

**IMPLEMENTASI *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM 3)
PADA FITUR *E-WALLET MOBILE BANKING SYARIAH***



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

Disusun oleh :

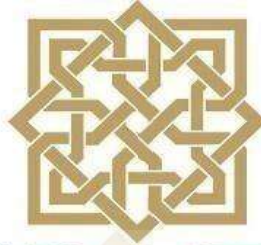
Athoriq Astriaji Hadicahya

NIM. 19108020080

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

2023

**IMPLEMENTASI *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM 3)
PADA FITUR *E-WALLET MOBILE BANKING SYARIAH***



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

Athoriq Astriaji Hadicahya

NIM. 19108020080

Dosen Pembimbing :

Jauhar Faradis, S.H.I., M.A.

NIP. 19840523 201101 1 008

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

2023

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI



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-1854/Un.02/DEB/PP.00.9/12/2023

Tugas Akhir dengan judul : IMPLEMENTASI TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM 3) PADA FITUR E-WALLET MOBILE BANKING SYARIAH

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ATHORIQ ASTRIAJI HADICAHYA
Nomor Induk Mahasiswa : 19108020080
Telah diujikan pada : Senin, 11 September 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Jauhar Faradis, S.H.I., M.A.
SIGNED

Valid ID: 658bc7e9ec333



Penguji I

Farid Hidayat, S.H., M.S.I.
SIGNED

Valid ID: 6585638967886



Penguji II

Defi Insani Saibil, S.E.I.M.E.K
SIGNED

Valid ID: 658aa33e47829



Yogyakarta, 11 September 2023

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Valid ID: 658b6dd2f431

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Athoriq Astriaji Hadicahya

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

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

Nama : Athoriq Astriaji Hadivahya

NIM : 19108020080

Judul Skripsi : **“Analisis Penerapan *Technology Acceptance Model (TAM 3)* pada fitur *e-wallet Mobile Banking Syariah*”**

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dan Ilmu Ekonomi Islam.

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

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 31 Agustus 2023

Pembimbing Skripsi



JAUHAR FARADIS, S.H.I., M.A.

NIP: 19840523 201101 1 008

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : AthorIQ Astriaji Hadicahya
NIM : 19108020080
Tempat/Tgl. Lahir : Karawang, 14 Mei 2001
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi dengan yang berjudul “**Analisis Penerapan Technology Acceptance Model (TAM 3) pada fitur e-wallet Mobile Banking Syariah**” merupakan hasil penyusunan sendiri, bukan karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya pada penulis.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 31 Agustus 2023

Penyusun,



AthorIQ Astriaji Hadicahya

NIM. 19108020080

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai salah satu civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Athoriq Astriaji Hadicahya
NIM : 19108020080
Program studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Karya : Skripsi

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

“Implementasi *Technology Acceptance Model* (TAM 3) pada fitur *e-wallet Mobile Banking Syariah*”

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Yogyakarta

Pada tanggal: 31 Agustus 2023

Yang Menyatakan,


Athoriq Astriaji Hadicahya

NIM. 19108020080

HALAMAN MOTTO

“My mom is the heart that keeps me alive”



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah dengan segala rasa syukur kepada Allah SWT atas nikmat dan hidayah-Nya sehingga proses dalam penyusunan tugas akhir ini mampu terselesaikan. Sholawat serta salam yang mudah-mudahan tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Saya mengucapkan terima kasih kepada pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung atas kelancaran skripsi ini. Dengan berbahagia, skripsi ini saya persembahkan:

Teruntuk kedua orang tua saya, yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan menaruh harapan besar untuk kesuksesan dan kebahagiaan di masa depan untuk putranya.

Kepada Bapak/Ibu Dosen yang memberikan jalan kepadaku dan telah memberikan ilmu kepadaku khususnya Bapak Jauhar Faradis, yang sudah membimbing dan mengarahkan skripsi hingga pencapaian saat ini, saya ucapkan terima kasih atas jasa dan pengabdianya, semoga dapat menjadi berkah amal ke depan terlebih di akhirat nanti.

Teruntuk sahabat-sahabat terbaik yang selalu menemani, memberikan masukan, motivasi, menampung segala keluh kesah.

Serta teruntuk Almamater kebanggaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan sejuta kenangan manis.

HALAMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata Arab yang digunakan pada skripsi ini berdasar 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	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ya
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	Za	z	zet (dengan titik dibawah)
ع	'Ain	'	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Konsonan rangkap karena *Syaddah* ditulis rangkap

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

C. *Ta'marbutah* di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	<i>Ḥikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah diserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali bila dikehendaki lafal aslinya.

2. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta kedua bacaan itu terpisah, maka ditulis h.

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliya'</i>
----------------	---------	---------------------------

3. Bila *ta' marbutah* hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah, dan dammah ditulis t atau h.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakāh al-fītri</i>
------------	---------	-----------------------

D. Vokal Pendek

اَ	Fathah	Ditulis	a
اِ	Kasrah	Ditulis	i
اُ	Dammah	Ditulis	u

E. Vokal Panjang

1	Fathah + alif	جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
2	Fathah + ya' mati	تنسى	Ditulis	<i>Tansā</i>
3	Kasrah + ya' mati	كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
4	Dammah + wawu mati	فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1	Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
	بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2	Fathah + wawu	Ditulis	<i>Au</i>

mati	قول	Ditulis	<i>Qaul</i>
------	-----	---------	-------------

G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لِنَنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la 'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qomariyyah* ditulis dengan menggunakan “q”

الْقُرْآن	Ditulis	<i>Al-Qur'ān</i>
-----------	---------	------------------

الْقِيَاس	Ditulis	<i>Al-Qiyās</i>
-----------	---------	-----------------

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf l (el) nya.

