

**ADOPSI *MOBILE BANKING*: PENGEMBANGAN UNIFIED THEORY OF  
ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT 2) PADA  
NASABAH BSI PROVINSI RIAU**



**TESIS**

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

**OLEH:  
LUKLUIL MUKARROMAH  
NIM: 21208011004**

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

**2023**

**ADOPSI *MOBILE BANKING*: PENGEMBANGAN UNIFIED THEORY OF  
ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT 2) PADA  
NASABAH BSI PROVINSI RIAU**



**TESIS**

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

**OLEH:**

**LUKLUIL MUKARROMAH**

**NIM: 21208011004**

**PEMBIMBING:**

**Dr. JOKO SETYONO, SE., M.Si**

**NIP: 19730702 200212 1 003**

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

**2023**



## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1847/Un.02/DEB/PP.00.9/12/2023

Tugas Akhir dengan judul : ADOPSI MOBILE BANKING: PENGEMBANGAN UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT 2) PADA NASABAH BSI PROVINSI RIAU

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : LUKLUIL MUKARROMAH, SE  
Nomor Induk Mahasiswa : 21208011004  
Telah diujikan pada : Jumat, 08 Desember 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: 6585806ea2537



Penguji I  
Dr. Darmawan, SPd.,MAB  
SIGNED

Valid ID: 6582893a80e0d



Penguji II  
Dr. Ibi Satibi, S.H.I., M.Si  
SIGNED

Valid ID: 658565dec0f9a



Yogyakarta, 08 Desember 2023  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 65870714df215

## HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

Hal : Tesis Saudari Lukluil Mukarromah

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 pemimbing berpendapat bahwa tesis saudara:

Nama : Lukluil Mukarromah  
Nim : 21208011016  
Jusul Tesis : **Adopsi *Mobile Banking*: Pengembangan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (Utaut 2) Pada Nasabah Bsi Provinsi Riau**

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 dimunaqosyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*

Yogyakarta, 17 November 2023  
Pembimbing



**Dr. JOKO SETYONO, SE., M.Si**  
NIP: 19730702 200212 1 003

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

*Assalamualaikum, Wr.Wb.*

Saya Yang Bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lukluil Mukarromah  
NIM : 21208011004  
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Tesis

Menyatakan bahwa tesis saya yang berjudul **“Adopsi *Mobile Banking*: Pengembangan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (Utaut 2) Pada Nasabah Bsi Provinsi Riau”** 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 ada pada penulis.

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

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 17 November 2023

Hormat Saya



**Lukluil Mukarromah**

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

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

Nama : Lukluil Mukarromah

NIM : 21208011004

Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Adopsi *Mobile Banking*: Pengembangan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (Utaut 2)* Pada Nasabah Bsi Provinsi Riau”**

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



**Lukluil Mukarromah**

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN  
AKADEMIK**

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

Nama : Lukluil Mukarromah  
NIM : 21208011004  
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Tesis

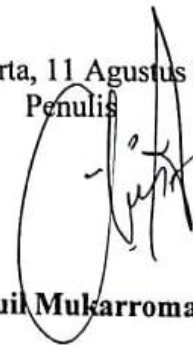
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*non-exclusive  
royalty free right*) karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Adopsi *Mobile Banking*: Pengembangan Unified Theory of Acceptance and  
Use of Technology 2 (Utaut 2) Pada Nasabah Bsi Provinsi Riau”**

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

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 11 Agustus 2023  
Penulis



**Lukluil Mukarromah**

## MOTTO

"Tuntutlah ilmu, tapi tidak boleh melupakan ibadah, dan kerjakanlah ibadah tapi tidak boleh lupa pada ilmu." (Hassan Al Bashri)

"Ambil pelajaran dimasa lalu, jadikanlah motivasi untuk masa yang akan datang"

"Berjuang itu melelahkan, tapi kalau ingin kesuksesan, maka harus mau berjuang"





## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan *alhamdulillah* *rabbi 'alamin* dan rasa syukur yang dalam kepada Allah SWT dan Rasul-Nya, serta dukungan yang telah aku dapatkan. Aku persembahkan tesis ini untuk ayah dan ibuku tersayang. Terima kasih telah mengajarkan banyak hal dalam hidup dan membiarkanku mendapatkan apa yang aku mau. Anakmu akan terus berusaha sebaik mungkin memenuhi harapan kalian berdua, walaupun entah kapan itu akan terwujud. Selain itu, teruntuk orang-orang yang bertanya kapan aku pulang, kapan selesai kuliah, kapan selesai tesisnya. Terima kasih karena pertanyaan ini yang menyadarkanku menyelesaikan tesis ini dengan sebaik mungkin. Terima kasih teman-teman dan terima kasih juga sebesar-besarnya untuk almamaterku UIN Sunan Kalijaga



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

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

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Ṣā'	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Ẓāl	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīn	s	es
ش	Syīn	sy	es dan ye
ص	Ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	Tā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	el
م	Mīm	m	em
ن	Nūn	n	en
و	Wāwu	w	w
هـ	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	ﺀ	apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

### B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

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

### C. *Tā' marbūṭah*

Semua *tā' marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Ḥikmah</i>
علة	ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliyā'</i>

#### D. Vokal Pendek dan Penerapannya

_____	Fatḥah	ditulis	<i>A</i>
_____	Kasrah	ditulis	<i>i</i>
_____	Ḍammah	ditulis	<i>u</i>

فعل	Fatḥah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	ditulis	<i>ẓukira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	ditulis	<i>yaẓhabu</i>

#### E. Vokal Panjang

1. fatḥah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. fatḥah + yā' mati	ditulis	<i>ā</i>
تَنَسَى	ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + yā' mati	ditulis	<i>ī</i>
كريم	ditulis	<i>karīm</i>
4. Ḍammah + wāwu	ditulis	<i>ū</i>
mati	ditulis	<i>furūd</i>

فروض		
------	--	--

#### F. Vokal Rangkap

1. fathah + yā' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
2. fathah + wāwu mati	ditulis	<i>au</i>
قول	ditulis	<i>qaul</i>

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

أَنتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنَنْ شَكَرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

#### H. Kata Sandang Alif + Lam

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

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

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

السماء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
--------	---------	----------------

الشَّمْس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>
----------	---------	------------------

**I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat**

ذوى الفروض	Ditulis	<i>ḥawī al-furūḍ</i>
أهل السنّة	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

*Alḥamdulillāhirabbil'ālamīn*, segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, atas segala limpahan nikmat, rahmat, dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis atau tugas akhir dengan judul “**Adopsi Mobile Banking: Pengembangan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) Pada Nasabah BSI Provinsi Riau**” dengan sebaik-baiknya.

Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada suri tauladan umat manusia yakni Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat, tabi'in, tabi'ihim, ulama salaf, ahli madzhab dan seluruh umat muslim yang tetap istiqamah di jalan-Nya. Penulis dengan penuh kesadaran menyadari bahwa selama penelitian berlangsung, tesis ini tidak akan dapat diselesaikan tanpa adanya izin dari Allah SWT beserta dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu, sudah sepantasnya penulis mengucapkan rasa terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah dan selaku dosen penasihat akademik.
4. Bapak Dr. Joko Setyono, S.E., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Magister Ekonomi Syariah sekaligus dosen pembimbing yang senantiasa

memberi bimbingan, arahan, nasihat, kritik, saran dan motivasi dalam menyelesaikan naskah tesis ini.

5. Seluruh jajaran dosen dan pengajar di Program Studi Magister Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga yang senantiasa membimbing penulis semasa studi.
6. Seluruh pegawai dan staf tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga yang tidak bisa penulis sebut satu persatu.
7. Kepada kedua orang tua saya, ayah M. Muzammil dan ibu Siti Nur Machmudah yang selalu memberi cinta, kasih sayang, dan *support* terbesar.
8. Kakak-kakak dan adik-adikku tersayang, khusnul mubarak, syaiful ma'arif, Muhammad faiz daraini, Muhhammad Syauqi, dan seluruh keluarga besar yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
9. Teman-teman seperjuangan keluarga MES Angkatan 2021 semester ganjil terkhusus *group* MES A (Sarmilah, Syagiratul Afiah, Muhammad Mashduqi, Karima Maduningrum, Madinatul Munawwarah, Khairani Rizka Zulas, Muhammad Isbad Addainuri, Arini Izzati, Hidayah Lubis, Lestari Etika Suci, Ilham Basrian Jasuma Putra, Mursyid Al Fadhil, Triyani Aprilia, Risma Saraswati, Elsa Estiani, Ummi Kulsum, dan Wiqaya Azmi). Sahabat ngopi (Nanda Agung Aditya, Miftah, Zuhriyanto, Alan Budi Kusuma, Muhmmad As'ad, Budi Prihastoro, Fadlan Rumberu, Fathul Ma'arif, Aisyah Rahayu). Sahabat Riau (Muh. Rizki, Siti Hartinah, Muhamad Hafis, Nurhilal Nazri Arif, Deri Eka Putra, Lukluil Mukarromah dan seluruh keluarga besar HMPRY). Temen Tiktok *live streaming* yang nemenin nugas (cep iman, ken,



kapten kenz, bintang, lucky, oty, ardi, bebel, arriba, sagara, deting, adul, oyen). dan semua temen-temen yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Semoga semua kebaikan yang diberikan, Allah SWT balas dengan kebaikan berlipat ganda. Amiin.

