

**DETERMINAN NIAT DAN PERILAKU MENGGUNAKAN  
DIGITAL BANKING DI PERBANKAN SYARIAH**



**TESIS**

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

**OLEH:**

**SUCI MULYATI, S.E  
NIM: 21208012030**

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

**DETERMINAN NIAT DAN PERILAKU MENGGUNAKAN  
DIGITAL BANKING DI PERBANKAN SYARIAH**



**TESIS**

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

**OLEH:**

**SUCI MULYATI, S.E**

**NIM: 21208012030**

**PEMBIMBING:**

**DR. RUSPITA RANI PERTIWI, S.PSI., M.M**

**NIP: 19760616 200501 2 000 2**

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

**2023**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1690/Un.02/DEB/PP.00.9/12/2023

Tugas Akhir dengan judul : DETERMINAN NIAT DAN PERILAKU MENGGUNAKAN DIGITAL BANKING DI PERBANKAN SYARIAH

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SUCI MULYATI, S.E  
Nomor Induk Mahasiswa : 21208012030  
Telah diujikan pada : Rabu, 29 November 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. Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, M.M  
SIGNED

Valid ID: 6576660d1369a



Penguji I

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

Valid ID: 65731a54cf5ce



Penguji II

Dr. Prasajo, S.E., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 656ea07ad1e87



Yogyakarta, 29 November 2023

UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Valid ID: 6576881e4378d

## HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

Hal : Tesis Saudari Suci Mulyati

Kepada

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

Di Yogyakarta

*Assalamualaikum, Wr. Wb.*

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

Nama : Suci Mulyati

NIM : 21208012030

Judul Tesis : "Determinan Niat dan Perilaku Menggunakan Digital Banking di Perbankan Syariah"

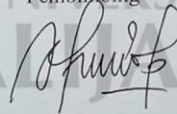
Sudah dapat di ajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar magsiter dalam Ilmu ekonomi Islam.

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

*Wassalamualaikum Wr. Wb*

Yogyakarta , 20 Oktober 2023

Pembimbing



**Dr. RUSPITA RANI PERTIWI, S.PSI., M.M**

**NIP: 19760616 200501 2 000 2**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Suci Mulyati

Nim : 21208012030

Jurusan / Program Studi : Ekonomi Syariah / Magister Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa tesis yang berjudul “Determinan Niat dan Perilaku Menggunakan *Digital Banking* di Perbankan Syariah” adalah benar-benar merupakan karya hasil penyusunan sendiri, bukan dipublikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam body note dan daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 10 November 2023

Penyusun,  
  
Suci Mulyati



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Suci Mulyati  
NIM : 21208012030  
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Tesis

Dengan pengembangan ilmu pengetahuan, karya ilmiah saya yang berjudul:  
**“Determinan Niat dan Perilaku Menggunakan *Digital Banking* di Perbankan Syariah”**

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.

Dibuat di Yogyakarta  
Pada tanggal: 7 Oktober 2023



Suci Mulyati

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## HALAMAN MOTTO

*“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu”*

**(Umar bin Khatab)**

*“Perbanyak bersyukur, kurangi mengeluh. Buka mata, jembarkan telinga, perluas hati. Sadari kamu ada pada fase sekarang, bukan kemarin atau esok, nikmati setiap momen dalam hidup, dan berpetualanglah”*

**(Penulis)**

**“Ilmu Amaliyah Amal Ilmiah dan  
Fastabikhul Khoirot “**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Bismillahi arrahmani arrahim*

Tesis ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya Bapak Suaeb Nurddin sebagai lokomotif peradaban dan superhero terbaik sepanjang sejarah hidup saya, yang jarang memberi perhatian namun menangis dibelakang layar demi menghidupi saya, dedikasi yang luar biasa yang saya dapatkan sebagai rotot rakitanya yang dipaksa *strong* oleh keadaan dan Ibu Suhartati tuhan kedua saya dan nafas saya sehingga bisa berdiri hingga detik ini, yang tanpa henti selalu mendoakan anak-anaknya, memberikan kasih sayang, pengorbanan, dukungan moral maupun moril dan motivasi serta semangat yang selalu diberikan selama menuntut ilmu. Kami dari latar belakang keluarga berkecukupan dengan modal *kunfayakun* alhamdulillah atas ridho Allah SWT bisa sampai dititik ini.
2. Kepada adek-adek saya yang saya sayangi yaitu Nurinayah, Nurhidayah, dan Ibnul Saylan yang selalu saya rindukan dan sumber semangat untuk saya dalam menyelesaikan tesis ini
3. Kandaku Nuryadin, S.H., M.H yaitu laki-laki hebat yang selalu memberikan saya rasa cinta, semangat dan perjuangan dalam menyelesaikan tesis ini.
4. Kepada teman-teman saya teman seperjuangan dikota rantauan yaitu Yogyakarta, terkhusus bertie ku Nurul Iman, Mariam Ulfa, Miki, dan adik Rianti terimakasih kebersamaanya selama ini di jogja, yang selalu mengubah mendung menjadi terang dalam senyuman yang tentunya kocaknya tidak habis-habis , terimakasih banyak.
5. Para Dosen, Pembimbing saya yang terbaik, dan Staf serta Almamater Program Studi Megister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan tesis 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	Šā'	š	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	Žāl	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīn	s	es
ش	Syīn	Sy	es dan ye
ص	Šād	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Dād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	Zā'	z	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	'	apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

### B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	Muta'addidah
عدة	Ditulis	'iddah

### C. Konsonan Tunggal

Semua *tā' marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada ditengah 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.



قول	ditulis	<i>qaul</i>
-----	---------	-------------

**G. Vokal Pendek yang Beruntung dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof**

أَنْتُمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدْتُ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لِنِّ شَكَرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

**H. Kata Sandang Alif+Lam**

1. Bila diikuti huruf Qamariyah maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

الْقُرْآن	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الْقِيَاس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

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

السَّمَاء	ditulis	<i>as-Samā</i>
الشَّمْس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

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

Ditulis menurut penulisannya

ذَوِي الْقُرُوض	ditulis	<i>ḥawial-furūd</i>
أَهْلُ السَّنَةِ	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir tesis ini. Sholawat dan salam selalu peneliti haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing kita dari jalan kebodohan menuju jalan pencerahan berfikir dan memberi inspirasi kepada peneliti untuk tetap selalu semangat dalam belajar dan berkarya.

Penelitian ini merupakan tugas akhir pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai syarat untuk memperoleh gelar magister strata dua. Untuk itu, penelitian ini dengan segala kerendahan hati mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dr. Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc., selaku Kaprodi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sekaligus selaku sebagai pembimbing akademik.
4. Bapak Dr. Joko Setyono, S.E., M.Si. selaku sekretaris prodi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Dr. Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi., M.M., selaku dosen pembimbing tesis yang telah memberikan arahan serta membimbing, memberikan kritik dan saran, motivasi dan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Seluruh jajaran dosen dan pengajar di Program Studi Magister Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga yang senantiasa membimbing penulis semasa studi.
7. Seluruh pegawai dan staf tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga yang tidak bisa penulis sebut satu persatu.

8. Kepada kedua orang tua saya, Bapak Suaeb Nurdin dan Ibu Suhartati yang selalu menyayangi saya, memberikan dukungan dan selalu mendoakan serta memberikan yang terbaik untuk saya dalam menyelesaikan tesis ini.
9. Kepada adek-adek saya yang saya sayangi yaitu Nurinayah, Nurhidayah, dan Ibnul Saylan yang selalu saya rindukan dan sumber semangat untuk saya dalam menyelesaikan tesis ini.
10. Kepada Kandaku Nuryadin, S.H., M.H yaitu laki-laki hebat yang selalu memberika saya rasa cinta, semangat dan suport dalam menyelesaikan tesis ini.
11. Kepada teman-teman saya teman seperjuangan dikota rantauan yaitu Yogyakarta, terkhusus bertie ku Nurul Iman, Mariam Ulfa, Miki, dan adik Rianti terimakasih kebersaanya selama ini di jogja, yang selalu mengubah mendung menjadi terang dalam senyuman saya, terimakasih.