السَّمَاءِ	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشَّمْسِ	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penyusunan kata-kata dalam rangkaian kalimat

نَوِي الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>Zawi al-Furūd</i>
أَهْلُ السَّنَةِ	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan segala nikmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berjudul “Analisis Penerapan *Technology Acceptance Model* (TAM 3) pada Fitur *e-wallet Mobile Banking Syariah*” dengan sebaik-baiknya. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada suri tauladan kita Rasulullah SAW.

Penelitian ini dibuat guna memenuhi salah satu ketentuan untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata I pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penyusunan tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi., M.M. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Jauhar Faradis, S.H.I., M.A. selaku Dosen Penasehat Akademik dan Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa sabar dan ikhlas dalam membimbing serta memberikan masukan dan motivasi kepada penulis dari awal hingga selesainya penulisan skripsi ini.

5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan untuk penulis selama menempuh pendidikan.
6. Seluruh pegawai dan staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Kedua Orang Tua saya, Bapak Sukarjiyono dan Ibu Sulastri sebagai orang paling berjasa dalam hidup saya, juga sebagai sumber motivasi terbesar penulis untuk sampai pada tahap ini. Terima kasih atas segala cinta, kasih sayang, do'a, dan pengorbanan yang telah diberikan.
8. Tiffany Dellia Hadicahya dan Salma Izzati Hadicahya yang turut memberikan dukungan terbaiknya.
9. Teman-teman seperjuangan Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2019 yang berjuang bersama-sama hingga terciptanya rasa persaudaraan dan kekeluargaan.
10. Diri sendiri yang tidak pernah menyerah pada segala proses yang harus dilalui, sehingga penulis sampai pada titik ini.
11. Pribadi-pribadi inspiratif yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang turut memberikan motivasi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Penulis berharap bahwa segala bantuan yang telah diberikan dapat menjadi amal dan memperoleh balasan dari Allah SWT. Penulis sangat mengharapkan kritik maupun saran yang membangun pada penulisan skripsi ini. Dalam penyusunan skripsi ini, mungkin tidak luput dari kesalahan atau kekurangan di dalamnya. Atas kritik dan saran dari pembaca dan Dosen Pembimbing, penulis mengucapkan terima kasih. Penulis

berharap semoga penelitian ini dapat menjadi pedoman atau pembelajaran pada penelitian-penelitian lainnya di masa mendatang.



DAFTAR ISI

ANALISIS PENERAPAN <i>TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL</i> (TAM 3) PADA FITUR <i>E-WALLET MOBILE BANKING SYARIAH</i> .i	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
HALAMAN TRANSLITERASI	ix
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
ABSTRAK.....	xxi
<i>ABSTRACT</i>.....	xxii
BAB I	1
Pendahuluan.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat penelitian	11
E. Sistematika Penulisan.....	12

BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori	13
B. Kajian Pustaka.....	37
C. Pengembangan Hipotesis	45
D. Kerangka Berpikir.....	53
BAB III	55
METODE PENELITIAN.....	55
A. Jenis Penelitian.....	55
B. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	55
C. Definisi Operasional	57
D. Populasi dan Sampel.....	58
E. Teknik Analisis data	59
BAB IV	64
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
A. Analisis Deskriptif.....	64
B. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	67
C. Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	71
D. Pembahasan.....	76
BAB V.....	94
PENUTUP.....	94
A. KESIMPULAN	94
B. SARAN.....	95
Daftar Pustaka	96
LAMPIRAN	103

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1. Mobile Banking Syariah yang digunakan	64
Tabel 4. 2. Lama penggunaan fitur e-wallet Mobile Banking Syariah	65
Tabel 4. 3. E-wallet yang digunakan	65
Tabel 4. 4. Jenis kelamin responden	66
Tabel 4. 5. Usia responden	66
Tabel 4. 6. Outer Loadings	67
Tabel 4. 7. Nilai AVE	68
Tabel 4. 8. Fornell Larcker	69
Tabel 4. 9. Cross Loadings	69
Tabel 4. 10. Composite Reliability	71
Tabel 4. 11. R-square	72
Tabel 4. 12. Uji Hipotesis	73
Tabel 4. 13. Hasil Kuesioner Variabel Perceived Usefulness	76
Tabel 4. 14. Hasil Kuesioner Variabel Perceived Ease of Use	79
Tabel 4. 15. Hasil Kuesioner Variabel Subjective Norm	83
Tabel 4. 16. Hasil Kuesioner Variabel Computer Self Efficacy	87
Tabel 4. 17. Hasil Kuesioner Variabel Perceived Enjoyment	89
Tabel 4. 18. Hasil Kuesioner Variabel Behavioral Intention	91



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Model Asli Technology Acceptance Model (TAM) (Davis, 1989).....	20
Gambar 2. 2 Technology Acceptance Model 2 (TAM 2) (Venkatesh & Davis, 2000)	22
Gambar 2. 3. Technology Acceptance Model 3 (TAM 3) (Venkatesh & Bala, 2008).....	24
Gambar 2. 4. Kerangka Berpikir	53

DAFTAR LAMPIRAN

<i>Lampiran 1 Kuesioner Penelitian</i>	103
<i>Lampiran 2 Data Responden</i>	110
<i>Lampiran 3 Jawaban responden</i>	111
<i>Lampiran 4 Outer Loading</i>	124
<i>Lampiran 5 fornell larcker</i>	125
<i>Lampiran 6 Cross Loadings</i>	125
Lampiran 7 Composite Reliability	126
<i>Lampiran 8 R-square</i>	127
Lampiran 9 Uji Hipotesis	127
<i>Lampiran 10 Hasil Outer Model</i>	128
Lampiran 11 Hasil Inner Model	128



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi penerapan *Technology Acceptance Model* (TAM 3) pada fitur *e-wallet Mobile Banking Syariah*. Variabel yang digunakan adalah *subjective norm*, *computer self efficacy*, *perceived enjoyment*, lalu diikuti dengan variabel utama TAM yaitu *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *behavioral intention*, dan *use behaviour*. Sampel yang digunakan berjumlah 100 responden dengan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dengan kuesioner *Google Form*. Teknik analisis dengan PLS-SEM dan menggunakan aplikasi olah data *SmartPLS 4.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*, namun *subjective norm* tidak berpengaruh dan hanya berpengaruh pada *perceived usefulness*. *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness*, *behavioral intention* tidak memiliki pengaruh kuat pada *use behaviour*.