Yogyakarta, 11 Agustus 2023

Penulis



**Lukluil Mukarromah**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMBUNG</b>	
<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN TESIS.....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xxi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xxii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xxiii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian.....	12
D. Sistematika Pembahasan .....	14

## **BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .... 16**

A. Landasan Teori.....	16
B. Perilaku Konsumen .....	16
C. <i>Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology</i> .....	17
D. <i>Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2</i> .....	21
E. Bank Syariah .....	26
F. <i>Mobile Banking</i> .....	27
G. Pandangan Islam Terhadap Teknologi.....	29
H. Kajian Pustaka.....	30
I. Kerangka Pemikiran.....	35
J. Hipotesis.....	36

## **BAB III METODE PENELITIAN ..... 47**

A. Jenis Penelitian .....	47
B. Jenis Dan Sumber Data.....	47
C. Teknik Pengumpulan Data .....	47
D. Variabel Dan Definisi Operasional.....	48
E. Instrumen Penelitian.....	52
F. Populasi Dan Sampel.....	55
G. Teknik Analisa Data .....	57

## **BAB IV PEMBAHASAN..... 63**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	63
---	----

B. Karakteristik Responden .....	64
C. Deskripsi Data Penelitian .....	71
D. Analisis Data Deskriptif .....	80
E. Hasil Pengujian Hipotesis .....	81
F. Pembahasan Hasil Uji SEM-PLS .....	96
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>133</b>
A. Kesimpulan .....	133
B. Implikasi .....	134
C. Keterbatasan .....	135
D. Saran .....	136
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>137</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>150</b>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Nilai Skor Kuesioner.....	50
Tabel 3.2 Definisi Operasional .....	50
Tabel 3.3 Instrumen Penelitian .....	54
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia .....	66
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	67
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	68
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan .....	69
Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Lama Memiliki.....	70
Tabel 4.7 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Penggunaan .....	71
Tabel 4.8 Karakteristik Berdasarkan <i>Mobile Banking</i> Yang Dimiliki Saat Ini Selain BSI <i>Mobile Banking</i> .....	72
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Performance Expectancy</i> ....	73
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Effort Expectancy</i> .....	74
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Social Influence</i> .....	75
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Facilitating Condition</i> .....	76
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Hedonic Motivation</i> .....	76
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Price Value</i> .....	77
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Habit</i> .....	78
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Personal Innovativeness</i> ...	79
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Trust</i> .....	79
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Security</i> .....	80
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Behavioral Intention</i> .....	81
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Use Behavior</i> .....	82
Tabel 4.21 <i>Convergent Validity</i> .....	84
Tabel 4.22 <i>Discriminant Validity</i> .....	87

Tabel 4.23 <i>Discriminant Validity Fornell Larcker</i> .....	88
Tabel 4.24 Uji Reliabilitas .....	90
Tabel 4.25 <i>R-Square</i> .....	91
Tabel 4.26 <i>Q-Square</i> .....	92
Tabel 4.27 Hasil Uji Hipotesis .....	93
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Performance Expectancy</i> ..	99
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Effort Expectancy</i> .....	103
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Social Influence</i> .....	106
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Facilitating Condition</i> .....	108
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Hedonic Motivation</i> .....	114
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Price Value</i> .....	116
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Habit</i> .....	119
Tabel 4.35 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Personal Innovativeness</i> ...	123
Tabel 4.36 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Trust</i> .....	127
Tabel 4.37 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Security</i> .....	130
Tabel 4.38 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Behavioral Intention</i> .....	133

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Research</i> Model UTAUT .....	22
Gambar 2.2 <i>Research</i> Model UTAUT 2 .....	26
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran .....	37
Gambar 4.1 Model Struktural .....	83



## ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi perbankan syariah pada era 5.0 menuntut adanya inovasi layanan perbankan agar mampu memaksimalkan kinerja pelayanan terhadap nasabah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel yang terdapat pada model UTAUT 2 dan variabel tambahan yang digunakan sebagai pengembangan model dalam menjelaskan niat dan perilaku pada adopsi BSI *mobile banking*. data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner *online* (*google form*) kepada 360 nasabah yang mengadopsi layanan BSI *mobile banking* dan kemudian dianalisis menggunakan teknik permodelan persamaan struktural (SEM-PLS versi 3.0). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *price value*, *habit*, dan *security* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention*. Sedangkan *habit*, *personal innovativeness*, dan *behavioral intention* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *use behavior* dan *effort expectancy* memiliki pengaruh namun negatif signifikan terhadap *behavioral intention*. Hasil empiris dalam penelitian ini memiliki implikasi bahwa perpanjangan model yang diajukan belum sepenuhnya dapat diterapkan sehingga tingkat adopsi masih perlu ditingkat.

**Kata kunci:** Perilaku Konsumen, *Mobile Banking*, UTAUT 2, niat, perilaku, adopsi teknologi.





## **ABSTRACT**

*The rapid development of islamic banking technoogy in the 5.0 era demands innovative banking services maximize performance in serving customers. The purose of this research is to determine the influence of the variables in the UTAUT 2 model and additional variables used as a model development in explaining intentions and behavior in adopting BSI mobile banking. Data were collected through distribution of online questionnaires (google form) to 360 customers who adopted BSI mobile banking services and then analyzed using structural equation modeling techniques (SEM-PLS version 3.0). The research results show that the variables of price value, habit and security variables have a significant positive influence on behavioral intention. Meanwhile, habit, personal innovativeness, and behavioral intention have a significant positive influence on use behavior, and effort expectancy has an influence but negative impact on behavioral intention. The empirical results in this study imply that the proposed model extension may not be fully implicable, indicating that the adoption level still needs improvement.*

**Keywords:** *Consumer Behavior, Mobile Banking, UTAUT 2, intention, behavior, technology adoption*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Teknologi yang terus semakin berkembang tidak dapat dihindari karena kemajuan teknologi yang menyesuaikan dengan kemajuan ilmu pengetahuan (Ngafifi, 2014). Kemajuan tersebut telah membawa berbagai negara di dunia kepada era revolusi industri 4.0 yang menekankan perkembangan teknologi yang didukung oleh adanya *Artificial Intelligence* (AI) atau yang sering dikenal kecerdasan buatan dan *Internet of Things* (IoT) (Kotler *et al.*, 2022). Kemudian, kehadiran pandemik Covid-19 yang mulai meningkat pada tahun 2020 mempercepat laju digitalisasi membuat semakin dekat kepada era industri 5.0, sehingga era tersebut dianggap era teknologi untuk manusia, di mana waktunya bagi perusahaan mengerahkan kekuatan teknologi yang lebih maju dengan mengandalkan basis internet yang tersedia dan banyak pengakses yang mengandalkan internet (Kotler *et al.*, 2022).

Hasil riset *We Are Sosial* yang meneliti terkait dengan penetrasi para pengakses internet di Indonesia pada tahun 2022 menunjukkan bahwa dari sekian banyak populasi masyarakat ternyata terdapat 73.7% dengan total populasi 204.7 juta pengguna. Penetrasi tersebut jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya jumlah pengguna internet menunjukkan bahwa telah mengalami pertumbuhan sebesar 1% kenaikan, di mana terdapat 202.6 juta pengguna internet di tahun 2021 (Kemp, 2022). Banyaknya pengakses internet yang terus meningkat di Indonesia menjadi salah satu bukti bahwa banyak masyarakat yang sudah mulai sadar akan

teknologi. Peningkatan penggunaan internet ini juga menyebabkan semakin berkembangnya teknologi industri pada bidang perbankan yaitu *Digital Banking*. Tren *Digital Banking* dapat dikatakan mengalami perkembangan cukup pesat (Kotler *et al.*, 2022). Perkembangan tersebut datang dari proses yang praktis, cepat, dan mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman yang dinamis dan teknologi yang semakin maju (Dz., 2018). Menurut OJK (2016), layanan *digital banking* terdiri dari *SMS banking*, *phone banking*, *internet banking*, dan *mobile banking*. Namun, dalam penelitian ini difokuskan pada salah satu layanan *digital banking* yang dapat diakses melalui *Smartphone* atau dikenal dengan sebutan *mobile banking* (Miftahuddin & Hendarsyah, 2019).