Yogyakarta, 14 Oktober 2023

Penyusun,



Suci Mulyati

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR</b> .....	ii
<b>HALAM PERSETUJUAN TESIS</b> .....	iii
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	v
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vi
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xx
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xxii
<b>ABSTRAK</b> .....	xxiii
<b>ABSTRACT</b> .....	xxiv
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	15
C. Tujuan Penelitian .....	15
D. Manfaat Penelitian .....	16
1. Pada Keilmuan .....	16

2. Pada Praktisi.....	16
3. Bagi Pemerintah.....	17
<b>BAB II</b> .....	18
<b>LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA</b> .....	18
A. Landasan Teori.....	18
1. Perilaku Konsumen .....	18
2. Digital Banking .....	24
3. <i>Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology</i> (UTAUT3) .....	28
B. Kajian Pustaka.....	51
C. Kerangka Teoritik dan Pengembangan Hipotesis .....	59
1. Ekspektasi Kinerja (EK) .....	59
2. Ekspektasi Usaha (EU) .....	61
3. Pengaruh Sosial (PS).....	62
4. Kondisi yang Memfasilitasi (KM) .....	63
5. Motivasi Pengguna (MP) .....	64
6. Nilai harga (NH) .....	65
7. Kebiasaan (K) .....	66
8. Inovasi Personal (IP) .....	68
9. Niat Perilaku Terhadap Perilaku Menggunakan .....	71
<b>BAB III</b> .....	74
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	74
A. Jenis Penelitian.....	74
B. Populasi dan Sampel Penelitian .....	75

C. Definisi Operasional Variabel.....	78
D. Metode Pengumpulan Data.....	79
E. Uji Instrumen dan Teknik Analisis Data.....	80
<b>BAB IV.....</b>	<b>87</b>
<b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>87</b>
A. Gambaran Umum Bank Syariah Sebagai Objek Penelitian.....	87
B. Deskripsi Pelaksanaan Penelitian.....	91
C. Deskripsi Demografi Responden.....	93
1. Jenis Kelamin.....	93
2. Usia Responden.....	93
3. Alamat Provinsi.....	94
4. Pendidikan Terakhir.....	95
5. Pekerjaan Responden.....	96
6. Tingkat Pendapatan Responden.....	97
7. Responden Berdasarkan <i>Digital Banking</i> Bank Syariah Yang Digunakan 3 Tahun Terakhir.....	98
8. Responden Berdasarkan Jenis <i>Digital Banking</i> Bank Syariah.....	99
9. Responden Berdasarkan Pengalaman Menggunakan <i>Digital             Banking</i> Perbankan Syariah.....	100
10. Responden Berdasarkan Frekuensi Pengguna <i>Digital Banking             Bank Syariah</i> .....	101
D. Deskripsi Hasil Tanggapan Responden.....	102

1. Variabel Ekspektasi Kinerja.....	102
2. Variabel Ekspektasi Usaha.....	103
3. Variabel Pengaruh Sosial .....	104
4. Variabel Kondisi Yang Memfasilitasi.....	105
5. Variabel Motivasi Pengguna .....	106
6. Variabel Nilai Harga .....	107
7. Variabel Kebiasaan .....	107
8. Variabel Inovasi Personal.....	108
9. Variabel Niat Perilaku.....	109
10. Variabel Perilaku Pengguna.....	110
11. Variabel Gaya Hidup Islami.....	111
E. Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	112
1. <i>Convergent Validity</i> .....	112
2. <i>Discriminant Validity</i> .....	114
3. <i>Composite Reability</i> dan AVE .....	117
F. Evaluasi model Struktur ( <i>Inner Model</i> ) .....	118
1. Uji Analisis <i>R-Square</i> (R <sup>2</sup> ) dan <i>Q-Square</i> .....	118
2. <i>Part Coefficient</i> .....	120
G. Pembahasan Hasil Penelitian .....	124
<b>BAB V</b> .....	155
<b>PENUTUP</b> .....	155
A. Kesimpulan.....	155
B. Implementasi Penelitian .....	158

C. Keterbatasan .....	159
D. Saran .....	160
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	162
<b>LAMPIRAN</b> .....	177
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	265



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel .....	78
Tabel 3.2	Nilai Skor Kuesioner .....	80
Tabel 4.1	Perkembangan Jaringan Kantor Perbankan Syariah di Indonesia ...	88
Tabel 4.2	Perkembangan Aset Perbankan Syariah (dalam Miliar Rupiah) .....	90
Tabel 4.3	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Ekspektasi Kinerja .....	102
Tabel 4.4	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Ekspektasi Usaha .....	103
Tabel 4.5	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pengaruh Sosial .....	104
Tabel 4.6	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kondisi Yang Memfasilitasi .....	105
Tabel 4.7	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Motivasi Pengguna .....	106
Tabel 4.8	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Nilai Harga .....	107
Tabel 4.9	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kebiasaan .....	107
Tabel 4.10	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Inovasi Personal .....	108
Tabel 4.11	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat Perilaku .....	109
Tabel 4.12	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Perilaku Pengguna .....	110
Tabel 4.13	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Gaya Hidup Islami .....	111
Tabel 4.14	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> .....	112
Tabel 4.15	Nilai <i>Cross Loading</i> .....	115
Tabel 4.16	Nilai <i>Composite Reliability</i> dan AVE .....	117
Tabel 4.17	Hasil Uji <i>R –Square (R<sup>2</sup>)</i> .....	119
Tabel 4.18	Hasil <i>Part Coefficients</i> (Pengaruh Langsung) .....	120
Tabel 4.19	Hasil <i>Part Coefficients</i> (Pengaruh Tidak Langsung) .....	123



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Peningkatan Penetrasi Internet di Indonesia .....	2
Gambar 1.2 Pertumbuhan Tahunan Nilai Transaksi Uang Elektronik dan Perbankan Digital (Mei 2022) .....	4
Gambar 2.1 Model <i>Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology</i> (UTAUT) .....	36
Gambar 2.2 Model <i>Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2</i> (UTAUT2) .....	38
Gambar 2.3 Model <i>Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 3</i> (UTAUT3) .....	40
Gambar 2.4 Kerangka Teoritis .....	73
Gambar 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	93
Gambar 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Kelompok Umur .....	94
Gambar. 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Provinsi Asal .....	95
Gambar 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	96
Gambar 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	97
Gambar 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan .....	98
Gambar 4.7 Distribusi Responden Berdasarkan <i>Digital Banking</i> Bank Syariah .....	99
Gambar 4.8 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis <i>Digital Banking</i> Bank Syariah .....	99
Gambar 4.9 Distribusi Responden Berdasarkan Pengalaman <i>Digital Banking</i> Bank Syaria .....	101
Gambar 4.10 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan <i>Digital Banking</i> Bank Syariah .....	102

Gambar 4.11 Model Penelitian *Outer Model 1* ..... 118  
Gambar 4.12 Model Penelitian *Outer Model 2* ..... 124



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Penyebaran Kuesioner Melalui Media Sosial

Lampiran 3. Tabulasi Data Jawaban Kuesioner

Lampiran 4. Hasil Pengujian Olah Data

Daftar Riwayat Hidup



## ABSTRAK

Penelitian tesis ini untuk menganalisis dan memprediksi determinan terhadap niat dan perilaku menggunakan *Digital Banking* di perbankan syariah. Studi tesis ini melakukan pengembangan *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Tecnology 3* (UTAUT3) yang terdiri dari ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, dan inovasi personal sebagai determinan untuk memprediksi niat dan perilaku menggunakan *Digital Banking* bank syariah. Studi ini menggunakan 266 nasabah *pengguna Digital Banking* bank syariah di seluruh Indonesia sebagai sampel. Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan *Structural Equation Model* (SEM) sebagai model analisisnya, *software* yang digunakan adalah SmartPLS versi 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi pengguna, kebiasaan dan inovasi personal berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku menggunakan *Digital Banking* bank syariah selanjutnya kebiasaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengguna dalam menggunakan *Digital Banking* bank syariah. Sedangkan Ekspektasi kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Social, Kondisi Yang Memfasilitasi, Nilai Harga tidak berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan *Digital Banking* bank syariah. Untuk pengaruh langsung terhadap perilaku menggunakan *Digital Banking* bank syariah, uji statistik membuktikan bahwa kebiasaan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku menggunakan *Digital Banking* perbankan syariah. Sedangkan kondisi yang memfasilitasi, inovasi personal, niat perilaku berpengaruh positif tidak signifikan terhadap perilaku menggunakan *Digital Banking* perbankan syariah. Gaya hidup Islami terbukti signifikan positif memperkuat relasi pengaruh sosial terhadap niat perilaku menggunakan *Digital Banking* perbankan syariah. Sedangkan pada kebiasaan terhadap niat perilaku, gaya hidup Islami secara positif tidak signifikan memoderasi pangaruh kebiasaan terhadap niat perilaku menggunakan *Digital Banking* bank syariah. Kontribusi dalam mengembangkan model perilaku konsumen dengan mengintegrasikan *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Tecnology 3* dengan gaya hidup islami sebagai variabel moderasi, khususnya pada konteks niat perilaku untuk menggunakan *Digital Banking* perbankan syariah. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam mengisi keterbatasan *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Tecnology 3* (UTAUT3). Dan juga peneliti merekomendasikan perbankan syariah harus memberikan edukasi layanan *Digital Banking* kepada nasaba seperti vidio singkat mengatasi keluhan nasabah, karena dengan nasabah paham fungsi dan cara penggunaannya produk maka akan menarik niat dan perilaku nasabah dalam menggunakan *Digital Banking* perbankan syariah dan melakukan penembahan fitur-fitur yang dimiliki sehingga menjadi super aplikasi yang dapat memenuhi semua kebutuhan nasabah.