Kata Kunci: *subjective norm*, *computer self efficacy*, *perceived enjoyment*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *behavioral intention*, *use behaviour*, *e-wallet*, *Mobile Banking Syariah*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

This research aims to explore the application of the Technology Acceptance Model (TAM 3) to the Sharia Mobile Banking e-wallet feature. The variables used are subjective norms, computer self efficacy, perceived enjoyment, then followed by the main TAM variables, namely perceived usefulness, perceived ease of use, behavioral intention, and use behavior. The sample used was 100 respondents using a purposive sampling technique. Data collection method using a Google Form questionnaire. Analysis technique using PLS-SEM and using the SmartPLS 4.0 data processing application. The research results show that perceived usefulness and perceived ease of use have a positive effect on behavioral intention, but subjective norms have no effect and only affect perceived usefulness. Perceived ease of use has a positive effect on perceived usefulness, behavioral intention does not have a strong influence on use behavior.

Keywords: subjective norm, computer self efficacy, perceived enjoyment, perceived usefulness, perceived ease of use, behavioral intention, use behaviour, e-wallet, Mobile Banking Sharia.



BAB I

Pendahuluan

A. Latar Belakang

Perkembangan sistem teknologi pada saat ini mulai berkembang pesat sehingga mobilitas dari setiap aktivitas manusia mengalami perubahan perilaku. Dalam menunjang setiap aktivitasnya manusia dituntut untuk memiliki fasilitas teknologi yang mumpuni dan efisien. Fenomena ini menjadi peluang bagi berbagai sektor industri untuk berinovasi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang terjadi. Teknologi menjadi bagian penting bagi bank untuk bertahan dalam memenangkan persaingan (Sudarsono *et al.*, 2020).

Era digital (revolusi industri 4.0) telah membawa dinamika bertransaksi masyarakat dari *offline* menjadi *online* (Widiyanti, 2020). Meningkatnya jejaring internet di berbagai daerah juga dianggap telah mendukung perkembangan pada sistem teknologi sehingga mempermudah nasabah untuk mendapatkan layanan. Maka dari itu, bank dituntut aktif dalam berinovatif dengan basis teknologi untuk dapat memaksimalkan laba secara efisien (Premi & Widyaningrum, 2020).

Selain perkembangan teknologi informasi, perubahan perilaku konsumen juga diakibatkan oleh pandemi COVID-19 yang menyebabkan fenomena *cashless society* dikalangan masyarakat semakin meningkat, tidak kurang dari 37% konsumen baru mulai memanfaatkan ekonomi digital. Menurut laporan Statista (2020)¹ sejak dunia mengalami fase

¹ Statista, 2020. Increased Media Device Usage Due to the Coronavirus Outbreak Among Internet Users Worldwide as of March 2020, by Country.

<https://www.statista.com/statistics/1106607/device-usage-coronavirus-worldwide-by-country/>

pandemi jumlah penggunaan *smartphone* mengalami peningkatan sebesar 70%, maka dari itu program digitalisasi dalam hal pelayanan dianggap sebagai suatu inovasi yang sangat penting dilakukan dan dikembangkan (Livari *et al.*, 2020).

Dengan memaksimalkan layanan bank sadar akan pentingnya upaya dalam memenuhi kebutuhan nasabah. Setiap bank kemudian berusaha untuk tetap mempertahankan kelanjutan usaha bank melalui pemanfaatan teknologi informasi yang telah mulai berkembang. Berbagai usaha telah dilakukan untuk mendapatkan model layanan yang berbasis pada teknologi (Mufri & Suripto, 2020; Yusfiarto, 2021).

Untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal maka Bank harus memanfaatkan teknologi dengan tepat. Oleh karena itu, pemanfaatan layanan berbasis teknologi dalam penggunaan *Mobile Banking* adalah kebijakan yang strategis untuk dilakukan oleh sektor bank (Riza, 2021). Selain itu, perluasan jaringan internet pada saat ini telah mendukung pemanfaatan *Mobile Banking* di seluruh daerah di Indonesia (Prakosa & Sumantika, 2019).

Mobile Banking dianggap telah menjadi salah satu strategi pemasaran jasa perbankan baru dan dapat berperan sebagai *Customer Relationship Management* (CRM) bagi perusahaan jasa keuangan (Aini *et al.*, 2022). Maka dari itu, perbankan semakin berkompetisi untuk mengembangkan layanan *Mobile Banking* demi menangkap peluang trend perpindahan gaya bertransaksi nasabah dari transaksi tradisional menuju model transaksi digital. *Mobile Banking* sudah menjadi fenomena yang mulai dirasakan kegunaannya dibandingkan dengan perbankan tradisional. Pada bidang pelayanannya *Mobile Banking* mengalami pertumbuhan yang sangat pesat di seluruh bagian dunia dengan *value* yang didapatkan senilai

715,3 juta dolar A.S. sepanjang tahun 2018 yang diperkirakan akan terus mengalami pertumbuhan hingga 1824,7 juta dolar AS pada tahun 2026 (Sharma *et al.*, 2022).

Menurut Kejela & Porath (2021) di berbagai negara berkembang *Mobile Banking* telah banyak mengalami kesuksesan. Misalnya, di Kenya, 146 juta pembayaran seluler senilai 3,2 juta dolar A.S. ditransaksikan pada September 2018 saja antara 203.359 agen dan 44,3 juta akun *Mobile Banking* (Bank Sentral Kenya, 2018). Di bulan yang sama, 18 juta pembayaran kartu dilakukan melalui berbagai bentuk kartu. Demikian pula di Ghana, pada akhir Desember 2018, jumlah akun mobile money yang terdaftar meningkat sebesar 36% dari tahun sebelumnya, sementara jumlah akun aktif meningkat sebesar 17% dengan sekitar 397.000 agen dan nilai transaksi sebesar 38,3 juta dolar A.S. (Bank of Ghana, 2018).