Berdasarkan hasil survei, *mobile banking app* yang paling banyak digunakan pada tahun 2022 oleh masyarakat di Indonesia adalah *mobile banking* milik bank konvensional yaitu *BCA Mobile banking*, di mana persentasenya mencapai 60%. sedangkan pertumbuhan *BSI mobile banking* menempati hanya menempati peringkat terbesar ke lima dengan persentase 9%.<sup>1</sup> Selain itu, jumlah user *BCA mobile banking* hingga September 2022 berjumlah 25,4 juta pengguna<sup>2</sup>, sedangkan *BSI mobile banking* sebanyak 4,81 juta pengguna.<sup>3</sup>

Perbedaan selisih dalam persentase dan pertumbuhan pada jumlah pengguna *mobile banking* tersebut jelas menunjukkan bahwa minat masyarakat untuk menggunakan *BSI mobile banking* masih sangat rendah walaupun Indonesia

---

<sup>1</sup> <https://goodstats.id/article/aplikasi-mobile-banking-paling-banyak-digunakan-masyarakat-indonesia-2022-Vb18i> di Akses, 13 Oktober 2022 pukul 13:23 WIB

<sup>2</sup> <https://keuangan.kontan.co.id/news/bca-dan-mandiri-kian-balapan-kejar-transaksi-digital-banking-dari-nasabah> di Akses, 06 Maret 2023 pukul 15:23 WIB

<sup>3</sup> <https://www.antaraneews.com/berita/3375894/jumlah-pengguna-BSI-mobile-naik-39-persen-pada-2022-capai-481-juta> di Akses, 12 Maret 2023 pukul 12:52 WIB

mayoritas masyarakatnya adalah muslim, bahkan hingga saat ini, jumlah masyarakat muslim di Indonesia mencapai 241,7 juta jiwa dari total jumlah penduduk sebanyak 277,75 juta jiwa.<sup>4</sup> Selain itu, jumlah nasabah yang menggunakan BSI *mobile banking* tersebut memiliki selisih yang cukup besar dengan jumlah nasabah pemilik rekening BSI yang diperkirakan berjumlah 17 juta per juni 2022.<sup>5</sup> Hal tersebut dapat terjadi karena belum adanya minat untuk menggunakan teknologi dari BSI *mobile banking*.

Selisih dalam penerimaan dan penggunaan BSI *mobile banking* ini juga terjadi di Riau, di mana total nasabah BSI sendiri pada juni 2021 diketahui berjumlah 194,3 ribu dari 42 outlet kantor yang tersebar di wilayah Provinsi Riau.<sup>6</sup> Terkait adopsi, Salman Asnawi mengatakan bahwa nasabah BSI pada dasarnya sudah mulai banyak yang memiliki dan menggunakan aplikasi BSI *mobile banking*,<sup>7</sup> dari pernyataan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa jumlah pengguna BSI *mobile banking* ini masih memiliki selisih dengan jumlah pemilik rekening, sehingga menimbulkan pertanyaan seperti alasan nasabah tidak menggunakan BSI *mobile banking*, dan alasan nasabah menggunakan BSI *mobile banking*. Akan tetapi, dalam penelitian ini lebih tertuju pada alasan nasabah menggunakan BSI *mobile banking* dan apa yang mempengaruhinya.

---

<sup>4</sup><https://dataindonesia.id/ragam/detail/penduduk-indonesia-beragama-islam-sebanyak-2417-juta-pada-2022> di Akses, 12 Maret 2023 pukul 13:11 WIB

<sup>5</sup> <https://kumparan.com/kumparanbisnis/bank-syariah-indonesia-targetkan-40-juta-nasabah-di-2025-1ytaHFKE1xz/full> diakses pada 24 November 2022 pukul 16:45 WIB

<sup>6</sup> <https://riau.antaranews.com/berita/221850/1943-ribu-nasabah-bni-syariah-dan-bri-syariah-riau-akan-diintegrasikan-ke-BSI> diakses pada 28 februari 2023 pukul 22:15 WIB

<sup>7</sup> Wawancara Kepada Branch Manager BSI KCP Bangkinang, Bapak Salman Asnawi Pada Tanggal 02 Desember 2022, Pukul 10:41 WIB

Berdasarkan pertanyaan yang timbul, maka peneliti akan melakukan penelitian tentang faktor yang mempengaruhi *behavioral intention* dan *use behavior* pada nasabah pengguna BSI *mobile banking*. Perilaku merupakan tingkah laku seseorang berupa *actions* atau *reactions* yang dapat terjadi dalam keadaan sadar atau tidak sadar, terus terang atau diam-diam, sukarela atau tidak sukarela (Jogiyanto, 2007), dan tentunya perilaku tersebut tidak akan terjadi apabila tidak terdapat minat/niat untuk berperilaku. Karena, perilaku nasabah akan terbentuk akibat adanya stimulus atau rangsangan yang diperoleh (Qurthuby *et al.*, 2019). Dengan demikian maka, *use behavior* diartikan sebagai kondisi nyata penggunaan suatu sistem (Arif, 2012), sedang *behavioral intention* adalah keinginan untuk melakukan suatu perilaku (Jogiyanto, 2007).

Penelitian ini akan berfokus pada keduanya yaitu *behavioral intention* dan *use behavior*, di mana responden yang digunakan pada penelitian ini adalah nasabah BSI yang telah memiliki aplikasi *mobile banking*. Untuk melihat *behavioral intention* dan *use behavior*, peneliti menggunakan model UTAUT 2 yang merupakan pengembangan dari model sebelumnya seperti TRA, TPB, TAM, dan UTAUT. UTAUT merupakan susunan suatu model yang terarah berdasarkan dasar teori tentang perilaku pengguna teknologi informasi berkaitan dengan penerimaan dan penggunaan teknologi (Venkatesh *et al.*, 2003). Model adopsi teknologi ini telah banyak dipergunakan sebagai variabel utama oleh para peneliti dan terbukti bisa atau mampu menggambarkan dasar untuk generalisasi terhadap adopsi sebuah inovasi baru (Albar & Hoque, 2017).

Seiring dengan berkembangnya waktu, Model UTAUT kemudian dikembangkan menjadi UTAUT 2, di mana memuat beberapa variabel seperti *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* (Venkatesh *et al.*, 2012). Selain itu juga terdapat tiga variabel moderator yakni *age*, *gender*, dan *experiance*. Namun dalam penelitian ini tidak memasukkan variabel moderasi sebagaimana model asli, dikarenakan pengamatan serupa menyatakan sebagian besar penelitian yang menggunakan moderasi justru menurunkan nilai yang dihasilkan (Dwivedi *et al.*, 2019; Muhammad Taufik Hidayat *et al.*, 2020; Suh & Han, 2002). Pada penelitian lain menunjukkan bahwa tidak ditemukan hubungan yang signifikan pada efek moderasi menggunakan model UTAUT pada pengguna *mobile banking* (Oliveira *et al.*, 2014). Sehingga, penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Raza *et al.* (2018), dan Wahyuningsih *et al.* (2021) dijadikan bahan rujukan untuk penelitian ini.

Varibel pertama dalam UTAUT 2 adalah *performance expectancy*, Venkatesh *et al.* (2003) mendefinisikan sebagai seberapa banyak penggunaan teknologi dalam aktivitas tertentu akan menguntungkan konsumen (Farzin *et al.*, 2021; Venkatesh *et al.*, 2012), dalam penelitian ini *performance expectancy* akan menunjukkan manfaat yang dirasakan oleh pengguna *mobile banking* dan akan mencerminkan dampak kenyamanan yang dijamin oleh BSI *mobile banking*. Penelitian yang dilakukan Dewayanti *et al.* (2018), Farah *et al.* (2018), dan Mahfuz *et al.* (2017) mengalami perbedaan hasil penelitian, pada penelitian Mahfuz *et al.* (2016), di

mana dalam penemuannya menemukan bahwa *performance expectancy* tidak konsisten dengan penelitian (negatif).

Kedua, *effort expectancy*, Venkatesh *et al.* (2003) mendefinisikannya sebagai tingkat kemudahan yang berhubungan dengan penggunaan teknologi oleh konsumen (Venkatesh *et al.*, 2003, 2012), Ketika pengguna merasakan jika menggunakan *mobile banking* mudah untuk digunakan dan tanpa perlu banyak upaya, hal ini akan menghasilkan harapan tinggi atas usaha yang diharapkan (Oliveira *et al.*, 2016). Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Farah *et al.* (2018), Farzin *et al.* (2021), dan Raza *et al.* (2018) mengalami perbedaan hasil dengan penelitian Mahfuz, Hu, *et al.* (2016) dan Dewi & Ariyanto (2017), di mana dalam penemuannya menemukan bahwa *effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap adopsi *mobile banking*.

Ketiga, *social influence*, Venkatesh *et al.* (2003) mendefinisikan pengaruh sosial sebagai sejauh mana individu mempersepsikan bahwa orang lain penting untuk percaya bahwa dia harus menggunakan sistem yang baru. Dalam dunia perbankan, orang-orang yang berada di lingkungan nasabah memiliki peran dalam membangun persepsi dikesharian nasabah (Sudarsono *et al.*, 2021), seperti besarnya dukungan rekan, atasan, dan organisasi (Moerti *et al.*, 2015), bahkan teman dan keluarga pun dapat menjadi representasi penting dalam menilai tentang teknologi yang digunakan (Shadiq & Sudarsono, 2022). sehingga keputusan yang diambil nasabah menentukan perilaku dalam mengadopsi *mobile banking*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Tan & Leby Lau (2016), Anjani & Mukhlis (2022) dan Mufingatun *et al.* (2020) memiliki perbedaan dengan penelitian oleh

Dewi & Ariyanto (2017) dan Alalwan *et al.* (2017), di mana dalam penemuannya menemukan bahwa *social influence* tidak memiliki pengaruh terhadap adopsi teknologi.