**Kata kunci:** Perilaku Konsumen, Niat Perilaku, Perilaku Pengguna, *Digital Banking*

## ABSTRACT

*This thesis research is to analyze and predict the determinants of intention and behavior to use Digital Banking in sharia banking. This thesis study develops the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 (UTAUT3) which consists of performance expectations, business expectations, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price values, habits and personal innovation as determinants for predicting intentions and behavior of using sharia bank Digital Banking. This study used 266 customers using digital banking from Islamic banks throughout Indonesia as samples. A quantitative approach was used in this research with the Structural Equation Model (SEM) as the analysis model, the software used was SmartPLS version 3.0. The results of this research show that user motivation, habits and personal innovation have a positive and significant effect on behavioral intentions to use sharia bank Digital Banking. Furthermore, habits have a positive and significant effect on user behavior in using sharia bank Digital Banking. Meanwhile, performance expectations, business expectations, social influence, facilitating conditions, price value have no effect on behavioral intentions to use Digital Banking from Islamic banks. For the direct influence on behavior using sharia banking Digital Banking, statistical tests prove that habits have a significant positive effect on behavior using sharia banking Digital Banking. Meanwhile, facilitating conditions, personal innovation, and behavioral intentions have an insignificant positive effect on behavior using Digital Banking for Islamic banking. The Islamic lifestyle has been proven to be significantly positive in strengthening the relationship between social influence and behavioral intention to use sharia banking Digital Banking. Meanwhile, regarding habits on behavioral intentions, Islamic lifestyle does not positively moderate the influence of habits on behavioral intentions to use Digital Banking from Islamic banks. Contribution in developing a consumer behavior model by integrating Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 3 with Islamic lifestyle as a moderating variable, especially in the context of behavioral intentions to use Digital Banking, Islamic banking. This research provides a contribution in filling the limitations of Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 3 (UTAUT3). And researchers also recommend that sharia banking should provide education on Digital Banking services to customers, such as videos that quickly address customer complaints, because if customers understand the function and how to use the product, it will attract customers' intentions and behavior in using sharia banking Digital Banking and adding additional features. owned so that it becomes a super application that can meet all customer needs.*

**Keywords:** Consumer Behavior, Behavioral Intentions, User Behavior, Digital Banking

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

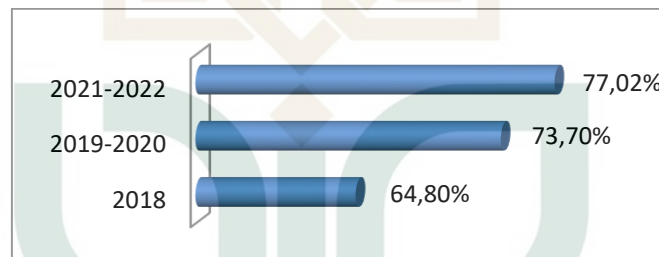
### **A. Latar Belakang**

Trend digitalisasi pada pengguna teknologi digital dalam mengubah model bisnis dan menciptakan nilai pendapatan dan produksi baru dalam hal menumbuhkan niat atau minat nasabah bank syariah (Afshinmehra *et al.*, 2022). *Financial Technology (Fintech)* merupakan salah satu kemajuan teknologi yang menarik perhatian penelitian di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Instansi perbankan seperti didefinisikan oleh *Nationa Digital Research Center (NDRC)*, *Financial* merupakan narasi dengan mengacu pada temuan dalam industri pelayanan keuangan, dari mana istilah tersebut berasal dari kata keuangan juga teknologi dikenal dengan (*Fintech*), yang mengacu pada inovasi pembiayaan melalui teknologi saat ini (Khoiriah, 2023).

Peluang kerjasama antar negara yang dibawah oleh globalisasi dan menjelang Era society 5.0 pada industri perbankan, khususnya perbankan syariah, akan menghadapi masalah sebagai akibat dari perubahan perilaku konsumen dan meningkatnya persaingan (Beckett and Hower, 2000). Perkembangan teknologi yang pesat menuntut industri perbankan untuk melakukan transformasi platform digital untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kebutuhan akan kecanggihan semakin meningkat dan kelengkapan produk perbankan untuk memudahkan transaksi keuangan (Setyono, 2022). Dalam bisnis perbankan, istilah baru yang disebut



"*perbankan digital*" telah muncul karena akses mudah yang dimiliki masyarakat ke layanan keuangan tanpa harus pergi ke bank, berkat *phone banking, mobile banking*, pembayaran seluler, dan sistem pembayaran lainnya (Hafizi, 2019; Patrick, 2018). Teknologi memungkinkan nasabah mengakses bank kapan saja dan melakukan transaksi secara efektif dan efisien (Hanafi, 2021). Berlandaskan hal demikian partisipasi serta perang pemerintah dalam perluasan *digital banking* di masyarakat sangat dibutuhkan, guna mendukung *market share* di Indonesia yang orientasinya dapat membantu masyarakat untuk menggunakan *digital banking* bank syariah dari berbagai layanan yang ada.



**Gambar 1.1 Persentase Peningkatan Penetrasi Internet di Indonesia**

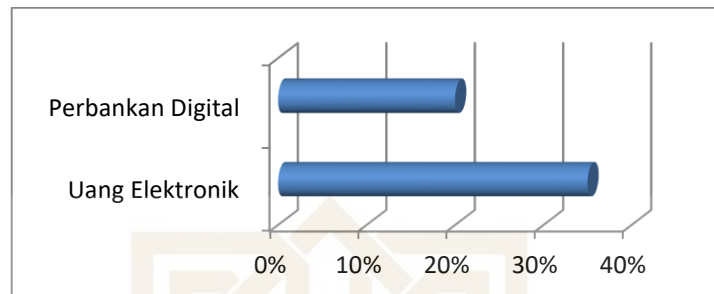
Sumber: (APJII, 2022) data diolah, 2023

Perbankan syariah dihadapkan pada peluang dan tantangan sebagai akibat kemajuan teknologi informasi. Menurut data Asosiasi Penyelengaraan Internet Indonesia (APJII), dari total populasi 272.682.600 penduduk Indonesia pada tahun 2021, sebanyak 210.026.726 orang telah terhubung ke internet pada tahun 2021–2022. Sehingga, volume presentase adopsi internet di Indonesia berkisar pada 77,02%. Dalam lima tahun terakhir tren jumlah pengguna internet terus meningkat, proporsi masyarakat Indonesia yang menggunakan internet pada tahun 2018 hanya sebesar 64,80%, jika

dibandingkan dengan jumlah pengguna internet nasional pada tahun 2021-2022 yang sudah mencapai 77,02 % (Firmansyah, 2022). Sementara Laporan terbaru dari *We Are Sosial* mencatat jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2013, terdapat 212,9 juta pengguna internet di Indonesia, atau sekitar 77% dari total populasi negara yang berjumlah 273,52 juta jiwa telah menggunakan internet (Rizaty, 2023). Asia telah mengalami peningkatan yang relatif besar dalam persentase orang yang menggunakan perbankan digital. (Dang, 2018). Perbankan dapat menggunakan perbankan digital untuk meningkatkan kinerja keuangannya di saat persentase pengguna perbankan digital meningkat".