Indonesia pula mengalami hal yang serupa mengenai peningkatan volume transaksi. Hal ini berdasarkan data yang ditemukan oleh Bank Indonesia (BI), volume transaksi *Mobile Banking* di Indonesia mencapai 3,2 miliar sejak awal tahun hingga Mei 2022. Nilai itu terbilang mengalami pertumbuhan 67,87% *yoy* jika dibandingkan dengan posisi yang sama pada tahun lalu yaitu sebesar 1,90 miliar volume transaksi *Mobile Banking*. Menurut *Wall Street Journal* (2020), sebanyak 45% pengguna lebih sering menggunakan layanan *Mobile Banking* untuk melakukan transaksi keuangan.

Global Mobile Consumer Trends Report (2020), menemukan bahwa terdapat peningkatan sebesar 20% pada unduhan aplikasi *Mobile Banking* dan sebesar 6% peningkatan untuk pengguna aktif harian. Strategi digital jika dilakukan pada perbankan ini akan sangat efektif baik itu untuk pemilik rekening maupun pihak Bank. Bagi pengguna hal ini dapat menghemat

waktu dan usaha karena *Mobile Banking* memberikan kenyamanan dan kemudahan untuk operasional transaksi keuangan, sedangkan untuk pihak Bank hal ini membantu menghemat biaya pengeluaran operasional dalam menjaga *physical space* (Shahid *et al.*, 2022).

Tabel 1.2 Jumlah Penggunaan *Mobile Banking* Syariah di Indonesia
Tahun 2018-2022

NO	Tahun	Persentase Pengguna
1.	2018	21.259.000
2.	2019	23.436.000
3.	2020	29.452.000
4.	2021	34.452.000
5.	2022	37.712.000

Sumber: Bank Indonesia dan Statistik Perbankan Indonesia OJK

Dalam berbagai fitur layanan yang tersedia di *Mobile Banking*, *e-wallet* menjadi salah satu metode pembayaran *Mobile Payment* yang semakin diminati konsumen. Berdasarkan data *Populix*, pada tahun 2022 sebanyak 89% responden menggunakan aplikasi *Mobile Banking* dengan tujuan untuk melakukan transaksi pengisian ulang (*top up*) aplikasi finansial seperti *e-commerce* dan *e-wallet*. Jumlah ini cukup besar jika dibandingkan dengan kegiatan transaksi lainnya yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia.²

Bagi industri digital Indonesia pembatasan sosial yang terjadi selama pandemi Covid-19 sangat berdampak pada mereka. Penggunaan layanan *e-commerce* misalnya, meningkat 69%, hal ini dikarenakan

² <https://goodstats.id/article/aplikasi-mobile-banking-paling-banyak-digunakan-masyarakat-indonesia-2022-Vb18i-indonesia-2022-Vb18i>

masyarakat yang mulai beralih melakukan belanja online untuk membeli produk kebutuhan pokok, seperti bahan makanan, dll. Akibatnya tingkat penggunaan *e-wallet* oleh masyarakat juga meningkat, karena pada teknologi ini sistemnya telah terintegrasi menjadi sistem pembayaran di platform marketplace.³

Ada 38 *e-wallet* yang diizinkan di Indonesia, menurut data dari Bank Indonesia (BI). Transaksi *e-wallet* di Indonesia bisa mencapai USD 1,5 miliar atau Rp 21 triliun seiring dengan meningkatnya uang elektronik. Pada tahun 2023, diperkirakan jumlahnya akan terus meningkat menjadi Rp 355 triliun. Pemain lokal seperti Go-Pay, OVO, DANA, LinkAja, dan Jenius masih menjadi aplikasi *e-wallet* dengan pengguna bulanan terbanyak di Indonesia.

Tabel 1.1 Persentase Penggunaan E-wallet di Indonesia 2023

NO	E-Wallet	Nilai/Persen Pengguna
1.	Gopay	71%
2.	OVO	70%
3.	Dana	61%
4.	Shopee Pay	60%
5.	LinkAja	27%
6.	Jenius	19%

Sumber: databoks.katadata.co.id

Menurut laporan *E-Wallet Industry Outlook 2023* dari Insight Asia, dari 1.300 warga perkotaan yang disurvei *Platform* yang paling banyak digunakan adalah Gopay, dengan proporsi pengguna 71%. Namun, Gopay bersaing sangat ketat dengan OVO, yang proporsi penggunaannya mencapai

³ A. Lidwina, "Plus-Minus Covid-19 terhadap Bisnis Digital," Katadata.co.id, 2020. <https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/5ec1f4c2c7256/plus-minus-covid-19-terhadap-bisnis-digital>

70%. Sementara, pengguna *platform* dompet digital lain seperti Dana, ShopeePay, LinkAja dan Jenius proporsinya lebih sedikit seperti terlihat pada grafik.

Menurut Rahmawati dan Yuliana (2019), penggunaan *e-wallet* dianggap lebih efektif dan praktis oleh bank. Oleh karena itu, jenis pembayaran elektronik saat ini dianggap dapat mendorong Bank Indonesia untuk bekerja sama dengan instansi lain mengenai pembayaran nontunai dengan tujuan mengurangi transaksi pembayaran tunai dan mengurangi peredaran uang tunai di Indonesia untuk menciptakan *cashless society*. Bank juga memudahkan masyarakat dalam mengisi ulang saldo mereka (*top up*) dengan melalui ATM, *Mobile Banking*, *Internet Banking*, dan ATM Bersama. Dengan cara ini, bank mampu mengurangi biaya tahunan untuk mencetak uang dan meningkatkan layanan pelanggan serta keamanan.