Keempat, *facilitating condition*, Venkatesh *et al.* (2003) mendefinisikan kondisi yang memfasilitasi sebagai derajat di mana individu percaya bahwa fasilitas yang tersedia untuk mendukung penggunaan sistem. faktor obyektif (kondisi yang memfasilitasi) dari luar yang memudahkan pemakai dalam bertindak/bekerja (Salamaha & Kusumanto, 2017; Triandis, 1979). Lingkungan dengan fasilitas yang dapat mempermudah transaksi melalui *mobile banking* dapat meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Muttaqien *et al.* (2023), Anjani & Mukhlis (2022), Marpaung *et al.* (2021), dan Mufingatun *et al.* (2020) menunjukkan hasil yang berbeda dengan Farah *et al.* (2018), di mana penelitiannya menemukan bahwa *facilitating condition* tidak memiliki pengaruh terhadap niat nasabah.

Kelima, *hedonic motivation*, *hedonic motivation* merupakan rasa senang atau kesenangan yang berasal dari tindakan penggunaan teknologi (Venkatesh *et al.*, 2012). Sehingga, semakin meningkat motivasi hedonis seseorang akan menimbulkan minat yang lebih tinggi untuk menggunakan (Prasetya & Purnamawati, 2020). Hasil penelitian oleh Farah *et al.* (2018) Nanggong (2018), Marpaung *et al.* (2021) memiliki hasil yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan Dewi & Ariyanto (2017) Mufingatun *et al.* (2020) di mana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *hedonic motivation* tidak mempengaruhi niat perilaku.



Keenam, *price value*, *price value* didefinisikan oleh Dodds *et al.* (1991) sebagai pertukaran kognitif konsumen antara manfaat yang dirasakan dari penggunaan aplikasi dan besar biaya yang dikeluarkan (Oliveira *et al.*, 2016). Baptista & Oliveira (2015) menambahkan faktor-faktor biaya seperti biaya operator, yaitu: internet seluler, biaya layanan dan biaya transaksi. Pada saat nasabah mendapat manfaat lebih besar karena penggunaan, nasabah akan cenderung menggunakan *mobile banking* (Nugroho *et al.*, 2017). Inilah kenapa nilai harga mempengaruhi minat. Hasil dalam penelitian seperti yang dilakukan oleh Wahyuningsih *et al.* (2021) dan Alalwan *et al.* (2017) menunjukkan hasil yang berbeda dengan Dewi & Ariyanto (2017) dan Mufingatun *et al.* (2020), di mana dalam penemuannya menunjukkan bahwa *price value* tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan.

Ketujuh, yaitu *habit*, Limayem *et al.*, (2007) mengatakan bahwa kebiasaan merupakan sejauh mana kecenderungan seseorang berperilaku sebagai wujud efek pembelajaran sehingga seseorang tersebut melakukan kegiatan secara otomatis. Dalam hasil penelitian oleh Farah *et al.*, (2018) dan Ramadhan & Hurriyati (2019) memiliki hasil yang berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Marpaung *et al.* (2021), di mana hasilnya menunjukkan bahwa *habit* tidak berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan *mobile banking*.

Selanjutnya, untuk membedakan penelitian ini, maka peneliti memperpanjang model Venkatesh *et al.* (2012) dengan mengusulkan tambahan variabel penelitian yang sesuai dengan objek yang diteliti yaitu *personal innovativeness*, *trust*, dan *security*. Penelitian ini menambahkan konstruk *personal*

*innovativeness* karena perilaku akan terwujud pada saat nasabah memiliki keinginan dalam dirinya untuk mencoba teknologi baru yang mencerminkan kecenderungan nasabah secara mandiri bereksperimen dan mengadopsi kemajuan teknologi (Farooq *et al.*, 2017a), atau keberanian mengambil risiko (Agarwal & Prasad, 1998). Inilah alasan mengapa *personal innovativeness* dalam domain teknologi merupakan atribut untuk menentukan penerimaan dan penggunaan (Farooq *et al.*, 2017a). Hasil penelitian yang dilakukan Farooq *et al.* (2016) dan Dhiman *et al.* (2020) memiliki hasil penemuan yang berbeda dengan penelitian oleh Ho *et al.* (2020) di mana penemuannya menunjukkan bahwa *innovativeness* tidak berpengaruh pada niat menggunakan *mobile banking*.

Penelitian ini menambahkan konstruk *trust* karena rasa aman dalam menggunakan *mobile banking* untuk transaksi keuangan merupakan hal penting untuk meminimalisir kekhawatiran terkait penggunaan (Salisbury *et al.* 2001). *Trust* menjadi faktor penting dalam hubungan antara nasabah dan bank syariah (Junusi, 2012). Bahkan, MEF (*Mobile Ecosystem Forum*) menyatakan bahwa *trust* ini merupakan penghalang terbesar penggunaan *mobile banking* untuk transaksi finansial.<sup>8</sup> Sehingga, permasalahan *trust* nasabah dianggap perlu mendapatkan perhatian lebih dari bank, karena kepercayaan menjadi dasar yang dapat mempengaruhi perilaku penggunaan untuk adopsi teknologi (Tarhini *et al.*, 2016). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rozi & Ziyad (2019) menunjukkan hasil yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan Koenig-Lewis *et al.* (2010) menemukan

---

<sup>8</sup> <https://dailysocial.id/post/mobile-banking-indonesia> diakses pada tanggal 28 februari 2023 pukul 23:15 WIB

dalam penelitiannya bahwa *trust* tidak memiliki pengaruh terhadap niat adopsi *mobile banking*.

Usulan variabel tambahan berikutnya adalah *security*, karena tingkat *security* menjadi pertimbangan utama masyarakat melakukan transaksi non tunai (Nugroho *et al.*, 2017). tingkat *security* akan menentukan kerentanan atau serangan melalui data base yang bisa datang dalam bentuk penyalahgunaan data, penjualan data pribadi, penipuan (Situmeang, 2021), seperti melalui SMS yang seolah-olah datang dari pihak perusahaan dan pembobolan akun *mobile banking* yang marak terjadi.<sup>9</sup> Apabila bank mampu mengatasi hambatan dan mengurangi kekhawatiran nasabah, maka secara otomatis penggunaan *mobile banking* dapat ditingkatkan (Ayaratne *et al.*, 2017). Dengan demikian, maka terdapat pengaruh antara variabel *security* terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hasil penelitian yang dilakukan Wandi *et al.* (2020) dan Nugroho *et al.* (2017) memiliki perbedaan hasil dengan penelitian yang dilakukan oleh Mukhtisar *et al.* (2021) di mana dalam penemuannya menunjukkan bahwa *security* tidak mempengaruhi minat bertransaksi menggunakan *mobile banking*.

Kesenjangan-kesenjangan seperti dalam deskripsi inilah yang diduga mempengaruhi niat berperilaku dan perilaku untuk menggunakan *mobile banking*. Selain itu, beberapa penelitian yang menunjukkan ketidakkonsistenan antara teori dan hasil menjadi alasan bagi peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan melakukan kajian lebih lanjut mengenai penerapan model UTAUT 2 pada nasabah

---

<sup>9</sup> <https://bisnis.tempo.co/read/1686211/marak-pembobolan-m-banking-ini-saran-kaspersky-untuk-para-bankir> diakses pada tanggal 2 Maret 2023 pukul 22:15 WIB

pengguna layanan BSI *Mobile banking*, dan berfokus pada variabel UTAUT 2 ditambah dengan variabel *personal innovativeness*, *trust*, dan *security*. Sehingga peneliti mengambil judul “**ADOPSI MOBILE BANKING: PENGEMBANGAN UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT 2) PADA NASABAH BSI PROVINSI RIAU**”.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di latar belakang yang telah disampaikan penulis, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI *mobile banking* di riau?
2. Bagaimana pengaruh *effort expectancy* berpengaruh terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI *mobile banking* di riau?
3. Bagaimana pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI *mobile banking* di riau?
4. Bagaimana pengaruh *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI *mobile banking* di riau?
5. Bagaimana pengaruh *facilitating conditions* terhadap *use behavior* nasabah pengguna BSI *mobile banking* di riau?
6. Bagaimana pengaruh *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI *mobile banking* di riau?
7. Bagaimana pengaruh *price value* terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI *mobile banking* di riau?

8. Bagaimana pengaruh *habit* terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI *mobile banking* di riau?
9. Bagaimana pengaruh *habit* terhadap *use behavior* nasabah pengguna BSI *mobile banking* di riau?
10. Bagaimana pengaruh *personal innovativeness* terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI *mobile banking* di riau?
11. Bagaimana pengaruh *personal innovativeness* terhadap *use behavior* nasabah pengguna BSI *mobile banking* di riau?
12. Bagaimana pengaruh *trust* terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI *mobile banking* di riau?
13. Bagaimana pengaruh *security* terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI *mobile banking* di riau?
14. Bagaimana pengaruh *behavioral intention* terhadap *use behavior* nasabah pengguna BSI *mobile banking* di riau?

### **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

1. tujuan
  - a. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh *performance expectancy*, Terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI *Mobile banking* di Riau.
  - b. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh *effort expectancy* Terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI *Mobile banking* di Riau.
  - c. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh *social influence* Terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI *Mobile banking* di Riau.