Dengan Peraturan OJK No.12/POJK03/2021 yang mengatur perbankan digital di Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan memberikan nafas baru bagi pertumbuhan perbankan digital di Indonesia pada tahun 2021. Untuk dapat melayani nasabah dengan lebih nyaman, tepat, dan sesuai dengan kebutuhannya. Layanan perbankan elektronik yang diberikan dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah dikenal dengan layanan perbankan digital. Layanan ini sepenuhnya independen untuk digunakan pelanggan sambil memperhatikan masalah keamanan. Layanan *Digital Banking* punya banyak keuntungan bagi pengguna, seperti fleksibel, dapat melakukan personalisasi berdasarkan layanan yang ada, tidak dibatasi oleh waktu dan ruang dalam penggunaan, penyesuaian, dan memiliki kemampuan mengidentifikasi pengguna secara cermat untuk menyampaikan pesan (Kurnia, *et al*, 2022). Layanan perbankan digital meliputi *phone banking*,

*SMS banking, mobile banking, dan internet banking. (POJK, Nomor 12/POJK.03/2021).*



**Gambar 1.2 Pertumbuhan Tahunan Nilai Transaksi Perbankan Digital dan Uang Elektronik (Mei 2022)**

Sumber: databoks, data diolah, 2023

Gambar di atas menunjukkan tingkat pertumbuhan nilai transaksi tahunan Mata uang virtual dan perbankan digital, bahwa transaksi uang elektronik mengalami pertumbuhan yang pesat sampai bulan Mei 2022. Laporan yang dirilis Bank Indonesia (BI) memproyeksikan peningkatan transaksi uang elektronik sebesar 35,25 persen pada tahun 2022. dibanding setahun sebelumnya. Sedangkan transaksi perbankan digital tumbuh sebesar 20,82% yang masih jauh dari transaksi uang elektronik. Untuk itu pergerakan pada sisi *digital banking* adalah salah satu strategi bank syariah untuk menguasai dan memenangkan persaingan serta mempertahankan citra perusahaan dipasar masyarakat luas (Muzayyana dan Asmuni, 2022)

Pada kenyataanya hal tersebut masih terbatas pada pelayanan atau kegiatan sedangkan konsep dan ide perbankan digital pada tahun 2025 belum disertakan (Setyono, 2021), yang dikemukakan oleh Gasser *et al.*, (2017) menjelaskan khususnya enam bidang yaitu perbankan berbasis data, platform

digital, model operasi, model pendapatan, klien perbankan, dan rantai nilai perbankan yang membentuk restrukturisasi sistem perbankan. Perbankan digital semakin sering digunakan, yang menunjukkan adanya pergeseran perilaku perbankan konsumen. Hal ini membutuhkan layanan keuangan yang inovatif, dan laju perubahan teknologi yang meningkat memaksa bank untuk mendigitalkan layanan agar tetap kompetitif di pasar perbankan. (Caermen *et al.*, 2015). Menurut penelitian Kitsios *et al.*, (2021) beralih dalam perbankan digital merupakan pendekatan baru bagi bank untuk mengimplementasikan kemajuan teknologi dan berinovasi untuk beradaptasi dengan perubahan dinamika nasabah dari akses internet yang diadopsi oleh penggunanya dengan mengakses semua bagian dalam *Digital Banking*.

*Market Share* merupakan alat yang minin untuk digunakan dalam membentuk kesan awal dalam bisnis atau sektor karena merupakan indikator awal untuk menentukan kekuatan suatu perusahaan atau industry (Bhattacharya *et al.*, 2021). Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) hingga Maret 2022, pangsa pasar bank syariah nasional dalam angka sebesar 7,03%. Dengan tingkat pertumbuhan sebesar 5,31%, Perkiraan jumlah penduduk Indonesia adalah 275 juta jiwa. yang mewakili berbagai generasi, gender, dan etnis (BPS, 2023). Oleh karena itu, perbankan Islam secara alami harus fokus pada segmen pasar Muslim yang berkembang pesat. Langkah yang dilakukan pemerintah untuk merespon perkembangan sector industry halal adalah melaksanakan program indonesia Go international *Halal Lifestyle Expo & Conference* pada tahun 2022 (Luqihardianti, 2022).

Penerbitan masterplan ini adalah tata cara penguatan UMKM, ekonomi digital, rantai nilai halal, dan pembiayaan halal (*Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia, 2019-2024*). Kendala utama keberhasilan *digital banking* tidak hanya membuat bank menawarkan aplikasi, (*Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia, 2019-2024*).

Menurut Dharmmesta dan Swastha, (1998) niat merupakan mediator antara sikap dan variabel serta perilaku lainnya, maka niat berperilaku adalah keinginan untuk bertindak. Niat perilaku didefinisikan John C. Mowen dan Michael Minor, (2002) dalam kemauan pelanggan dalam bertindak sesuai prosedur demi mendapatkan, menggunakan, dan memutuskan suatu barang atau jasa. Niat berkaitan kuat dengan mainset dan intuisi agar dapat berfungsi. Nasabah memberikan saran dan menentukan keinginan dalam memiliki dan mengambil keputusan. Membuat keputusan dan mengubah niat nasabah adalah pilihan emosional. Ketika dihadapkan pada berbagai pilihan, tugas, atau situasi, niat setiap orang adalah memutuskan apa yang harus dilakukan dan kemudian mengambil tindakan yang tepat untuk memenuhi keputusan tersebut.

Pada aspek ini jumlah orang yang menggunakan *digital banking* meningkat setiap tahunnya karena berbagai keuntungan yang ditawarkannya. Meski demikian, masyarakat Indonesia memanfaatkan sepenuhnya fasilitas ini karena transaksi manual dinilai lebih aman dan berdampak lebih besar terhadap niat dan tindakan nasabah. Penggunaanya masih sedikit, meskipun bank menjamin bahwa risiko yang terkait dengan perbankan online kecil.

Salah satu tantangan dalam mengembangkan dan meningkatkan layanan perbankan digital adalah terbatasnya minat nasabah (Baridwan *et al.*, 2013). Dampak dari *Digital Banking* adalah sulitnya mengajak nasabah untuk beralih dari melakukan transaksi tradisional ke menggunakan saluran perbankan digital terutama akibat ketidaktahuan konsumen terhadap fenomena era ini (Meuter, 2007).

Penelitian ini penting untuk diteliti mengingat tantangan yang dilalui oleh *digital banking* sekarang bukan hanya perubahan perilaku dan mindset nasabah saja tapi perkembangan perekonomian yang semakin kritis akan mempengaruhi niat dan perilaku nasabah dalam menggunakan *digital banking* perbankan syariah disamping faktor-faktor yang lain. Sebagian besar penelitian sebelumnya menggunakan teori dan pendekatan niat perilaku konsumen. *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT dan UTAUT2) dengan memanfaatkan kemajuan serta pengembangan dalam delapan teori perilaku konsumen sebelumnya (Kwateng and Kenneth 2019).

Penelitian ini akan menggunakan model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT3) yang digunakan sebagai acuan dalam perilaku pengguna financial teknologi, model UTAUT3 merupakan model pengembangan dari UTAUT2 sebagai penelitian dan pengguna teknologi yang ditemukan oleh Venkatesh *et al.*, (2012) kemudian dikembangkan menjadi UTAUT3 oleh Farooq *et al.*, (2017).

Delapan komponen penentu langsung dalam model UTAUT3, diantaranya ekspektasi kinerja yang digunakan untuk menggambarkan



seberapa banyak sistem atau teknologi menguntungkan penggunanya, selanjutnya ekspektasi usaha juga menjelaskan betapa mudahnya suatu sistem atau bagian dari teknologi dapat menguntungkan penggunanya, kemudian pengaruh sosial menggambarkan seseorang yang menggunakan teknologi karena lingkungan sosialnya telah mendorongnya untuk melakukannya atau menggunakannya, selanjutnya kondisi yang memfasilitasi menjelaskan bagaimana seseorang memandang infrastruktur, seperti alat dan pengetahuan sebagai pendukung penggunaan sistem atau teknologi mereka, kemudian motivasi pengguna menjelaskan apakah hasrat akan kesenangan merupakan hasil dari penggunaan sistem atau teknologi, selanjutnya nilai harga menjelaskan *trade-off* antara biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang dibawa melalui teknologi, kemudian kebiasaan yang menjelaskan bagaimana seseorang menggunakan sistem setiap hari, dan inovasi personal yang ingin bereksperimen dengan teknologi baru jika nasabah penasaran bagaimana cara menggunakannya atau jika seseorang ingin menggunakannya untuk berbelanja. Hal tersebut sangat penting untuk niat dalam penggunaan dan penerapan sistem informasi, pada aspek niat yang menjelaskan perilaku penggunaan dan keinginan nasabah untuk menggunakan suatu produk atau layanan dengan cara tertentu menjelaskan alat ukur yang digunakan untuk menentukan seberapa sering pengguna menggunakan layanan perbankan digital (Farooq *et al.*, 2017; Venkatesh *et al.*, 2012).