Karena sistem yang terkadang terlihat rumit dan tidak semua orang tahu cara menggunakan berbagai fitur didalamnya, banyak pengguna yang memiliki layanan *Mobile Banking* tetapi tidak pernah menggunakannya. Selain itu, akibatnya akan ada peningkatan pengguna yang terbatas dalam menggunakan *smartphone*, yang akan berdampak negatif karena konsumen belum terbiasa dengan teknologi digital (Caroline & Hastuti, 2021).

Pada penelitian ini, persoalan tentang minat nasabah dan bagaimana mereka menerima dan memanfaatkan fitur *e-wallet* sebagai layanan *Mobile Banking* Syariah akan dijelaskan melalui kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM). Model TAM ini dikembangkan oleh Davis (1989), teori ini adalah pengembangan dari teori *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang menjelaskan model penerimaan pengguna pada suatu sistem informasi (Ramadhan & Herianingrum, 2017).

Perceived Usefulness (PU) dan *Perceived Ease Of Use* (PEOU) adalah dua komponen yang paling menentukan dalam model TAM, menurut Davis (1989). Kecenderungan seseorang untuk menggunakan atau tidak menggunakan suatu aplikasi karena mereka percaya bahwa aplikasi tersebut akan meningkatkan kinerja pekerjaannya disebut "PU". Seberapa mudah pengguna mengharapkan sistem tertentu disebut "PEOU". TAM, PU, dan PEOU menganggap teknologi sebagai faktor utama yang menentukan keinginan untuk menggunakan teknologi baru. Kedua variabel ini dianggap sebagai struktur utama dan terpisah (Davis *et al.*, 1989).

Kejela dan Porath (2022) menemukan bahwa kedua variabel tersebut merupakan faktor yang paling memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap adopsi *Mobile Banking* dibanding faktor-faktor lainnya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Lew *et al.*, (2020) yang meneliti tentang adopsi *Mobile wallet* bahwa kedua konstruk utama TAM yaitu PU dan PEOU memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku penggunaan *Mobile wallet*. Penelitian lainnya dilakukan oleh Majumdar dan Pujari (2021) yang menyelidiki penggunaan aplikasi *Mobile Banking* di United Arab Emirates (UAE) dengan analisis regresi menunjukkan bahwa faktor PU dan PEOU adalah faktor yang paling berpengaruh untuk menjelaskan penggunaan aplikasi *Mobile Banking*.

Yusuf & Medihin (2017), yang menemukan bahwa hanya satu dari keduanya yang memiliki pengaruh signifikan yaitu *Perceived Ease Of Use* (PEOU). Penelitian serupa oleh Chaouali *et al.*, (2017) pada penelitiannya yang mempelajari adopsi penerimaan *Mobile Banking* di Tunisia berpendapat bahwa di negara berkembang PU dan PEOU memiliki pengaruh yang lemah atau tidak signifikan terhadap sikap penggunaan *Mobile Banking* dibandingkan dengan negara maju. Hal ini juga dikuatkan

oleh argumen bahwa kesederhanaan TAM tidak memadai jika dalam konteks negara dengan ekonomi berkembang di mana sebagian besar kelompok fokus kurang terbiasa mempelajari teknologi perbankan elektronik baru. Jadi, ketika diterapkan pada ekonomi berkembang, faktor tambahan yang dapat menentukan pengambilan keputusan penggunaan harus disertakan (Chaouali *et al.*, 2017).

TAM perlu memperluas ruang lingkupnya melalui penambahan variabel baru yang berkaitan untuk menangkap karakteristik teknologi baru yang dimaksud (Venkatesh & Davis, 2000). Ini menyiratkan bahwa model TAM dapat diperluas menggunakan konstruksi khusus ketika diterapkan dalam teknologi baru. Model TAM tradisional telah diperluas menjadi TAM 2 oleh Venkatesh & Davis (2000), *Unified theory of acceptance and use of technology* (UTAUT) oleh Venkatesh *et al.*, (2003), dan TAM 3 oleh Venkatesh & Bala, (2008). Setiap perluasan teori tersebut dimotivasi oleh kebutuhan untuk memprediksi kegunaan teknologi informasi baru dan untuk mengidentifikasi dan mempelajari penggunaan teknologi tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian terkait dengan penggunaan fitur *e-wallet* pada layanan *Mobile Banking* masih memiliki potensi untuk diteliti lebih lanjut menggunakan TAM 3 yang merupakan hasil perkembangan dari teori TAM sebelumnya. Selain untuk mengukur tingkat penerimaan sistem atau teknologi, TAM 3 dalam perkembangannya juga dapat mengukur tingkat kepuasan pengguna aplikasi. Perilaku penggunaan sistem dalam TAM ditentukan oleh tiga faktor: niat pengguna untuk menggunakan sistem, keyakinan tentang kontribusi teknologi ini untuk pekerjaan atau kinerjanya, dan kemudahan penggunaan, yang menunjukkan upaya yang dilakukan pengguna saat menggunakan sistem (Partala & Saari, 2015).

TAM 3 telah membuat kontribusi teoretis yang penting melalui determinan PU dan PEOU. Dalam TAM 3, ada elemen konteks, konten, proses dan perbedaan individu yang saling melengkapi (Venkatesh & Bala, 2008). Sejak tahun 2004 hingga saat ini, banyak penelitian yang menggunakan TAM dilakukan di Indonesia. Dengan kemajuan dalam teknologi dan informasi yang dapat diperoleh dari berbagai media, peneliti mulai mengeksplorasi penerimaan sistem informasi oleh pengguna. Penelitian Ilmi et al. (2020) menunjukkan bahwa teori ini dapat diterapkan pada sistem informasi lain di Indonesia selain yang sudah dilakukan penelitian karena temuan yang signifikan tentang variabel TAM. Maka dari itu, penggunaan fitur *e-wallet* pada layanan *Mobile Banking* dapat dikaji lebih dalam menggunakan TAM 3 dimana terdapat penambahan variabel eksternal sehingga diharapkan dapat menghasilkan data yang lebih rinci dengan judul penelitian “**Analisis Penerapan *Technology Acceptance Model (TAM) 3* pada fitur *e-wallet Mobile Banking Syariah*”.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh pada *Behavioural Intention* (BI)?
2. Apakah *Perceived Ease Of Use* (PEOU) berpengaruh pada *Behavioural Intention* (BI)?
3. Apakah *Perceived Ease Of Use* (PEOU) berpengaruh pada *Perceived Usefulness* (PU)?
4. Apakah *Subjective Norm* (SN) berpengaruh pada *Behavioural Intention* (BI)?

