggunakan.
3. Persepsi kredibilitas tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan M-Tamzis. Secara statistik responden atau anggota setuju bahwa kredibilitas adalah hal penting dalam penggunaan teknologi. Artinya seorang yang setuju belum tentu berminat menggunakan teknologi dalam hal ini M-Tamzis.
4. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat anggota menggunakan M-Tamzis. Hal ini menunjukkan seorang akan menggunakan

layanan M-Tamzis jika harga itu rendah atau sesuai dengan manfaat yang didapatkan maka anggota akan niat menggunakannya.

5. Persepsi fitur berpengaruh terhadap positif dan signifikan terhadap niat anggota menggunakan M-Tamzis. Hal ini menunjukkan bahwa fitur menjadi faktor anggota memiliki niat menggunakan M-Tamzis. Semakin baik fitur yang dapat digunakan anggota untuk memenuhi kebutuhan dalam transaksi maka anggota akan memiliki niat menggunakan M-Tamzis.
6. Niat menggunakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan senyatanya. Tujuan TAM adalah penggunaan senyatanya dari teknologi. Penggunaan senyatanya dari teknologi harus melewati proses niat. Adanya niat menggunakan yang kuat akan menjadi sebab anggota menggunakan M-Tamzis senyatanya.

B. Keterbatasan dan Rekomendasi

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama penelitian ini mendasarkan kelemahan dari teori *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikemukakan oleh Davis dalam penerimaan teknologi. Banyak peneliti menyebutkan perlunya faktor lain dalam penerimaan teknologi selain dalam TAM yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Dalam penelitian ini peneliti memasukkan persepsi kredibilitas, persepsi harta, persepsi fitur, niat. Nyatanya variabel tambahan penerimaan teknologi yaitu persepsi harga, persepsi fitur dan niat berpengaruh positif dan signifikan. Sementara persepsi kemudahan menggunakan, persepsi kegunaan dan persepsi kredibilitas tidak berpengaruh. Kedua model yang dikembangkan dalam penelitian hanya 6

hipotesis.

Menyadari adanya kelemahan dalam penelitian ini, maka penelitian lanjutan perlu dikembangkan. Untuk itu peneliti merekomendasikan. Pertama perlu adanya variabel lain dalam penerimaan teknologi diluar variabel yang peneliti lakukan dengan memasukkan aspek religiositas, lingkungan sosial. Kedua, adanya dua variabel dalam teori TAM yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* yang tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan peneliti merekomendasikan menambah data mengingat dalam penelitian ini adanya *gap* jumlah populasi yang sudah diketahui dengan jumlah sampel. Ketiga mengembangkan model lebih lanjut agar hasil penelitian lebih sempurna.

Adapun rekomendasi bagi Tamzis secara umum anggota atau responden setuju dengan variabel hanya saja perlu ditingkatkan sosialisasi tentang M-Tamzis kepada anggota berkaitan dengan kemudahan dalam menggunakan, kemanfaatan jika menggunakan, serta aspek keamanan ketika menggunakan layanan M-Tamzis. Selain itu dari sisi layanan termasuk fitur juga perlu ditingkatkan sehingga anggota ketika mengeluarkan biaya atau harga atas layanan yang digunakan merasakan kepuasan.

DAFTAR PUSTAKA

- 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>.
- Ahmad & Pambudi,B,S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking Bri). *Jurnal Studi Manajemen* 8: 1699.
- Alalwan, A, A., Dwivedi,Y,K & Rana, N, P. (2017). Factors Influencing Adoption of Mobile Banking by Jordanian Bank Customers: Extending UTAUT2 with Trust. *International Journal of Information Management* 37 (3): 99–110. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002>.
- Al-Gahtani, S. (2001). “The Applicability of TAM Outside North America: An Empirical Test in the United Kingdom.” *Information Resources Management Journal (IRMJ)* 14 (3): 37–46. <https://doi.org/10.4018/irmj.2001070104>.
- Algaoud, M, K, L & Latifa, M. (2001). *Perbankan Syariah/ Islamic Banking*. Edited by Dedi Slamet Riyadi. Pertama. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta.
- Amalia, E . (2016). *Keuangan Mikro Syariah*. Bekasi, Gramata Publishing.
- Arahita, C, L., & Hatammimi, J. (2015). Factors Affecting the Intention to Reuse Mobile Banking Service. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)* 4 (4): 15–23. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v4i4.15>.
- Azra, A.(2003). *Berderma Untuk Semua*. Jakarta: Teraju.
- Bakhtiar, M. R., Kartika, E & Listyawati,E. (2020). Faktor-Faktor Pengaruh Minat Nasabah Pengguna Internet Banking Bank Syariah Mandiri. *Al Tijarah* 6 (3): 156. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5696>.
- Bharti M. (2016). Journal of Internet Banking and Commerce Impact of Dimensions of Mobile Banking on User Satisfaction. *Journal of Internet Banking and Commerce* 21 (1): 1–22. <http://www.icommercecetral.com>.
- Cahyani, U, E., Hanafi, S, M., & Masruri,S.(2022). The Nexus Between University Support and Entrepreneurial Mindset: Does Entrepreneurship Education Matter? *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship* 8 (3): 351–62. <https://doi.org/10.17358/ijbe.8.3.351>.
- Chuchuen, C. (2016). The Perception of Mobile Banking Adoption: The Study of Behavioral, Security, and Trust in Thailand. *International Journal of Social Science*