- d. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh *facilitating conditions* Terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI Mobile banking di Riau.
- e. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh *facilitating conditions* Terhadap *Use Behavior* nasabah pengguna BSI Mobile banking di Riau.
- f. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh *hedonic motivation* Terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI Mobile banking di Riau.
- g. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh *price value* Terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI Mobile banking di Riau.
- h. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh *habit* Terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI Mobile banking di Riau
- i. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh *habit* Terhadap *Use Behavior* nasabah pengguna BSI Mobile banking di Riau.
- j. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh *personal innovativeness* Terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI Mobile banking di Riau.
- k. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh *personal innovativeness* Terhadap *Use Behavior* nasabah pengguna BSI Mobile banking di Riau.
- l. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh *trust* terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI mobile banking di riau
- m. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh *security* terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI mobile banking di riau

- n. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh *behavioral intention* terhadap *use behavior* nasabah pengguna BSI *mobile banking* di riau

## 2. Kegunaan

Secara teoritis, peneliti berharap bahwa penelitian ini mampu menambah, memperkaya, melengkapi keilmuan serta manfaat bagi peneliti selanjutnya dalam memperluas atau mendalami terkait adopsi model UTAUT 2 yang masih berkembang. Hasil penelitian ini juga diharapkan menjadi bahan pertimbangan, masukan, dan saran dalam meningkatkan layanan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia.

## D. Sitematika Pembahasan

Pembahasan dalam tesis ini berjumlah lima bab. Bab pertama merupakan bab memuat informasi yang mendasari permasalahan penelitian. Peneliti menjabarkan alasan pemilihan judul adopsi *mobile banking*: pengembangan unified theory of acceptance and use of technology 2 (UTAUT 2) pada nasabah BSI provinsi riau. Pembahasan dalam bab ini meliputi 4 sub bab yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, dan terakhir sistematika pembahasan.

Bab kedua merupakan bagian yang menjabarkan landasan teoritis serta pengembangan dari hipotesis. Bagian ini mencakup peninjauan literatur tentang teori yang digunakan menjadi dasar penelitian. Di dalamnya melibatkan kajian teoritis dan juga hipotesis penelitian untuk memperlihatkan hubungan dari variabel penelitian, dan kemudian digambarkan kedalam kerangka berpikir penelitian.

Bab ketiga merupakan bab yang menjabarkan terkait metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Pembahasan dalam bab ini meliputi: jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional, teknik pengumpulan data, dan teknik analisa data.

Bab empat merupakan bab yang berisi ulasan menyeluruh mengenai hasil olahan data setelah melalui serangkaian analisis berbagai uji dengan SEM PLS. Kemudian dideskripsikan sesuai dengan hasil data yang diperoleh. Pembahasan dalam bab ini meliputi: gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan yang bertujuan memberi penjelasan secara rinci terkait hasil olahan data yang telah dilakukan.

Bab kelima merupakan bab penutup. Bab ini menjabarkan ringkasan dari keseluruhan hasil penelitian. Pembahasan dalam bab ini meliputi: kesimpulan dan saran dari seluruh penelitian yang penulis lakukan, serta melampirkan daftar pustaka dan lampiran-lampiran yang digunakan.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dideskripsikan, peneliti mengambil beberapa kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah penelitian sebagaimana berikut ini:

1. Konstruk variabel *performance expectancy* tidak memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention* nasabah Pengguna BSI *mobile banking*.
2. Konstruk variabel *effort expectancy* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI *mobile banking*.
3. Konstruk variabel *social influence* tidak memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI *mobile banking*.
4. Konstruk variabel *facilitating condition* tidak memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI *mobile banking*.
5. Konstruk variabel *facilitating condition* tidak memiliki pengaruh terhadap *use behavior* nasabah pengguna BSI *mobile banking*.
6. Konstruk variabel *hedonic motivation* tidak memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI *mobile banking*.
7. Konstruk variabel *price value* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI *mobile banking*.
8. Konstruk variabel *habit* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI *mobile banking*.

9. Konstruk variabel *habit* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *use behavior* nasabah pengguna BSI *mobile banking*.
10. Konstruk variabel *personal innovativeness* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI *mobile banking*.
11. Konstruk variabel *personal innovativeness* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *use behavior* nasabah pengguna BSI *mobile banking*.
12. Konstruk variabel *trust* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI *mobile banking*.
13. Konstruk variabel *security* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *behavioral intention* nasabah pengguna BSI *mobile banking*.
14. Konstruk variabel *behavioral intention* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *use behavior* pada nasabah pengguna BSI *mobile banking*.

## **B. Implikasi**

Aplikasi layanan *mobile banking* pada dasarnya telah memberikan kontribusi yang besar terhadap industri perbankan, akan tetapi tingkat adopsi masih perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan pengembangan dan pengetahuan tentang pendorong dan penghambat dibalik niat perilaku dan perilaku penggunaan terhadap layanan *mobile banking*, khususnya pada BSI melalui model UTAUT 2 yang diperpanjang. Hasil dari penelitian diharapkan mampu memberi wawasan yang bermanfaat bagi semua kalangan.

Hasil empiris dalam penelitian ini memiliki implikasi bahwa perpanjangan model yang diajukan dari UTAUT 2 dengan menambahkan 3 variabel seperti

*personal innovativeness*, *trust*, dan *security* belum sepenuhnya dapat diterapkan. Hal ini didukung dengan hasil dari penelitian ini di mana dari 14 hipotesis yang diajukan dan diujikan, hanya 7 yang memiliki pengaruh, sedangkan 7 lainnya tidak memiliki pengaruh.

### C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini sama dengan penelitian lainnya yang juga memiliki sejumlah keterbatasan seperti:

1. Sampel penelitian masih berupa kelompok atau golongan tertentu, di mana penelitian ini hanya berfokus pada nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* dari Bank Syariah Indonesia.
2. Walaupun penelitian yang dilakukan telah mengikuti teori atau kaidah sebagaimana semestinya, namun dalam beberapa hal seperti nilai jawaban yang diperoleh, jumlah sampel, dan jumlah item pernyataan yang digunakan akan menentukan hasil dari pengolahan data. Sehingga, hal ini peneliti anggap menjadi keterbatasan yang perlu dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya.
3. Informasi jawaban nasabah melalui kuesioner *online* (*google form*) yang didapatkan dari responden dengan penyebaran melalui media sosial terkadang belum mencerminkan pendapat yang sebenarnya. Karena responden memiliki pemahaman dan asumsi yang berbeda-beda.

Keterbatasan inilah yang diharapkan dapat disempurnakan pada penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti-peneliti selanjutnya.

#### D. Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya. Berdasarkan keterbatasan sebagaimana yang telah peneliti sebutkan, peneliti memberi rekomendasi guna penelitian selanjutnya. Pertama, menambahkan variabel atau menggunakan variabel yang sesuai sehingga mampu menjelaskan perilaku konsumen dengan lebih baik yang menyesuaikan keadaan saat ini, baik itu dari niat penggunaan atau perilaku penggunaan terhadap suatu teknologi. Kedua, berdasarkan hasil penelitian yang negatif atau tidak didukung dalam penelitian ini, peneliti menyarankan mengembangkan model yang sudah ada dengan menambah konstruk atau item pernyataan, atau mengganti item dengan sumber referensi lainnya yang dapat dipercaya, memberi pernyataan/pertanyaan dapat mudah dimengerti oleh responden, dan memperhatikan jumlah sampel penelitian lebih lanjut agar mampu memberikan hasil penelitian yang lebih maksimal dan kompleks.
2. Bagi pihak perbankan, diharapkan dapat meningkatkan promosi/pengenalan produk kepada nasabah untuk meningkatkan literasi dan menarik minat nasabah. kemudian mengembangkan program bersama *ecommerce* agar frekuensi penggunaan layanan BSI *mobile banking* dapat meningkat, selain itu, memberi kepuasan pada nasabah dan menimbulkan kebiasaan untuk menggunakan.
3. Bagi pengembang BSI *mobile banking*, diharapkan kualitas layanan dapat terus ditingkatkan dengan terus memperhatikan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Widjana, M., & Rachmat, B. (2011). Factors Determining Acceptance Level of Internet Banking Implementation. *Journal of Economics, Business, and Accountancy / Ventura*, 14(2), 161–174. <https://doi.org/10.14414/jebav.v14i2.5>
- Agarwal, R., & Prasad, J. (1998). A Conceptual and Operational Definition of Personal Innovativeness in the Domain of Information Technology. *Information Systems Research*, 9(2), 204–215. <https://doi.org/10.1287/isre.9.2.204>
- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2014). 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.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(20), 179–211.
- 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>
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Lal, B., & Williams, M. D. (2015). Consumer adoption of Internet banking in Jordan: Examining the role of hedonic motivation, habit, self-efficacy and trust. *Journal of Financial Services Marketing*, 20(2), 145–157. <https://doi.org/10.1057/fsm.2015.5>
- AlBar, A. M., & Hoque, M. R. (2017). Factors affecting the adoption of information and communication technology in small and medium enterprises: a perspective from rural Saudi Arabia. *Information Technology for Development*, 25(4), 715–738. <https://doi.org/10.1080/02681102.2017.1390437>
- Anjani, W., & Mukhlis, I. (2022). Penerapan Model UTAUT (The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 21(1), 1. <https://doi.org/10.19184/jeam.v21i1.30570>
- Ardiansyah, M., Munandar, A., Fauzi, A. S., & Naimah, U. (2015). Default Risk on Islamic Banking in Indonesia. *Global Review of Islamic Economics and Business*, 2(2), 110. <https://doi.org/10.14421/grieb.2014.022-03>
- Arif, W. (2012). Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model(TAM). *Proceeding Book of Konferensi Nasional Sistem Informasi, April 2008*, 1–8.