Studi sebelumnya dengan menganalisis tentang *digital banking* menunjukkan hasil yang beragam, ini adalah topik studi sangat menarik yang

perlu diselidiki lebih lanjut yaitu studi yang dilakukan oleh Vishal *et al.*, (2022) dengan menunjukkan bagaimana standar kinerja berdampak pada niat perilaku untuk menggunakan *digital banking*. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Rashmini *et al.*, 2020) menyatakan ekspektasi kinerja berhubungan positif dengan niat perilaku nasabah bank di India. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ricardo *et al.*, 2020), menunjukan bahwa ekspektasi kinerja tidak memiliki efek pada niat pengguna di Tenggara Brazil.

Studi yang dilakukan oleh Nenad *et al.*,(2022), menunjukkan bahwa niat perilaku untuk menggunakan *digital banking* di Serbia tidak dipengaruhi secara signifikan oleh ekspektasi bisnis. Sedangkan studi yang dilakukan Vishal *et al.*, (2022), menunjukkan bahwa niat perilaku untuk menggunakan *digital banking* di India dipengaruhi secara signifikan oleh ekspektasi usaha. Selaras dengan studi yang dilakukan oleh Pobeen, (2022) bahwa niat berperilaku secara signifikan dipengaruhi oleh ekspektasi usaha untuk menggunakan E-Banking di Negara Berkembang. Niat berperilaku dipengaruhi secara positif oleh pengaruh sosial pada perbankan dengan layanan *mobile banking* di Indonesia berdasarkan temuan Ike *et al.*, (2020). Demikian studi dilakukan Evon. (2022) bahwa niat perilaku untuk menggunakan *mobile banking* di Yordania dipengaruhi secara positif oleh pengaruh sosial. Didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Pham, (2022) mengatakan Pengaruh sosial berpengaruh positif pada niat perilaku pada perbankan dengan layanan *mobile banking* di Vietnam. Berbeda dengan studi

Sankaran, (2022) Bukti bahwa pengaruh sosial tidak mempengaruhi niat perilaku M-Banking di india.

Selanjutnya untuk Niat mengadopsi perbankan digital dipengaruhi secara positif oleh kondisi yang memfasilitasi di Malaysia berdasarkan temuan Thaker *et al.*, (2022). Selaras dengan penelitain Amin *et al.*, (2022) bahwa niat perilaku untuk mengadopsi perbankan digital di Arab Saudi dipengaruhi secara positif oleh kondisi yang memfasilitasi. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Evon, (2022) bahwa niat perilaku untuk mengadopsi perbankan digital di Yordania tidak terpengaruh secara positif oleh kondisi yang memfasilitasi.

Studi temuan Ubais *et al.*, (2022) menunjukkan bagaimana niat perilaku nasabah bank syariah di Maladewa dipengaruhi secara signifikan oleh motivasi hedonis. Penelitian dengan hasil yang sama ditemui Thuy *et al.*, (2021) bahwa niat perilaku terhadap layanan *digital banking* di Vietnam dipengaruhi secara signifikan dan menguntungkan oleh motivasi hedonis. Sedangkan hasil studi oleh Ashraf (2022) Niat berperilaku dalam penggunaan *digital banking* tidak dipengaruhi oleh motivasi hedonis.

Selanjutnya nilai harga memiliki dampak yang baik dan penting terhadap penerapan *internet banking* di Bangladesh, berdasarkan temuan Sharmin, (2021), selaras dengan temuan Kefas *et al.*, (2022) bahwa nilai harga mampu mempengaruhi niat pengguna *M-Banking* perbankan syariah di wilayah Jakarta. Sedangkan studi oleh Rila *et al.*, (2021) nilai harga tidak mempengaruhi niat pengguna pada *digital banking* di indonesia. Dalam studi

Jing *et al.*, (2022) menunjukkan jika kebiasaan memiliki berhubungan dengan niat perilaku. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Thuy and Hong, (2020) bahwa kebiasaan memiliki dampak yang signifikan dan penting pada niat berperilaku layanan perbankan digital di Vietnam.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Vaggelis *et al.*, (2022) membuktikan bahwa kebiasaan signifikan memiliki efek positif terhadap niat perilaku *digital banking* di Yunani. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Milad *et al.*, (2021) mengklaim bahwa masyarakat Iran yang menggunakan *digital banking* tidak dipengaruhi oleh kebiasaan mereka.

Berbagai keterbatasan dan kekurangan pada setiap penelitian dalam konteks mengembangkan variabel independen yang signifikan positif terhadap niat berperilaku juga perilaku nasabah serta pengaruh yang memediasi niat berperilaku pada perilaku nasabah sebenarnya, masih banyak faktor yang dapat diidentifikasi untuk mengisi kesenjangan tersebut, pernyataan ini didukung oleh Setyanto (2021). Dalam UTAUT3 juga memiliki satu variabel baru yang di adopsi dari penelitian sebelumnya oleh Setyanto (2021). Pada *penelitian* di atas didapati hasil yang tidak konsisten dalam penelitian sebelumnya dan selanjutnya dengan menggunakan UTAUT3 sebagai pembaharuan dalam penelitian ini sehingga hal ini layak untuk diteliti juga menambahkan gaya hidup islami sebagai variabel moderasi untuk mendapatkan hasil yang spesifik yang mampu memperkuat dan memperlemah penelitian antar variabel.

Novelty dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti dan menelaah pengaruh dari variabel baru dari inivasi personal diarahkan pada dua garis yang terdapat dalam UATAU3 dan melihat kemampuan teori dari gaya hidup islami terhadap kemampua dalam meningkatkan pengaruh sosial dan kebiasaan terhadap niat perilaku dengan gaya hidup Islami, dan menjadi temuan baru dalam penelitian ini dengan hasil positif atau negatif akan menarik ketika dikaji dengan sampel responden yang beragam hasil penelitian ini dapat menjadi petunjuk baru dalam penelitian selanjutnya.

Teori terpadu tentang perilaku konsumen, atau UTAUT1 dan UTAUT2, yaitu evolusi diantara delapan teori perilaku konsumen sebelumnya, terutama digunakan dalam penelitian dalam konteks perbankan digital yang disebutkan di atas. *Theory Of Reasoned Action (TRA)*, *Theory Of Planned Behavior (TPB)*, *Technology Acceptance Model (TAM1 dan TAM2)*, *Combination (TAM)* serta *TPB (C-TAM-TPB)*, *Innovation Diffusion Theory (IDT)*, dan *Social Cognitive Theory (SCT)* adalah delapan teori terkemuka yang memainkan peran penting dalam studi perilaku konsumen. *Model of PCutillization (MPCU)*, dan *Motivation Model (MM)*. Model motivasi (MM) serta model pemanfaatan PC (MPCU). Teori terpadu *Acceptance and Use Of Technology (UTAUT)*, yang menggabungkan aspek delapan teori terbaik perilaku konsumen yang disebutkan sebelumnya, merupakan teori penerimaan dan penggunaan teknologi informasi yang paling mutakhir dan menyeluruh. Dengan demikian Niat penggunaan teknologi informasi, tingkat

adopsi individu, dan manfaat yang dirasakan semuanya diprediksi dan dipahami menggunakan UTAUT. (Viswanath *et al.*, 2017).

Pada tahun 2012, Venkatesh, Thong, dan Xu mengembangkan UTAUT dengan menghapus terdiri dari tiga variabel dan satu variabel moderasi penggunaan sukarela utama diantaranya adalah nilai harga, kebiasaan, dan motivasi hedonis untuk mengatasi keterbatasan teori dalam konteks teknologi yang semakin cepat dan kemajuan. UTAUT2 merupakan hasil pengembangan UTAUT dengan penambahan ketiga variabel baru tersebut. UTAUT2 berupaya menambahkan beberapa hubungan saat ini ke dalam konsep UTAUT, memperkenalkan hubungan baru, dan menemukan tiga variabel berbeda yang signifikan dalam studi tentang adopsi dan penggunaan teknologi oleh konsumen.