5. Apakah *Subjective Norm* (SN) berpengaruh pada *Perceived Usefulness* (PU)?
6. Apakah *Computer Self Efficacy* (CSE) berpengaruh pada *Perceived Ease Of Use* (PEOU)?
7. Apakah *Perceived Enjoyment* (PE) berpengaruh pada *Perceived Ease Of Use* (PEOU)?
8. Apakah *Behavioral Intention* (BI) berpengaruh pada *Use Behaviour* (USE)?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh *Perceived Usefulness* (PU) terhadap *Behavioural Intention* (BI).
2. Untuk menguji pengaruh *Perceived Ease Of Use* (PEOU) terhadap *Behavioural Intention* (BI).
3. Untuk menguji pengaruh *Perceived Ease Of Use* (PEOU) terhadap *Perceived Usefulness* (PU).
4. Untuk menguji pengaruh *Subjective Norm* (SN) terhadap *Behavioural Intention* (BI).
5. Untuk menguji pengaruh *Subjective Norm* (SN) terhadap *Perceived Usefulness* (PU).
6. Untuk menguji pengaruh *Computer Self Efficacy* (CSE) terhadap *Perceived Ease Of Use* (PEOU).
7. Untuk menguji pengaruh *Perceived Enjoyment* (PE) terhadap *Perceived Ease Of Use* (PEOU).
8. Untuk menguji pengaruh *Behavioural Intention* (BI) terhadap *Use Behaviour* (USE).

D. Manfaat penelitian

Manfaat yang diharapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang kajian perbankan Syariah di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai tinjauan yang memberikan informasi dan pemahaman mengenai persepsi penerimaan teknologi dengan menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)* khususnya pada sistem aplikasi *Mobile Banking*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Diharapkan penelitian ini dapat mejadi media bagi penulis untuk menambah ilmu dan wawasan yang berguna serta sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

b. Bagi Instansi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada perusahaan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan *Mobile Banking* pada aplikasi *Mobile Banking* Syariah.

c. Bagi Peneliti Berikutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan literasi yang dapat digunakan sebagai sumber referensi yang berkaitan dengan sikap perilaku penggunaan *Mobile Banking* Syariah.

E. Sistematika Penulisan

Bab I pada penelitian ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah dibuat dalam bentuk pertanyaan agar lebih memfokuskan pembahasan. Tujuan, Manfaat, dan Sistematika Pembahasan yang berisi mengenai penyajian hasil penelitian.

Bab II pada penelitian ini menjelaskan tentang landasan teori mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, dan beberapa teori pendukung lainnya. Selanjutnya disusun Hipotesis, Kajian Pustaka, dan Kerangka Pemikiran.

Bab III Bab ini memberikan gambaran tentang berbagai metode atau pendekatan yang digunakan untuk menyelesaikan masalah yang ada. Ini juga menjelaskan jenis penelitian, jenis data yang digunakan, populasi dan sampel, serta definisi variabel operasional. Bab ini juga membahas metode pengumpulan data dan teknik analisis data yang digunakan..

Bab IV memberikan gambaran tentang objek penelitian dan hasil analisis data, serta membahasnya. Bab inti dari penelitian berfokus pada interpretasi hasil pengolahan data, yang mencakup analisis data deskriptif, pengujian asumsi klasik, analisis data terhadap pengujian hipotesis, dan pembahasan.

Bab V bagian ini berisi hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang dilakukan pada bab keempat. Pada akhir bab, terdapat rekomendasi untuk penelitian lanjutan dan untuk perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Selain itu, keterbatasan penelitian ini juga dibahas..

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Perceived usefulness* (PU) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) pada fitur *e-wallet Mobile Banking Syariah*.
2. *Perceived ease of use* (PEOU) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) pada fitur *e-wallet Mobile Banking Syariah*.
3. *Perceived ease of use* (PEOU) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *perceived usefulness* (PU) pada fitur *e-wallet Mobile Banking Syariah*.
4. *Subjective norm* (SN) tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* (BI) pada fitur *e-wallet Mobile Banking Syariah*.
5. *Subjective norm* (SN) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *perceived usefulness* (PU) pada fitur *e-wallet Mobile Banking Syariah*.
6. *Computer self-efficacy* (CSE) tidak berpengaruh terhadap *perceived ease of use* (PEOU) pada fitur *e-wallet Mobile Banking Syariah*.
7. *Perceived enjoyment* (PE) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *perceived ease of use* (PEOU) pada fitur *e-wallet Mobile Banking Syariah*.

8. *Behavioral intention* (BI) tidak berpengaruh terhadap *use behaviour* (USE) pada fitur *e-wallet Mobile Banking Syariah*.

B. KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diatas, terdapat beberapa keterbatasan dan saran yang dapat diperhatikan untuk penelitian selanjutnya:

1. Keterbatasan

Pada penelitian ini tidak menggunakan semua variabel TAM 3 karena mempertimbangkan beberapa hal, diantaranya Keterbatasan Sumber Daya (waktu, biaya dan data), kemungkinan terjadinya multikolinieritas, konsistensi dengan penelitian terdahulu serta kompleksitas analisis (semakin banyak variabel yang digunakan semakin kompleks model dan interpretasinya).