<http://peneliti.budiluhur.ac.id/wp-content/uploads/2008/.../arif+wibowo.pdf>

- Arsanti, T. A., & Yuliasari, E. (2018). Personal Factors As Predictors of Intention To Use It. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 20(2), 129–136. <https://doi.org/10.9744/jmk.20.2.129-136>
- Astuti, Y. W., Agriyanto, R., & Turmuzi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah. *XIX(3)*, 134–158.
- Ayaratne, M. G. S. D. N., Ryan, M., & Cripps, H. (2017). Mobile banking adoption by senior citizens in Perth. In *The Proceedings of 2nd Business Doctoral and Emerging Scholars Conference, November*, 105. [https://www.ecu.edu.au/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0008/769886/2nd-Business-Doctoral-and-Emerging-Scholars-Conference\\_Proceedings.pdf#page=105](https://www.ecu.edu.au/__data/assets/pdf_file/0008/769886/2nd-Business-Doctoral-and-Emerging-Scholars-Conference_Proceedings.pdf#page=105)
- Aydin, S., & Özer, G. (2005). The Analysis of Antecedents of Customer Loyalty in the Turkish Mobile Telecommunication Market. *Ship Technology Research*, 39(7/8), 194–200. <https://doi.org/10.1179/str.2005.52.4.006>
- Bakhtiar, M. R., Kartika, E., & Listyawati, I. (2020). Faktor-faktor pengaruh minat nasabah pengguna internet banking Bank Syariah Mandiri. *Al Tijarah*, 6(3), 156–167. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5696>
- Balaka, D. M. Y. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Balapour, A., Nikkhah, H. R., & Sabherwal, R. (2020). Mobile application security: Role of perceived privacy as the predictor of security perceptions. *International Journal of Information Management*, 52(December), 102063. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.102063>
- Baptista, G., & Oliveira, T. (2015). *Computers in Human Behavior Understanding mobile banking : The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators*. 50, 418–430. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.04.024>
- Bouteraa, M., Raja Hisham, R. R. I., & Zainol, Z. (2022). Challenges affecting bank consumers' intention to adopt green banking technology in the UAE: a UTAUT-based mixed-methods approach. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2022-0039>
- Brown, S. A., & Venkatesh, V. (2005). Model of adoption of technology in households: A baseline model test and extension incorporating household life cycle. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 29(3), 399–426. <https://doi.org/10.2307/25148690>
- Casaló, L. V., Flavián, C., & Guinalú, M. (2007). The role of security, privacy, usability and reputation in the development of online banking. *Online Information Review*, 31(5), 583–603.

<https://doi.org/10.1108/14684520710832315>

- Chemingui, H., & Lallouna, H. Ben. (2013). Resistance, motivations, trust and intention to use mobile financial services. *International Journal of Bank Marketing*, 31(7), 574–592. <https://doi.org/10.1108/IJBM-12-2012-0124>
- Chiwara, J. R., Chinyamurindi, W. T., & Mjoli, T. Q. (2017). Factors that influence the use of the Internet for job-seeking purposes amongst a sample of final-year students in the Eastern Cape province of South Africa. *SA Journal of Human Resource Management*, 15(0), 1–9. <https://doi.org/10.4102/sajhrm.v15i0.790>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). *Davis1989 (1).Pdf. July 2018*.
- Deb, M., & Lomo-David, E. (2014). An empirical examination of customers' adoption of m-banking in India. *Marketing Intelligence and Planning*, 32(4), 475–494. <https://doi.org/10.1108/MIP-07-2013-0119>
- Dedehayir, O., ORTT, R. J., Riverola, C., & Miralles, F. (2017). Innovators And Early Adopters In The Diffusion Of Innovations: A Literature Review. *International Journal of Innovation Management*, 21(08), 1740010. <https://doi.org/10.1142/S1363919617400102>
- Desvronita. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet Menggunakan Technology Acceptance Model. *Jurnal AKMENIKA*, 18(2).
- Dewayanti, A., Kusyanti, A., & Herlambang, A. D. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Dengan Menggunakan UTAUT ( Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology ) ( Studi Pada Pengguna Mobile Banking BRI KCP Universitas Brawijaya )*. 2(9), 2798–2805.
- Dhiman, N., Arora, N., Dogra, N., & Gupta, A. (2020). Consumer adoption of smartphone fitness apps: an extended UTAUT2 perspective. *Journal of Indian Business Research*, 12(3), 363–388. <https://doi.org/10.1108/JIBR-05-2018-0158>
- Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991). Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Product Evaluation. *Journal of Marketing Research*, XXVIII(August), 307–319.
- Dootson, P., Beatson, A., & Drennan, J. (2016). Financial institutions using social media – do consumers perceive value? *International Journal of Bank Marketing*, 34(1), 9–36. <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2014-0079>
- Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Jeyaraj, A., Clement, M., & Williams, M. D. (2019). Re-examining the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT): Towards a Revised Theoretical Model. *Information Systems*

- Frontiers*, 21(3), 719–734. <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9774-y>
- Dz., A. S. (2018). Inklusi Keuangan Perbankan Syariah Berbasis Digital-Banking: Optimalisasi dan Tantangan. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 63. <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2813>
- Elhajjar, S. (2019). *An Analysis of Factors Affecting Mobile Banking Adoption*. 38(2). <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2019-0055>
- F. Hair JR, J., C. Black, W., J. Babin, B., & E. Anderson, R. (2020). Multivariate Data Analysis. In *Polymers* (Vol. 12, Issue 12, pp. 1–18). <https://doi.org/10.3390/polym12123016>
- Farah, M. F., Hasni, M. J. S., & Abbas, A. K. (2018). Mobile-banking adoption: empirical evidence from the banking sector in Pakistan. *International Journal of Bank Marketing*, 36(7), 1386–1413. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2017-0215>
- Farooq, M. S., Salam, M., Jaafar, N., Fayolle, A., Ayupp, K., Radovic-Markovic, M., & Sajid, A. (2017a). *Acceptance and Use of Lecture Capture System (LCS) in Executive Business Studies: Extending UTAUT2*.
- Farooq, M. S., Salam, M., Jaafar, N., Fayolle, A., Ayupp, K., Radovic-Markovic, M., & Sajid, A. (2017b). Acceptance and use of lecture capture system (LCS) in executive business studies. *Interactive Technology and Smart Education*, 14(4), 329–348. <https://doi.org/10.1108/ITSE-06-2016-0015>
- Farzin, M., Sadeghi, M., Yahyayi Kharkeshi, F., Ruholahpur, H., & Fattahi, M. (2021). Extending UTAUT2 in M-banking adoption and actual use behavior: Does WOM communication matter? *Asian Journal of Economics and Banking*, 5(2), 136–157. <https://doi.org/10.1108/ajeb-10-2020-0085>
- Fatahudin, F. (2020). Adopsi model utaut3 pada nasabah pengguna Mobile Banking perbankan syariah Indonesia dimasa pandemik covid-19. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Vol. 7, Issue 2).
- Fauzia, E., & Pratiwi, D. (2012). Determinan Perilaku Nasabah Pengguna Mobile Banking: Model Decomposed Theory Of Plannned Behavior. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 19(3), 378–396.
- Ferghyna, Rachmadi, A., & Herlambang, A. D. (2020). *Pengaruh Facilitating Conditions dan Behavioral Intention terhadap Use Behavior pada Pengguna Aplikasi BNI Mobile Banking*. 4(9), 3201–3208.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. *Journal of Physics A: Mathematical and*