Penelitian dengan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT3), ditemui Farooq *et al.*, (2017) mengklaim bahwa variabel inovasi pribadi telah ditambahkan ke model UTAUT3, yang mempengaruhi pola penggunaan dan niat perilaku. Farooq *et al.*, (2017) mengemukakan bahwa inovasi personal dalam adopsi teknologi informasi merupakan faktor penting dalam mengetahui apakah penggunaan teknologi dapat diterima oleh nasabah. Inovasi personal berperan penting juga dalam menentukan adopsi teknologi terbaru. Adanya inovasi personal ini menawarkan beberapa pemahaman tentang elemen-elemen yang mempengaruhi adopsi mereka terhadap teknologi terbaru (Farooq *et al.*, 2017)



Pada studi kami juga menggunakan gaya hidup Islami untuk menguji efek yang mampu menguatkan dan melemahkan pada dua konstruk yaitu pengaruh sosial dan kebiasaan. Karena secara logika dan teori menjelaskan semakin faktor sosial mempengaruhi individu akan berdampak pada niat perilaku karena menggambarkan seseorang yang menggunakan teknologi karena lingkungan sosial yang telah mendorong seseorang untuk melakukannya, sedangkan pada konstruk kebiasaan semakin seseorang menggunakan sistem setiap hari akan meningkatkan niat perilaku yang mengarah pada penggunaan yang berkelanjutan (Venkatesh *et al.*, 2012) .

Hal ini ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan Setyanto (2021) yang membuktikan bahwa gaya hidup Islami mampu menguatkan pengaruh antara pengaruh sosial dan kebiasaan terhadap niat perilaku, berdasarkan demikian peneliti mengadopsi gaya hidup Islami untuk dilakukan pengujian lanjutan.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Niat pada penggunaan *digital banking* perbankan syariah dalam mengadopsi niat perilaku dan perilaku penggunaan layanan *digital banking* melalui model adopsi penerimaan teknologi UTAUT3, didukung dengan temuan dalam studi (Farooq *et al.*, 2017; Usakli, and Resoolimanesh, 2023). Niat berperilaku dan perilaku penggunaan *digital banking* dapat menjadi tolak ukur mengapa tingkat literasi keuangan di Indonesia masih rendah. Penelitian ini akan menggunakan model *Technology Acceptance and Use Theory Unified (UTAUT3)* digunakan sebagai acuan dalam perilaku pengguna *digital*



*banking*, model UTAUT3 Merupakan model adopsi teknologi yang telah mengalami perubahan dalam core determinannya dan telah disempurnakan teori dari beberapa penelitian sebelumnya, termasuk TAM (Davis, 1989), UTAUT (Venkatesh *et al.*, 2003) dan UTAUT2 (Venkatesh *et al.*, 2012). Berdasarkan paparan diatas, maka penelitian ini akan menganalisis apakah pengaruh dari masing-masing variabel UTAUT3 terhadap penggunaan *digital banking* perbankan syariah dengan judul penelitian “**Determinan Niat dan Perilaku Menggunakan *Digital Banking* di Perbankang Syariah**”.

#### **B. Rumusan Masalah**

Mengacu pada uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, dan inovasi personal terhadap niat perilaku dan pelaku pengguna *digital banking* diperbankan syariah?
2. Apakah pengaruh niat perilaku terhadap perilaku pengguna *digital banking* diperbankan syariah?
3. Apakah pengaruh sosial dan kebiasaan terhadap niat perilaku dengan gaya hidup Islami sebagai variabel moderasi *digital banking* diperbankan syariah

#### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, dan inovasi personal terhadap niat perilaku dan pelaku pengguna *digital banking* diperbankan syariah.
2. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh niat perilaku terhadap perilaku pengguna *digital banking* diperbankan syariah.
3. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh sosial dan kebiasaan terhadap niat perilaku dengan gaya hidup Islami sebagai variabel *moderasi digital banking* diperbankan syariah

#### **D. Manfaat Penelitian**

Selain tujuan yang ingin dicapai, penulis berharap temuan penelitian ini mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

##### **1. Pada Keilmuan**

Pengujian mengenai ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, dan inovasi personal terhadap niat perilaku dan pelaku *digital banking* diperbankan syariah dengan gaya hidup Islami sebagai variabel *moderasi* memberikan suatu pengetahuan baru terhadap literature penelitian.

##### **2. Pada Praktisi**

Temuan penelitian ini dapat diterapkan untuk meningkatkan kualitas layanan *digital banking*, khususnya terkait gaya hidup Islami, serta dapat menjadi bahan penilaian dan gambaran empiris lembaga

keuangan syariah, termasuk perbankan syariah yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, dan inovasi personal dengan hubungan terhadap niat perilaku dan pelakuh perbankan syariah.

### 3. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian dapat memberikan gambaran kepada pemerintah untuk mengetahui peran dan kontribusi segi gaya hidup islami, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, dan inovasi personal dengan hubungan terhadap niat perilaku dan pelakuh perbankan syariah. Apabila niat mampu mempengaruhi pertumbuhan ekonomi dengan *digital banking* perbankan syariah tentu kondisi ini akan memberikan peluang dan keuntungan bagi pemerintah Indonesia terkhususnya dalam mewujudkan ekonomi *Digital Banking Go Internasional* secara global dimasa depan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dengan menggunakan gaya hidup Islam sebagai faktor moderasi, penelitian ini mencoba mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi niat dan perilaku konsumen dengan menggunakan *digital banking* di bank syariah dengan 266 responden dalam sampel penelitian ini adalah seluruh penduduk Indonesia yang memiliki KTP yang masih berlaku. Berdasarkan hasil analisis data yang ditangani oleh program smartPLS dan pembahasan penelitian, maka diperoleh kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Ekspektasi Kinerja berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap niat perilaku menggunakan *digital banking*, hal ini menunjukkan keuntungan yang dirasa tidak selalu menumbuhkan niat pengguna dalam menggunakan digital banking bank syariah disamping ada faktor lain.
2. Ekspektasi Usaha berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap niat perilaku menggunakan *digital banking*, hal ini menunjukkan pengguna tidak selalu mempertimbangkan kemudahan yang dirasakan pengguna, biasanya akan dirasakan diawal pengguna.
3. Pengaruh sosial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap niat perilaku dalam menggunakan *digital banking* bank syariah, hal ini menunjukkan pengguna tidak selalu mempertimbangkan pengaruh sosial disamping ada faktor lain seperti tingkat pendapatan.

4. Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap niat perilaku dalam menggunakan *digital banking* bank syariah, hal ini menunjukkan infrastruktur seperti alat dan bantuan pendukung dalam menggunakan *digital banking* yang tidak selalu menentukan keinginan dalam menggunakan digital banking.
5. Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku pengguna dalam menggunakan *digital banking* bank syariah, hal ini menunjukkan kondisinya sudah terfasilitasi namun ketika nasabah tidak berniat untuk melakukan transaksi itu tidak berpengaruh pada perilaku pengguna.
6. Motivasi pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku dalam menggunakan *digital banking* bank syariah, hal ini menunjukkan kepuasan dan kesenangan pengguna mampu mendorong niat pengguna untuk menggunakan layanan *digital banking* bank syariah.
7. Nilai harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap niat perilaku dalam menggunakan *digital banking* bank syariah, hal ini menunjukkan kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dan keuntungan tidak mempengaruhi niat pengguna.
8. Kebiasaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku dalam menggunakan *digital banking* bank syariah, hal ini menunjukkan semakin sering menggunakan *digital banking* maka

semakin meningkatkan niat seseorang dalam menggunakan *digital banking* bank syariah.

9. Kebiasaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku dalam menggunakan *digital banking* bank syariah, hal ini menunjukkan semakin sering menggunakan *digital banking* maka semakin meningkatkan penggunaan nasabah dalam menggunakan *digital banking* bank syariah.
10. Inovasi personal berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku dalam menggunakan *digital banking* bank syariah, hal ini menunjukkan ketertarikan nasabah pada suatu produk mendorong individu dalam menggunakan *digital banking* bank syariah.
11. Inovasi personal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku penggunaan dalam menggunakan *digital banking* bank syariah, hal ini menunjukkan perkembangan teknologi antar fitur-fitur baru tidak mendorong pengguna layanan *digital banking* untuk menggunakannya secara terus-menerus disamping ada faktor lain.
12. Niat perilaku berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku penggunaan dalam menggunakan *digital banking* bank syariah, hal ini menunjukkan Timbulnya niat yang kuat dalam menggunakan layanan *digital banking* bank syariah tidak selalu mendorong nasabah untuk menggunakan disamping ada faktor lain seperti kondisi yang memfasilitasi, niat perilakunya tinggi namun penggunaannya sesuai dengan kebutuhan nasabah.