and *Humanity* 6 (7): 547–50. <https://doi.org/10.7763/ijssh.2016.v6.708>.

Chuttur, M. (2009). Overview of the Technology Acceptance Model: Origins, Developments and Future Directions. *Sprouts: Working Papers on Information Systems* 9 (37).

Clemes, M. D., Gan, C & Du, J. (2012). The Factors Impacting on Customers' Decisions to Adopt Internet Banking. *Banks and Bank Systems* 7 (3): 33–50.

Davis, F. D. (1985). A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results. *Management Ph.D.* (May): 291. <https://doi.org/oclc/56932490>.

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13 (3): 319–39. <https://doi.org/10.2307/249008>.

Dhingra, S., & Gupta, S. (2020). Behavioural Intention to Use Mobile Banking: An Extension of UTAUT2 Model. *International Journal of Mobile Human Computer Interaction* 12 (3): 1–20. <https://doi.org/10.4018/IJMHCI.2020070101>.

Diah, P., Pitanatri, S & Politeknik Pariwisata Bali. (2019). *Buku Ajar Dasar-Dasar Pemasaran*. Bali: Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali. at: <https://www.researchgate.net/publication/330727157>.

Duryadi (2021). *Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis Dan Analisis Menggunakan SmartPLS*. Edited by Josep Teguh Santoso. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik dengan Universitas STEKOM. https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_907f9e363ca6694b9a81cbccf96875b699575cd1_1640309725.pdf.

Enggar, J, S. (2018). The Analysis of Individual's Behavioral Intention in Using Mobile Banking Based on TAM and UTAUT 2. Tesis. Unibraw Malang.

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>.

Fishbein, M., & Ajzen, I. 1975. *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. <https://people.umass.edu/aizen/pubs/book/ch7.pdf>.

Furadantin, N, R. (2018). Analisis Data Menggunakan Aplikasi SmartPLS v.3.2.7 2018." *Academia (Accelerating the World's Research)*, 1–8. https://www.academia.edu/38055252/Analisis_Data_Menggunakan_Aplikasi_Smart_PLS_v_3_2_7_2018.

Gerrard, P., & Cunningham, J, B. (2003). The Diffusion of Internet Banking among Singapore Consumers. *International Journal of Bank Marketing* 21 (1): 16–28.

<https://doi.org/10.1108/02652320310457776>.

Ghiffary, A, F. (2020). Implementasi M-Tamzis Pada Kspps Tamzis Bina Utama Kantor Cabang Kotagede Yogyakarta. Laporan Tugas Akhir. UII.

Ghozali, I & Latan, H. (2015). *PARTIAL LEAST SQUARES KONSEP,TEKNIK DAN APLIKASI Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. 2nd ed. Semarang: Badan Penerbit-UNDIP.

Hadi, S., & Novi, N. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan* 5 (1): 55. <https://doi.org/10.12928/optimum.v5i1.7840>.

Hayes, F, E, V & Samuel, L. (2007). *Hukum Keuangan Islam Konsep, Teori Dan Praktek*. Edited by Abdul Mughits. Pertama/ t. Bandung: Penerbit Nusamedia.

Heryanta, J.(2019). Pengaruh Behavioral Intention Terhadap Actual Use Pengguna GO-JEK Indonesia Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model Dan Innovation Diffusion Theory. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya* 7 (2): 1–11. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5754>.

Huda, M, Q., Hidayah, N, A., & Putra, S, J. (2016). A Study of Social Technology Use in State Islamic University (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta. *Proceedings of 2016 4th International Conference on Cyber and IT Service Management, CITSM 2016*, no. Citsm. <https://doi.org/10.1109/CITSM.2016.7577581>.

<https://www.dar-alifita.org/>.” <https://www.dar-alifita.org/ar/fatawa/15661/>-فوايد-البنوك-
وحكم-الانتفاع-بها

<https://almasryalyoum.com/news/details/2707844>.