2. Saran

Pada penelitian selanjutnya, lebih diperhatikan banyaknya sampel yang diperoleh, dan dapat menambah penjelasan mengenai sampel dari berbagai karakteristik untuk mendapatkan hasil yang sesuai. Diharapkan penelitian selanjutnya lebih mengeksplorasi mengenai penerimaan teknologi melalui variabel TAM 3, dengan menerapkan model analisis ini pada faktor lain nya yang meneliti terkait sistem teknologi.

Daftar Pustaka

- Abrilia, N. D., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Aplikasi Dana di Surabaya. *Jurnal Niaga Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1006-1012.
- Aditya, I. F., & Putra, P. D. (2021). Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Norma Subjektif, Kualitas Informasi dan Minat Penggunaan: Studi pada Pengguna E-commerce.
- Aini, A. S., Wijyantini, B., & Rusdiyanto. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Fitur Layanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Cabang Jember. *UMJember Proceeding Series National Multidisciplinary Sciences*, 1(3), 493-503.
- Alalwan, A. A., Baabdullah, A. M., Rana, N. P., Tamilmani, K., & Dwivedi, Y. K. (2018). Examining Adoption Of Mobile Internet In Saudi Arabia: Extending TAM With Perceived Enjoyment, Innovativeness And Trust. *Technology in Society*, 55, 100-110.
- Aldamagh, Z., Abdeljawad, R., & Obaid, T. (2021). Predicting mobile banking adoption: an integration of TAM and TPB with trust and perceived risk.
- Alfany, Z., Saufi, A., & Mulyono, L. (2019). The Impact of Social Influence, Self-Efficacy, Perceived Enjoyment, and Individual Mobility on Attitude Toward Use and Intention to The Use Mobile Payment of OVO”, *Global Journal of Management and Bussiness Research: E-Marketing*, 19(7), 1-8.
- Ariffin, S. K., & Abd Rahman, M. F. (2021). Understanding the consumer's intention to use the e-wallet services. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 25(3), 446-461.
- Arrif, M. S., S.M, Y., Zakuan, N., Jusoh, A., & Bahari, A. Z. (2012). The Effects of Computer Self-Efficacy and Technology Acceptance Model on Behavioral Intention in Internet Banking System. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 57, 448-452.

- Arthana, Y. W., & Rukhviyanti, N. (2015). PENGARUH MINAT INDIVIDU TERHADAP PENGGUNAAN MOBILE BANKING (M-BANKING): MODEL KOMBINASI TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR. *Jurnal Informasi*, 7(1), 25-44.
- Bagla, R. K., & Sancheti, V. (2018). Gaps in customers Satisfaction with Digital Wallets: Challenge for Sustainability. *Journal of Management Development*, 37(6), 442-251.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215.
- Camilleri, M., & Camilleri, A. (2017). Measuring the educators' behavioral intention, perceived use and ease of use of mobile technologies. In: *31st Annual Conference of The British Academy of Management, Conference Proceedings*.
- Caroline, C. C., & Hastuti, T. D. (2021). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan M-Banking Berdasarkan Teori TAM. *Jurnal KEUNIS (Keuangan dan Bisnis)*, 9(2), 160-172.
- Cengiz, E., & Bakirtas, H. (2020). Technology Acceptance Model 3 in Understanding Employee's cloud computing Technology. *Global Business Review*, 1-20.
- Chaouali, W., Soudien, N., & Ladhari, R. (2017). Explaining adoption of mobile banking with the theory of trying , general self-confidence, and cynicism. *Journal of Retailing and Consumer Service*, 35, 57-67.
- Danyali , A. A. (2018). Factors Influencing Customers Change of Behaviors from Online Banking to Mobile Banking in Tejarat Bank, Iran. *Journal of Organizational Change Management*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.

- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1992). Extrinsic and Intrinsic Motivation to Use Computers in the Workspace. *Journal of Applied Social Psychology*, 22(14), 1111-1132.
- Esawe, A. T. (2022). Understanding Mobile e-wallet consumers Intentions and User Behavior. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 26(3), 363-384.
- Handayani, S., & Anitasari, M. (2022). Karakteristik Pengguna Mobile Banking di Kota Bengkulu. *Ekombis Review: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10.
- Hansesn, J. M., Saridakis, G., & Benson, V. (2018). Risk, trust, and the interaction of perceived ease of use and behavioral control in predicting consumers' use of social media for transactions.
- Hassan, H. E., & Wood, V. R. (2020). Does Country Culture Influence Consumers Perceptions towards Mobile Banking? A Comparison between Egypt and the United States. *Telematics and Information*, 46.
- Hussein, A. S. (2015). *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan smartPLS 3.0*. Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis: Universitas Brawijaya.
- Ilmi, M., Liyundira, F. S., Rachmawati, A., Juliasari, D., & Habsari, P. (2020). Perkembangan Dan Penerapan Theory Of Acceptance Model (TAM) Di Indonesia. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 16(2), 436-458.
- Jahan, N., & Shahria, G. (2022). Factors Effecting Customer satisfaction of mobile banking in Bangladesh: a study on young users' perspective. *South Asian Journal of Marketing*, 3(1), 60-76.
- Kejela, A. B., & Porath, D. (2022). Influence of attitude on mobile banking acceptance and factors determining attitude of end-users in Ethiopia. *Jurnal of internet ang digital economics*, 2(1), 68-88.