- Theoretical*, 27(1), 51–90. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Gharaibeh, M. K., Arshad, M. R. M., & Gharaibh, N. K. (2018). Using the UTAUT2 model to determine factors affecting adoption of mobile banking services: A qualitative approach. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 12(4), 123–134. <https://doi.org/10.3991/ijim.v12i4.8525>
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS*. SPB Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2012). Partial least square: Konsep, teknik dan aplikasi SmartPLS 2.0 M3. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*. <https://scholar.google.com/scholar?oi=bibs&cluster=6578342135031102347&btnI=1&hl=en>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris. *Semarang: Badan Penerbit UNDIP*.
- Hair, J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (Seventh Ed). Pearson.
- Haryono, S. (2016). Asimetri informasi dalam transaksi perbankan syariah di Indonesia. *IJTIHAD Jurnal Wacana Hukum Islam Dan Kemanusiaan*, 15(1), 103. <https://doi.org/10.18326/ijtihad.v15i1.103-118>
- Hirschman, E. C. (1980). *Innovativeness , Novelty Seeking , and Consumer Creativity*. 7(3), 283–295.
- Ho, J. C., Wu, C. G., Lee, C. S., & Pham, T. T. T. (2020). Factors Affecting the Behavioral Intention to Adopt Mobile Banking: An International Comparison. *Technology in Society*, 63(August), 101360. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101360>
- Hoy, W. K., & Tschannen-Moran, M. (1999). Five Faces of Trust: An Empirical Confirmation in Urban Elementary Schools. *Journal of School Leadership*, 9(3), 184–208. <https://doi.org/10.1177/105268469900900301>
- Hoyle, R. H. (1995). *The Structural Equation Model Approach: Basic Concepts and Fundamental Issues*. Sage Publication, Inc.
- Hussain, M., Mollik, A. T., Johns, R., & Rahman, M. S. (2019). M-payment adoption for bottom of pyramid segment: an empirical investigation. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 362–381. <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2018-0013>
- Inzaghi, A., & Priyono, A. (2022). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi*

*Adopsi Mobile Payment : Memperluas Model Meta-UTAUT dengan Faktor Personal Innovativeness , Anxiety , Trust , dan Grievance Redressal. 01(02), 186–205.*

- Jeong, N., Yoo, Y., & Heo, T. Y. (2009). Moderating effect of personal innovativeness on mobile-RFID services: Based on Warshaw's purchase intention model. *Technological Forecasting and Social Change*, 76(1), 154–164. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2008.08.007>
- Jogiyanto, H. M. (2007). Sistem informasi keperilakuan. In *Yogyakarta: Andi Offset* (1st ed.).
- Junusi, R. El. (2012). Implementasi Syariah Governance Serta Implikasinya Terhadap Reputasi dan Kepercayaan Bank Syariah. *Al-Tahrir*, 12(1).
- Kaplan, H. E., & GÜRBÜZ, E. (2021). An extended UTAUT2 perspective - determinants of mobile banking use intention and use behavior. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1), 207–227. <https://doi.org/10.25287/ohuiibf.734288>
- Kemp, S. (2022). *Digital 2022 Indonesia February 2022 v01\_compressed.pdf* (pp. 24–84). <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia?msclkid=54849450ac3011eca46cf06ec644a888>
- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2018). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang. *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2), 49–57. <http://journal2.um.ac.id/index.php/ekobis/article/view/2164>
- Koenig-Lewis, N., Palmer, A., & Moll, A. (2010). Predicting Young Consumers' Take Up of Mobile Banking Services. *International Journal of Bank Marketing*, 28(5), 410–432. <https://doi.org/10.1108/02652321011064917>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2022). *marketing 5.0: teknologi untuk kemanusiaan*. PT. Gramedia Pustaka Utama. <https://books.google.co.id/books?id=kgAXEAAAQBAJ&lpg=PA12&dq=marketing 5.0&hl=id&pg=PA11#v=onepage&q=marketing 5.0&f=false>
- Lee, H., Zhang, Y., & Chen, K. L. (2013). An Investigation of Initial Trust in Mobile Banking. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 3(9), 22–46. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v3-i9/228>
- Limayem, M., Hirt, S. G., & Cheung, C. M. K. (2007). How habit limits the predictive power of intention: The case of information systems continuance. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 31(4), 705–737. <https://doi.org/10.2307/25148817>
- Lin, J., Wang, B., Wang, N., & Lu, Y. (2014). *Understanding the evolution of*

- consumer trust in mobile commerce: a longitudinal study.* 37–49.  
<https://doi.org/10.1007/s10799-013-0172-y>
- Luo, X., Li, H., Zhang, J., & Shim, J. P. (2010). Examining multi-dimensional trust and multi-faceted risk in initial acceptance of emerging technologies : An empirical study of mobile banking services. *Decision Support Systems*, 49(2), 222–234. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2010.02.008>
- Mahendra, A. R., & Affandy, D. P. (2013). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi Pengelola Keuangan Daerah (SIPKD) (Studi Kasus pada Pemerintah Kota Blitar). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 1(2), 1–23. bisnis ritel - ekonomi
- Mahfuz, M. A., Hu, W., & Khanam, L. (2016). The Influence of Cultural Dimensions and Website Quality on m-banking Services Adoption in Bangladesh: Applying the UTAUT2 Model Using PLS. *15th Wuhan International Conference on E-Business, WHICEB 2016*, 428–440.
- Mahfuz, M. A., Khanam, L., & Hu, W. (2016). The Influence Of Culture On M-Banking Technology Adoption: An Integrative Approaches of UTAUT2 and ITM. *Proceedings of PICMET '16: Technology Management for Social Innovation*, 824–835.
- Mahfuz, M. A., Khanam, L., & Hu, W. (2017). Mobile Banking Services Adoption: Insight From Brand Name Perspectives Based On UTAUT2 Model. *Https://Medium.Com/, Volume 10,(1 & 2)*.  
<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Malaquias, R. F., & Hwang, Y. (2016). Computers in Human Behavior An empirical study on trust in mobile banking : A developing country perspective. *Computers in Human Behavior*, 54, 453–461.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.08.039>
- Marpaung, F. K., Dewi, R. S., Grace, E., Sudirman, A., & Sugiat, M. (2021). Behavioral Stimulus for Using Bank Mestika Mobile Banking Services: UTAUT2 Model Perspective. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 1(2), 61–72. <https://doi.org/10.52970/grmapb.v1i2.68>
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1455–1463.
- Mcknight, D. H., Carter, M., Thatcher, J. B., & Clay, P. F. (2011). Trust in a Specific Technology: An Investigation of its Components and Measures. *ACM Transactions on Management Information Systems*, 2(2).  
<https://doi.org/10.1145/1985347.1985353>
- Meharia, P. (2012). Assurance on the Reliability of Mobile Banking Payment

- System and its Effects on it's Use: an Empirical Examination. *Accounting and Management Information Systems*, 11(1), 97–111. [http://online-cig.ase.ro/RePEc/ami/articles/11\\_1\\_6.pdf](http://online-cig.ase.ro/RePEc/ami/articles/11_1_6.pdf)
- Merhi, M., Hone, K., & Tarhini, A. (2019). A cross-cultural study of the intention to use mobile banking between Lebanese and British consumers: Extending UTAUT2 with security, privacy and trust. *Technology in Society*, 59(July), 101151. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101151>
- Miftahuddin, M., & Hendarsyah, D. (2019). Analisis Perbandingan Fasilitas Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah Mandiri KCP. Bengkulu Dengan Bank Mandiri KC. Bengkulu. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(1), 16–32. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i1.149>
- Moerti, H., Endang, S. A., & Suyadi, I. (2015). Analisis Pengaruh Variable – Variable Pada Model UTAUT Yang Dimodifikasi Terhadap Penggunaan Website E Commerce. *Jurnal Spirit : STMIK Yadika Journal of Computing and Cybernetic System*, 7(1), 36–47.
- Mohammadi, H. (2015). A study of mobile banking loyalty in Iran Hossein. *Computers in Human Behavior*, 44, 35–47. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.015>
- Moorthy, K., Suet Ling, C., Weng Fatt, Y., Mun Yee, C., Ket Yin, E. C., Sin Yee, K., & Kok Wei, L. (2017). Barriers of mobile commerce adoption intention: Perceptions of generation X in Malaysia. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 12(2), 37–53. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762017000200004>
- Mubarokah, S. N. (2019). Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Perbankan Milik Negara. *Accounting and Management Journal*, 242–249.
- Mufingatun, M., Prijanto, B., & Dutt, H. (2020). Analysis of factors affecting adoption of mobile banking application in Indonesia: an application of the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT2). *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 12(2), 88. <https://doi.org/10.26740/bisma.v12n2.p88-105>
- Muhammad Taufik Hidayat, Aini, Q., & Fetrina, E. (2020). Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus). *Jurnal Nasional Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi*, 9(3), 239–247. <https://doi.org/10.22146/v9i3.227>
- Mukhtisar, Tarigan, I. R. R., & Evriyenni. (2021). Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh). *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 3(1), 56. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v3i1.9632>
- Muttaqien, M. K., Anam, M. K., & Syaifullah, H. (2023). *Penerimaan Mobile*

- Banking di Kalangan Nasabah Perbankan Syariah*. 5(4), 1922–1931. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i4.2600>
- Nanggong, A. (2018). *Perilaku Pasca-Adopsi Teknologi Personal terhadap Intensi Perilaku Berkelanjutan*. 17(1), 10–26.
- Ngafifi, M. (2014). Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi*, 2(1), 33–47. <https://doi.org/10.21831/jppfa.v2i1.2616>
- Noor, D. J. (2013). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Kencana Prenada Media Group.
- Nugroho, P., Winarno, W. W., & Hartanto, R. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Mobile payment Dengan Pendekatan Extended The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*. 226–233.
- OJK. (2016). Panduan Penyelenggaraan Digital Branch oleh Bank Umum. *Ojk.Go.Id*, 1–9. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Panduan-Penyelenggaraan-Digital-Branch-oleh-Bank-Umum.aspx>
- Oliveira, T., Faria, M., Thomas, M. A., & Popovič, A. (2014). Extending the understanding of mobile banking adoption: When UTAUT meets TTF and ITM. *International Journal of Information Management*, 34(5), 689–703. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2014.06.004>
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61(2016), 404–414. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2018). POJK Nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum. *Ojk RI, I*, 1–55.
- Patil, P., Tamilmani, K., Rana, N. P., & Raghavan, V. (2020). Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal. *International Journal of Information Management*, 54(February), 102144. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102144>
- Pertiwi, N. W. D. M. Y., & Ariyanto, D. (2017). Penerapan Model UTAUT 2 untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking. *E-Jurnal Akuntansi*, 18(2). <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i10.p13>
- Pranoto, M. O., & Setianegara, R. G. (2020). *Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran)*. 8(2302), 1–9.