Iska, S. (2012). *Sistem Perbankan Syariah Di Indonesia Dalam Perspektif Fiqih Muamalah*. Edited by Eficandra. Pertama. Yogyakarta: Fajar Media Press.

Iqbal, J., Heriyani, H., & Rahmah, I. (2021). Pengaruh Kemudahan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Global Financial Accounting Journal* 5 (2): 25. <https://doi.org/10.37253/gfa.v5i2.6001>.

Kaleem, A & Ahmad, S. (n.d). Bankers Perceptions of Electronic Banking in Pakistan. *Journal of Internet Banking and Commerce*. <https://www.icommercecentral.com/open-access/bankers-perceptions-of-electronic-banking-in-pakistan.php?aid=38400>.

Kasmir (2004). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.

Kasdi, Abdurrohman. 2013. “Analisis Bunga Bank Dalam Pandangan Fiqih” 6 (2): 319–42. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21043/iqtishadia.v6i2.1111>

- Kemenag RI. 2018. *AL-QUR'ANKU, Al-Quran Hafalan Dan Terjemahan*. Depok: AL-HUDA.
- Kertajaya, H & Sakir, M. (2006). *Syariah Maarketing*. Bandung. Mizan.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Bahasa Ind. PT Prenhalindo ,.
- Kotler, P, & Keller, K,L. (n.d). *Marketing Management*.
- Latif, C, S. (2017). Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*.
<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/4163>.
- Latifah, S, W, & Khomariyah, H. (2020). Ease Of Use, Service Features And Information Security Risks Against Interest In Transactions Financial Technology During The Covid-19 Pandemic. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan* 10 (3): 572–83.
<https://doi.org/10.22219/jrak.v10i3.14678>.
- Le-Hoang, P, V. (2021). Intention to Use M-Banking Application: An Empirical Study in Ho Chi Minh City. *Independent Journal of Management & Production* 12 (2): 637–53. <https://doi.org/10.14807/ijmp.v12i2.1256>.
- Mufingatun, & Prijanto, B. (2020). Analysis of Factors Affecting Adoption of Mobile Banking Application in Indonesia. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 10 (1): 31–44. <https://doi.org/10.15408/ess.v10i1.13972>.
- Muhammad (2008). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Muhammadiyah, Majelis Tarjih dan Tajdid PP. (2006). Fatwa Majelis Tarjih Dan Tajdid Pimpinan Pusat Muhammadiyah.
- MUI. (2004). “Bunga (Interest/Fa’idah).” <https://mui.or.id/wp-content/uploads/files/fatwa/32.-Bunga-InterestFaidah.pdf>.
- Nisa, D, D., Ariyani, T, S & Oktaviani, K. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Layanan Internet Banking Mandiri. *Jurnal Manajemen Maranatha* 13 (1): 73–89.
<https://doi.org/https://doi.org/10.28932/jmm.v13i1.143>.
- Nuraini, L. (2020). Aplikasi Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking Di Kota Tangerang. *Jurnal Ekonobi Bisnis* 26: 775–88.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33592/jeb.v27i2.2290>.
- Pembiayaan, Kemenkop Deputi Bidang. (2015). *Himpunan Peraturan Bidang Pembiayaan*. Jakarta.

- Perhimpunan BMT Indonesia. (2020). *Haluan BMT 2020*.
- Poon, W, C. (2008). Users' Adoption of e-Banking Services: The Malaysian Perspective. *Journal of Business and Industrial Marketing* 23 (1): 59–69. <https://doi.org/10.1108/08858620810841498>.
- Purwanto, A, & Sudargini, Y. (2021). Partial least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Analysis for Social and Management Research : A Literature Review. *Journal of Industrial Engineering & Management Research* 2 (4): 114–23. [https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.7777/jiemar.v2i4.168](https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.7777/jiemar.v2i4.168).
- Rahayu, R. (2022). Factors That Influence the Behavioural Intention to Use E-Payments in Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 6 (1): 116. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.504>.
- Ramadhan, R, & Herianingrum, S. (2017). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, Dan Persepsi Harga Terhadap Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 4 (6): 478. <https://doi.org/10.20473/vol4iss20176pp478-492>.
- Rambe, M. (n.d). Laporan Perhimpunan BMT Indonesia.
- Rendi, S. (2019). The Attitude And Real Customer's Behavior Using Mobile Banking In Bank Jatim Pare. *Management and Economics Journal* Volume 3. <https://doi.org/https://doi.org/10.18860/mec-j.v3i3.6271>.
- Rida, M, R. (1986). *Al-Ribā Wa Al-Mu'āmalāt Fī Al-Islām*. Beirut: Dar Ibn Zaydun
- Risma & Badarudin. (2021). Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak). *Jurnal Margin* 1 (1): 1–13.
- Rizky, A. (2007). *BMT Fakta Dan Prospek*. Pertama. Yogyakarta: UCY Press.
- Sarstedt, M., Ringle, C, R & Hair, J, F. (2020). *Handbook of Market Research. Handbook of Market Research*. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8>.
- Sekaran, U & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business; A Skill-Building Approach*. SEVENTH ED. United Kingdom.
- Serener, B. (2016). Statistical Analysis of Internet Banking Usage with Logistic Regression. *Procedia Computer Science* 102 (August): 648–53. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2016.09.456>.
- Setyono, J. (2021). “Determinan Niat Menggunakan Digital Banking Perbankan Syariah: Pengembangan Unified Theory Of Acceptance And Use Of Tecnology 2 (UTAUT2) https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=AbAeG