- Kumar, a., Dhingra, S., Brata, V., & Purohit, H. (2020). A Framework of Mobile Banking Adoption in India. *Journal of Open Innovation Technology, Market, and Complexity*.
- Kusuma, A. P., & Syahputra. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Sikap Penggunaan E-Wallet Di Kota Bandung.
- Kusumastuti, R., Touriano, D., Rosita, S., & Fatrici, R. S. (2022). Effectiveness Of Accrual Basis Accounting System In State Budget And Treasury System In TAM 3 Framework.
- Lew, S., Tan, G. W.-H., Loh, X.-M., Hew, J.-J., & Ooi, K.-B. (2020). The disruptive mobile wallet in the hospitality industry : An extended mobile technology acceptance model. *Technology in Society*, 63.
- Livari, N., Sharma, S., & Olkkonen, L. V. (2020). Digital Tranformation of everyday life-How COVID-19 pandemic transformed teh basic education of the young generation and Why information management research should care? *Internation Journal of Information Management*.
- Malaquias, R. F., & Hwang, Y. (2016). An Empirical Study on Trust in Mobile Banking: A Developing Country Perspective. *Comput. Hum. Behav*, 54, 453-461.
- Monica, Nina, & Tama, A. I. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Norma Subjektif dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Electronic Banking. *JRAK Universitas Islam* 45, 8(1), 27-41.
- Mufri, R., & Suropto, T. (2020). Analisa Mahasiswa terhadap Penggunaan Layanan Internet Banking Bank BNI Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 10(1), 55-61.
- Mujamdar, S., & Pujari, V. (2022). Exploring usage of mobile banking apps in the UAE: a categorical regression analysis. *Journal of Financial Services Marketing*, 27, 177-189.

- Partala, T., & Saari, T. (2015). Understanding the most influential user experiences in successful and unsuccessful technology adoptions. *Computers in Human Behavior*, 53, 381-395.
- Phuong, N. N., Luan, L. T., Dong, V. V., & Khanh, N. L. (2020). Examining Customers Continuance Intention towards e-wallet Usage: The Emergence of Mobile Payment Acceptance in Vietnam. *Journal Asian Finance, Economics, and Business*, 7(9), 505-516.
- Prakosa, A., & Sumantika, A. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi dan Persepsi Risiko terhadap Kepercayaan Pengguna M-banking. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 270-282.
- Pratama, A., Saleh, F. M., Zahra, F., & Afdhalia, N. (n.d.). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Empiris pada Nasabah Perbankan Konvensional di Kota Palu).
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet.
- Rehman, Z. U., & Shaikh, F. A. (2020). Critical Factors Influencing the Behavioral Intention. *Engineering, Technology & Applied Science Research*, Vol. 10(No. 1), 5265-5269.
- Riquelme, H. E., & Rios, R. E. (2010). The Moderating effect of gender in adoption of mobile banking. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 28(5), 328-341.
- Riza, A. F. (2021). The potential of digital banking to handle the covid-19 pandemic crisis: Modification of UTAUT model for Islamic finance industry. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, Vol. 7(No. 1), 1-16.
- Roflin, E., Liberty, I. A., & Pariyana. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Setiyani, L., Suhada, K., & Effendy, F. (2021). Investigasi Penerimaan dari Aplikasi E-Learning Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) 3 Case Report: E-learning STMIK Rosma.

- Shahid, S., Islam, J. U., & Hasan, U. (2022). Examining Consumers Experience in Using M-banking Apps: A Study of its Antecedents and outcomes. *Journal of Retailing and Consumers Service*, 65.
- Shankar, A., Jebarajakirthy, C., & Ashaduzzaman, M. (2020). How do Electronic Word of Mouth Practice Contribute to Mobile Banking Adoption? *Journal of Retailing and Consumer service*, 52, 1-14.
- Sharma, M., Banerjee, S., & Paul, J. (2022). Role of social Media on Mobile Banking Adoption among Consumers. *Technology Forecasting & Social Change*, 180.
- Sharma, S. K., & Sharma, M. (2019). Examining the Role of Trust and Quality Dimensions in The Actual Usage of Mobile Banking Services: An Empirical Investigation. *International Journal of Information Management*, 44, 65-75.
- Singh, S., & Srivastava, R. K. (2020). Understanding The Intention to Use Mobile Banking By Existing Online Banking Customers: An Empirical Study. *Journal of Financial Services Marketing*.
- Srajono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suadarsono, B. G., Lestari, S. P., Bani, U. A., Chandra, J., & Andry, J. F. (2020). Using an Extreme Programming Method for Hotel Reservation System Development. 8(6), 2223-2228.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarya, I. M. (2022). Pengaruh faktor persepsi terhadap minat penggunaan layanan dompet digital (e-wallet) melalui pendekatan teori Technology Acceptance Model (TAM).
- Susanto, A., Chang, Y., & Ha, Y. (2016). Determinants of continuance intention to use the smartphone banking services: An extension to the expectation-confirmation model. *Industrial Management and Data Systems*, 116(3), 508-525.
- Technology Acceptance Model 3 in Understanding Employee's Cloud Computing Technology. (2020). 1-20.

- Venkantesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of The Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186-204.
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions. *Decision Sciences*, 39(2), 273-315.
- Vukovic, M., & Pivac, S. (2019). Technology Acceptance Model for the internet banking Acceptance in Split. *Business System Research*, 10(2), 124-140.
- Wicaksono, Soetam Rizky. (2022). Teori Dasar Technology Acceptance Model. CV Seribu Bintang, Malang.
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan penggunaan, dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan e-wallet OVO di Depok. *Moneter: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7(1), 54-56.
- Yusfiarto, R. (2021). The Relationship Between M-banking Service Quality and Loyalty: Evidence Islamic Banking. *Asian Journal of Islamic Management*, 3(1), 23-33.
- Yusuf, N., & Medihin, M. G. (2017). FACTORS INFLUENCING MOBILE BANKING ADOPTION IN ETHIOPIA: A PERSPECTIVE ON COMMERCIAL BANKS CUSTOMERS IN ADDIS ABABA. *A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Art in Marketing Management*.
- Zhang, T., Lu, C., & Kiizildag, M. (2018). Banking "on-the-go": examining consumers' adoption of mobile banking. *International Journal of Quality and Service Sciences*.
- Zheng, J., & Li, S. (2020). What drives students' intention to use tablet computers: An extended technology acceptance model. *International Journal of Educational Research*, 102.