13. Gaya hidup Islami berpengaruh positif dan signifikan dalam memoderasi pengaruh sosial terhadap niat perilaku dalam menggunakan *digital banking* bank syariah, hal ini menunjukkan gaya hidup Islami memiliki hubungan langsung dan bermakna terhadap adaptasi sosial sehingga semakin Islami gaya hidup seseorang akan meningkatkan adaptasi sosialnya.
14. Gaya hidup Islami berpengaruh positif dan tidak signifikan dalam memoderasi kebiasaan terhadap niat perilaku dalam menggunakan *digital banking* bank syariah, hal ini menunjukkan kesadaran akan agama tidak mampu mempengaruhi kebiasaan seseorang dalam menggunakan *digital banking* bank syariah disamping ada factor lain seperti kebutuhan dan kondisi yang memfasilitasi.

## **B. Implementasi Penelitian**

Data diolah dengan menggunakan SmartPLS dan argumen pendukungnya didasarkan pada penelitian, seperti yang ditunjukkan oleh hasil penelitian di atas, oleh karena itu, ada konsekuensi praktis dan ilmiah untuk penelitian ini, temuan studi penelitian ini berbeda dari sejumlah penelitian sebelumnya karena menggunakan beberapa variabel baru. tidak dieksplorasi dalam penelitian sebelumnya, uraian dan temuan dengan hasil yang bervariasi akan memberikan informasi baru bagi peneliti, selain itu, penelitian ini menawarkan ringkasan dan referensi untuk penelitian tambahan mengenai variabel yang mempengaruhi



perilaku pengguna dan niat berperilaku ketika memanfaatkan layanan perbankan digital yang ditawarkan oleh bank syariah.

Lebih jauh lagi, penelitian ini menutup kesenjangan, dalam *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3* (UTAUT3) dalam mengembangkan model perilaku nasabah pengguna perbankan digital, yang menunjukkan bahwa gaya hidup Islami memoderasi pengaruh sosial terhadap niat perilaku untuk menggunakan perbankan digital, perbankan syariah, dengan memasukkan gaya hidup Islami sebagai variabel moderasi ke dalam *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology3*, penelitian ini juga memajukan pengembangan model perilaku konsumen, khususnya terkait dengan niat perilaku untuk menggunakan *digital banking* bank syariah, peneliti menyarankan *digital banking* untuk mengedukasi nasabahnya tentang layanan digital banking bank syariah melalui video yang dapat segera menyelesaikan keluhan nasabah, hal ini dikarenakan niat dan perilaku nasabah dalam menggunakan *digital banking* bank syariah serta penambahan fitur akan tertarik jika memahami fungsi produk dan cara penggunaannya.

### **C. Keterbatasan**

Penelitian ini telah diusahakan serta dilakukan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu:

1. Dalam mendistribusikan kuesioner dengan jumlah sampel 266 responden berada diseluruh Indonesia, penelitian menyadari bahwa sampelnya belum teralokasikan dengan sempurna diseluruh Indonesia

beberapa tingkat provinsi sudah mewakilinya, mereka juga dalam memberi jawaban tidak mempertimbangkan secara detail (yang penting selesai) karena faktor waktu dan pekerjaan.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku dan perilaku dalam menggunakan *digital banking* bank syariah dalam penelitian ini hanya terdiri dari lima variabel, yaitu motivasi pengguna, kebiasaan terhadap niat perilaku, kebiasaan terhadap perilaku penggunaan, dan inovasi persoanal, selanjutnya variabel tambahan yang dapat memperkuat dan memperlemah penelitian yaitu gaya hidup Islami moderasi pengaruh sosial, sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi niat perilaku dan perilaku pengguna dalam menggunakan *digital banking* bank syariah.

#### **D. Saran**

Saran merupakan media untuk menyampaikan kekurangan penelitian dalam melakukan proses dan menyelesaikan penelitian. Sehingga diharapkan banyak saran dari pembaca maupun peneliti mengenai bidang terkait dalam penelitian ini serta masih terbatas pada penggunaan internet karena menggunakan *digital banking* harus memiliki internet sehingga dalam proses transaksinya harus memiliki kuota agar bisa diakses dari sisi perkembangan zaman *digital banking* banyak memberikan manfaat, namun belum maksimal tidak semua transaksi dapat dengan mudah menggunakan *digital banking* oleh karena itu banyak masyarakat yang masih memilih ke ATM terdekat untuk melakukan

transaksi, selain itu, fitur keamanan *digital banking* menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi basabah ketika menggunakan layanan *digital banking*.

Penelitian ini masih terbatas dan pertanyaan masuh sangat kurang mampu, oleh karena itu penelitian selanjutnya dapat melengkapi dan menanyakan pertanyaan yang masih belum terjawab. Kemudian dimulai juga untuk penelitian selanjutnya dapat mengukur factor lain yang bisa meningkatkan niat perilaku dan perilaku pengguna dalam menggunakan *digital banking* bank syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- (Q.S. Yusuf [12]: 108). (n.d.).
- A.A Karim. (2013). *Ekonomi Mikro Islam*,.
- Afshinmehra, F., Saeedniab, H., Darvishib, Z. A., & Mansoureh Aligholic. (2022). Pranproviding an Electronoc Marketing Model in Digital Banking in Iran. *Department of Business Management, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran*, 1–12.
- Ajzen. (1985). "From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. dalam Action Control, ed. Julius Kuhl dan Jurgen Beckmann,. *Springer*, 11-39.
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., dan Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(7).
- Albert Bandura. (1977). "Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change,," *Psychological Review*, 84(2), 193.
- Alfian. (2022). What Drives Consumers to Use Syariah M-Banking to Purchase E-Money? Integration of UTAUT 2 and Mobile Service Quality. *Muslim Business and Economic Review*, 1(2).
- Ali Tarhini et al. (2016). "Extending the UTAUT Model to Understand the Customers" Acceptance and Use of Internet Banking in Lebanon: A Structural Equation Modeling Approach,"," *Information Technology & People*, 4(29), 830-849.
- Anatoliy Gruzd, Kathleen Staves, dan Amanda Wilk. (2012). "Connected Scholars: Examining the Role of Social Media in Research Practices of Faculty Using the UTAUT Model,," *Computers in Human Behavior*, 28(6), 2340-50.
- Anayo D. Nkamnebe And, P. C. E. (2022). Determinants of Islamic banking adoption among non-Muslim customers in a Muslim zone. *Emerald Publishing Limited*, 13(4), 666–683.
- Antony Beckett, Paul Hewer, dan B. H. (n.d.). An Exposition Of Consumer Behavior in the Financial Service Industry. *International Journal of Bank*

*Marketing*, 18(1), 15–26.

- Ashraf Hilal & Concepcion Varela Neira. (2022). Understanding Consumer Adoption of Mobile Banking: Extending the UTAUT2 Model with Proactive Personality. *MDPI*, 14(14708), 1–23. <https://doi.org/10.3390/su142214708>
- Bagus, I. G., Prasetya, 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.
- Bhatnagr, P., & Rajesh, A. (2023). Neobanking adoption – An integrated UTAUT-3, perceived risk and recommendation model. *South Asian Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.1108/sajm-06-2022-0040>
- Bhattacharya, A, Morgan, NA and Rego, L. (2021). Examining why and when market share drives profit. *Journal of Marketing.*, 6.
- BPS. (n.d.). “Proyeksi Penduduk Menurut Provinsi, 2010-2035 (Ribuan).” Diakses Tanggal 18 Februari 2023.
- Brown dan Venkatesh. (2005). “Model of Adoption of Technology in Households: A Baseline Model Test and Extension Incorporating Household Life Cycle.” *MIS Quarterly*, 29(3), 399–426.
- Caermen Cuesta et al. (2015). “The Digital Tranformasion of The Banking Industry.” *BBV Reaserch Digital Ekonomi Watch*, 9.
- Cahyani, U. E., Sari, D. P., & Afandi, A. (2022). Determinant of Behavioral Intention to Use Digital Zakat Payment: The Moderating Role of Knowledge of Zakat., *Ziswaf: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 9(1), 9. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v9i1.13330>
- Chairia, C., Sukmadilaga, C., & Yuliafitri, I. (2020). Peran Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, dan Kondisi yang Mendukung terhadap Perilaku Pengguna Itqan Mobile yang Dimediasi oleh Niat Perilaku Menggunakannya. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(1), 48. <https://doi.org/10.30588/jmp.v10i1.655>
- Chikondi Daka, G., & Phiri, J. (2019). Factors Driving the Adoption of E-banking Services Based on the UTAUT Model. *International Journal of Business and Management*, 14(6), 43. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v14n6p43>