- Prasetya, I. G. B. I., & Purnamawati, I. G. A. (2020). *Pengaruh Nilai Harga , Motivasi Hedonis , Kebiasaan dan Daya Tarik Promo terhadap Minat Menggunakan Mobile Payment OVO*. 11(1), 148–158.
- Putranto, A. M., & Pramudiana, Y. (2015). *Pengaruh Faktor-Faktor dalam Modifikasi Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 terhadap Perilaku Konsumen dalam Mengadopsi Layanan Wifi PT. XYZ area Jakar*. 2(2), 1085–1094.
- Qurthuby, M., Alhifni, A., & Muhlisin, S. (2019). *Pengaruh Strategi Pemasaran Dengan Konsep AIDA ( Attention , Interest , Desire , Action ) Terhadap Respon Nasabah Mengambang Pada Bank Syariah ( Studi Pada*. 7, 17–39.
- Ramadhan, D., & Hurriyati, R. (2019). Analisis Perilaku Adopsi Teknologi Mobile Wallet Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance And Use of Technology3 (UTAUT3) Pengguna OVO pada Generasi Milenial di Indonesia. In *Journal of Business Management Education | (Vol. 4, Issue 3)*.
- Ramdhani, A. B., Rachmawati, I., Sidiq, F., & Prabowo, A. (2017). Pengaruh Adopsi Teknologi Layanan Uang Elektronik Telkomsel Cash Menggunakan Pendekatan Utaut2 the Effect of Technology Adoption Electronic Money Services Telkomsel Cash Using Utaut2. *E-Proceeding of Management*, 4(1), 53–60.  
<https://libraryeproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/4364>
- Raza, S. A., N., S., & Ali, M. (2018). Acceptance of mobile banking in Islamic banks: evidence from modified UTAUT model. *Journal of Islamic Marketing*, 10(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0038>
- Rita, R., & Fitria, M. H. (2021). Analisis Faktor-Faktor UTAUT dan Trust Terhadap Behavioral Intention Pengguna BNI Mobile Banking Pada Pekerja Migran Indonesia. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 926–939. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.453>
- Robiah Adawiyah. (2022). Perspektif Islam Terhadap Teknologi dan Etika Komunikasi Islam di Media. *NUansa : Jurnal Penelitian, Pengabdian Dan Kajian Keislaman*, 1(1), 37–44. <https://doi.org/10.32699/nuansa.v1i1.18>
- Rogers, M. E. (1962). Diffusion of Innovations. In *The Oxford Handbook of Organizational Change and Innovation*. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198845973.013.23>
- Rohmah, A. (2020). Pandemi Covid-19 dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumen di Indonesia. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(3), 1–4.
- Rozi, F., & Ziyad, M. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN*. 3(2), 92–102.

- Salamaha, I., & Kusumanto, R. (2017). *Faktor-Faktor Pemanfaatan Teknologi Informasi UKM Kain Tenun Songket Palembang*. 1(3), 177–182.
- Salisbury, W. D., Pearson, R. A., Pearson, A. W., & Miller, D. W. (2001). Perceived security and World Wide Web purchase intention. *Industrial Management & Data Systems*, 101(4), 165–177. <https://doi.org/10.1108/02635570110390071>
- Salmah, R., & Hakim, L. (2021). *Pendapatan , Pendidikan , Persepsi Kemudahan , dan Sikap sebagai Mediasi terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Syari ' ah*. 7(02), 798–805.
- 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>
- Setyorini, A., & Meiranto, W. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Sistem Informasi Manajemen Daerah (SIMDA) Dengan Menggunakan Model UTAUT 2 (Studi Empiris Pada Pengguna Sistem Informasi Manajemen Daerah (SIMDA) Di Kota Salatiga). *Diponegoro Journal of Accounting*, 10(1), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Shadiq, N., & Sudarsono, H. (2022). *Analisis Niat Nasabah Bank Syariah untuk Menggunakan Mobile Banking*. 14(1).
- Sholihin, M., & R. D. (2020). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. ANDI.
- Sholihin, P. M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Penerbit Andi. <https://books.google.co.id/books?id=NbMWEAAAQBAJ>
- Sicillia, M., & Yazid, A. (2020). Analisis Dampak Digital Banking Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Sebuah Bank Swasta. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 79. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4520>
- Situmeang, S. M. T. (2021). *Penyalahgunaan Data Pribadi Sebagai Bentuk Kejahatan Sempurna Dalam Perspektif Hukum Siber*. 27(28), 38–52. <https://doi.org/10.47268/sasi.v27i1.394>
- Subianto, T. (2007). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 165–182.
- Sudarsono, H., Tumewang, Y. K., & Kholid, M. N. (2021). *Customer Adoption of Islamic Banking Services : Empirical Evidence from Indonesia*. 8(3), 1193–1204. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.1193>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, R&D*.

## ALFABETA.

- Suh, B., & Han, I. (2002). Effect of Trust on Customer Acceptance of Internet Banking. *Electronic Commerce Research and Applications 1*, 207–243.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi (I)*. Pustaka Baru Press.
- Suwarjono, A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pengguna Internet Banking Bank Mandiri Di Jakarta. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(1), 270–280. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i1.437>
- Tan, E., & Leby Lau, J. (2016). Behavioural intention to adopt mobile banking among the millennial generation. *Young Consumers*, 17(1), 18–31. <https://doi.org/10.1108/YC-07-2015-00537>
- Tania, G. A. H., Rifaldi, R., & Giri, W. (2021). Analisis Adopsi Mobile Banking Nasabah Bank Di Jawa Tengah Menggunakan Model Utaut Dengan Budaya Sebagai Moderator Analysis Of Mobile Banking Adoption Of Bank Customers In Central Java Using Utaut Model With Culture As A Moderator. *E-Proceeding of Management*, 8(6), 7680–7687. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management>
- Tarhini, A., El-Masri, M., Ali, M., & Serrano, A. (2016). Extending the utaut model to understand the customers' acceptance and use of internet banking in lebanon a structural equation modeling approach. *Information Technology and People*, 29(4), 830–849. <https://doi.org/10.1108/ITP-02-2014-0034>
- Tarmedi, E., Sulastri, S., Sumiyati, & Dirgantari, P. D. (2018). Factors affecting customer trust and their impact on customer behavioural intention: A study of social commerce in Indonesia. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 26(T), 63–74.
- Triandis, H. C. (1979). Values, attitudes, and interpersonal behavior. *Nebraska Symposium on Motivation*.
- Venkatesh, V., G. Moris, M., B. Davis, G., & D. Davis, F. (2003). User Acceptance of Information Thecnology: Toward A Unified view. *MIS Quarterly*, 28(4), 695–704.
- Venkatesh, V., Y.L. Thong, J., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *2015 IEEE MTT-S International Microwave Symposium, IMS 2015*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.1109/MWSYM.2015.7167037>
- Wahyuningsih, E., A, B. S. W., & Sudarmawan. (2021). *valuasi Penerimaan Mobile Aplikasi Mandiri Online Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Metode UTAUT II (Studi Kasus: Bank Mandiri Cabang Solo)*. 7.



- Wandi, J., Bachri, S., & Parubak, B. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Keuntungan, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bni Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 6(1), 88–96. <https://doi.org/10.22487/jimut.v6i1.175>
- Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0 (Pertama)*. STIM YKPN.
- Xin, H., Techatassanasoontorn, A. A., & Tan, F. B. (2015). Antecedents of consumer trust in mobile payment adoption. *Journal of Computer Information Systems*, 55(4), 1–10. <https://doi.org/10.1080/08874417.2015.11645781>
- Yudiana, F. E., & Setyono, J. (2016). Analisis Corporate Social Responsibility, Loyalitas Nasabah, Corporate Image Dan Kepuasan Nasabah Pada Perbankan Syariah. *Inferensi*, 10(1), 93. <https://doi.org/10.18326/infsl3.v10i1.93-114>
- Yuliana, A., Astuti, E. S., & Afrianty, T. W. (2020). Pengaruh Ekspektasi Usaha Terhadap Hedonic Motivation, Habit, dan Perilaku Penggunaan Aplikasi Transportasi Online ( Studi Pada Pelanggan Gojek Indonesia Di Kota Malang ). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(2), 82–91.
- Zhou, T., Lu, Y., & Wang, B. (2010). Computers in Human Behavior Integrating TTF and UTAUT to explain mobile banking user adoption. *Computers in Human Behavior*, 26(4), 760–767. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.01.013>