WwAAAAJ&citation_for_view=AbAeGWwAAAAJ:MXK_kJrxJIC. Disertasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

- 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): 127–42. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v13i2.127-142>.
- Sihotang, E.T. (2016). Faktor Penentu Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Internet Banking. *Kinerja : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 13. <https://doi.org/DOI:10.29264/jkin.v13i1.322>.
- Simbolon, M. (2008). Persepsi Dan Kepribadian. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 2 (1): 52–66. <https://jurnal.unai.edu/index.php/jeko/article/view/516>.
- Sudiarti, S. (2018). *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Edited by Isnaini Harahap. Sumatera Utara: Febi UIN-SU Press.
- Sugiyono (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cet ke 3. Bandung.
- Syihab, M, Q. (2002). *Tafsir Al-Misbah, Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an*.
- Tamzis. (2020). M-Tamzis Sebagai Pintu Gerbang Memasuki Industri Keuangan Digital. Wonosobo.
- Tamzis. (2021). 30 Tahun TAMZI Digitalizing Happines. Wonosobo.
- Tiwari, P & Tiwari, S, K. (2020). Integration of Technology Acceptance Model with Perceived Risk, Perceived Trust and Perceived Cost: Customer's Adoption of m-Banking. *International Journal on Emerging Technologies* 11 (2): 447–52. https://www.researchgate.net/publication/342078347_Integration_of_Technology_Acceptance_Model_with_Perceived_Risk_Perceived_Trust_and_Perceived_Cost_Customer's_Adoption_of_M-Banking/link/5ef2113f299bf1c5c8dbb125/download.
- Tang, T, I., Lin, H, H., Wang, Y, S., Wang, Y,M. (2004). Toward An Understanding of the Behavioral Intention to Use Mobile Banking Services.” In *Association for Information Systems. PACIS 2004 Proceedings*. <https://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1274&context=pacis2004>.
- Umar, A, U, A. I2023). Hijrah Intention Dan Keputusan Nasabah Menggunakan BANK SYARIAH: Pengembangan Theiry of Planned Behavior. 2023. Tesis. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Venkatesh, V., & Davis, F,D. (1996). “A Model of the Antecedents of Perceived Ease of Use: Development and Test.” *Decision Sciences* 27 (3): 451–81. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.1996.tb00860.x>.
- Wang, Y, S., Wang, Y, M., Lin,H, H & Tang, T, I. (2003). Determinants of User

Acceptance of Internet Banking: An Empirical Study. *International Journal of Service Industry Management* 14 (5): 501–19.
<https://doi.org/10.1108/09564230310500192>.

Wangpipatwong, S., Chutimaskul, W & Papasratorn, B. (2008). Understanding Citizen 's Continuance Intention to Use e- Government Website: A Composite View of Technology Acceptance Model and Computer Self-Efficacy. *The Electronic Journal of E- Government* 6 (1): 55–64.

Wibowo, A. (2008). Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi. *Jurnal UBL*, no. Universitas Budi Luhur, Jakarta: 1–9.
https://www.researchgate.net/publication/228997997_Kajian_Tentang_Perilaku_Pengguna_Sistem_Informasi_Dengan_Pendekatan_Technology_Acceptance_Model_TAM.

Widiastuti, O. (2019). Analisis Penerapan Teknologi M-Tamzis Bagi Anggota Pada KSPPS Tamzis Bina Utama Kantor Cabang Secang, Magelang. Tugas Akhir. UIN Walisongo Semarang.

Wibowo, K, A.2020. Analisis Perilaku Penerimaan Teknologi Para Pengelola Bmt Anggota Perhimpunan Bmt Indonesia. Disertasi. UII

Yahdiyani (2018). *Pengaruh Brand Equity, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Bsm Net Banking*. Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Zeithaml, V, A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing* 52 (3): 2–22.
<https://doi.org/10.1177/002224298805200302>.

Zulkarnaen, M. (2018). Analisis Keperilakuan Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Menggunakan E-Filing Pajak. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya* 4 (March): 763–73. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5186>.