- Cuesta, C. (2015). "The Digital Transformation of the Banking Industry,." *BBV Research Digital Economy Watch*, 9.
- D.R cooper dan C.W Emory. (n.d.). *Business Research Methods*. In 1995.
- Dang, T. phoung N. dan T. L. P. (2018). "Digital Banking in Vietnam Current Situasion and Recommendations." *International Journal of Innovation and Research Iin Education Sciences.*, 5(4), 420.
- Deborah R. Compeau dan Christopher A. Higgins. (1995). "Application of Social Cognitive Theory to Training for Computer Skills,." *Information Systems Research*, 6(2), 118-143.
- Et, G. U. . (2017). "Digital Banking 2025." 1.12.
- Et, M. A. A. (2022). Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of ISSM and UTAUT with price value and perceived risk. *Organizational Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.919198>
- Evon M. Abu-Taieh, et al. (2022). Continued Intention to Use of M-Banking in Jordan by Integrating UTAUT, TPB, TAM and Service Quality with ML. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 120. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030120>
- Fadila, W., & Herlina, M. (2023). *Penerapan Metode Generalized Structure Component Analysis pada Pengguna Dompot Digital Menggunakan Model UTAUT 2*. 27–34.
- Fahim M Khan. (1992). "Theory of Consumer Behavior in an Islamic Perspectiv Malaysia. *Reading in Microeconomic: An Islamic Perspective*, Ed. Sayid Tahir, Aidit Ghazali Dan Syed Omar Syed Ali, Selangor. Logman Malaysia.
- Fahmi, M. A., Nisa, F., Sukmadewi, R., Hasan, Z. I., Logistik, B., & Padjadjaran, U. (2023). Acceptance And Use Of Live Unpad In Vocational Education Student : Extended Utaut-3 Approach. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 12(2).
- Farooq, M. S., Salam, M., Jaafar, N., Fayolle, A., Ayupp, K., Radovic-Markovic, M., & Sajid, A. (2017). Acceptance and use of lecture capture system (LCS) in executive business studies: Extending UTAUT2. *Interactive Technology and Smart Education*, 14(4), 329–348. <https://doi.org/10.1108/ITSE-06-2016-0015>



- Farquhar, H. J. dan J. D. (2017). "Putting It Right: Service Failure and Customer Loyalty in UK Banks." " *International Journal of Bank Marketing*, 25(3), 161-72.
- Fatahuddin, F. (2020). *Adopsi Model UTAUT3 pada Pasabah Pengguna Mobile Banking Perbankan Syariah Indonesia Dimasa Pandemi COVID -19*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Fatima Mazhar et al. (2014). "An Investigation of Factors Affecting Usage and Adoption of Internet & Mobile Banking in Pakistan,." *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, 4(2), 478–500.
- Firmansyah, L. M. (2022). *Berapa Pengguna Internet Indonesia Per 2022?* Fortune Indonesia.
- Francisco Javier Rondan-Cataluña, Jorge Arenas-Gaitán, D., & Esteban Ramirez-Correa. (2015). "A Comparison of the Different Versions of Popular Technology Acceptance Models: A Non-Linear Perspective,." *Kybernetes*, 44(5), 788–805.
- Fred D. Davis, Richard P. Bagozzi, dan Paul R. Warshaw. (1989). "User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models,." *Management Science*, 35(8), 982–1003.
- Fred D. Davis. (1989a). "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3).
- Fred D. Davis. (1989b). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology, *MIS Quarterly*, 13(3), 319—339.
- Ganesh Dash and Justin Paul. (2021). CB-SEM vs PLS-SEM methods for research in social sciences and technology forecasting. *Technological Forecasting and Social Change*, 173. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121092>
- Ghozali, Imam, H. L. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. (Akuntansi Biaya: Sistem Biaya Historis. (Ed.)). BP Undip. SemarangHarnanto. 2017.
- Ghozali. (2020). *25 Grand Theory Ilmu Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis*.



- (Semarang: Yoga Pratama, 2020),.
- H.Usman dan E. A Sulthani. (2020). *Islamic Marketing Sebuah Pengantar*. (Depok; Rajawali pers, 2010).
- Hafidz, G. P., Ulfa, V. S., Manajemen, P., & Unggul, U. E. (2023). *Identifikasi Model Utaut 2 Pada Niat Penggunaan*. 3(4), 742–752.
- Hafizi, A, F. R. dan M. . (2019). “Customers Attitude toward Islamic Mobile Banking in Indonesia: Implementation of TAM,.” *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 1(2), 77.
- Hamza Salim Kharaim. (2013). Image and Service Quality Effect on Traveling Customers’ Behavioral Intentions in Jordan. *European Journal of Business and Management.*, 5(22).
- Hanafi, S. M. (2021). Determinant of Market Share in the Indonesian Islamic Banking Industry. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 12(1), 1–16. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v12i1.1-16>
- 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* 101360. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101360>
- Ike Kusdyah R et al. (2020). Analysis Of Use Of Mobile Banking With Acceptance And Use Of Technology (Utaut). *International Journal Of Scientific & Technology Research*, 9(8), 536.
- James W Taylor dan Robert M Jones. (1978). “The Attitude Change-Behavior Change Problem,.” *Journal of Marketing*, 42(3), 9-73.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi I. Yogyakarta: Andi Press.
- Jogiyanto, & W. A. (2009). *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris (1st ed.)*. (BPFE).
- John C. Mowen dan Michael Minor. (2002). *Consumer Behavior*. Jilid I, Terj. Lina Salim, Erlangga, Jakarta, Edisi 5,.
- John Vong, A Boulmakuol,dan M Tabaa. (2016). digital banking for alleciating runal poverty in indonesia : some evidenses ". *Spinger Singapore*, 3–18.
- Joko Setyono. (2021). *Determinan Niat Menggunakan Digital Banking Perbankan*

*Syariah: Pengembangan UTATU2.*

- Joseph F. Hair Jr, et al. (2021). Review of Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 165–167.
- Kefas Anugrah, et al. (2022). Implementation of the UTAUT2 Model with Gamification and Its Influence on Behavioral Intentions and Behavior of Use of M-Banking. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(3). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01652>
- Kitsios, F. (2021). Digital Transformasi and Strategy in teh Banking Sector. *Open Innov. Technol. Mark. Com*, 7(3). <https://doi.org/10.3390/joitmc7030204>
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Pert). (Jakara:Prendallindo,2001).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2004). *Manajemen Pemasaran*. [http://eprints.binadarma.ac.id/10124/1/TUGAS 1.pdf](http://eprints.binadarma.ac.id/10124/1/TUGAS%201.pdf)
- Kurnia, (2022). What drives consumers to use syariah M-Banking to purchase E-Money? Integration of UTAUT 2 and mobile service quality. *Muslim Business and Economics Review, Jurnal Artikel*. 3, 1(2).
- Kwame Owusu Kwateng, Kenneth Afo Osei Atiemo, dan C. A. (2019). "Acceptance and Use of Mobile Banking: An Application of UTAUT2,." *Journal of Enterprise Information Management*, 32(1), 118–151.
- Li, N., Purwanto, E., Zhang, X., Cao, F., Wong, K. H., & Chen, X. (2022). Understanding the perceived pedagogical value of JazzQuiz in interactive hybrid learning among university students: a technology acceptance analysis. *Interactive Learning Environments*. <https://doi.org/10.1080/10494820.2022.2129393>
- Limayem, Hirt, dan C. (2007). "How Habit Limits the Predictive Power. *Management Science*, 51(5), 705–737.
- Luqihardianti, A. (n.d.). *Dorong Produk Halal Go Internasional*. Republika ., <https://ameera.republika.co.id/berita/rmmc4f396/muslim-lifefair-bandung-2022-digelardorong-produk-halal-go-international>
- M Pakzad et.al. (2018). "The Correlation between Islamic Lifestyle and

- Pregnancy Specific Stress: A Cross-Sectional,. *Correlational Macedonian Journal of Medical Sciences*, 1-5.
- Ma Indah Saru. (2022). *Penerapan Model Unified Theorrry Of Acceptance and Of Teknologi 3 terhadap Perilaku Penggunaan Mobile Banking*.
- Malik Cahyadin, Tamat Sarmidi, dan E. A. N. (2020). “The Readiness of Islamic Banking in Indonesia to Implement Digital and Green Banking,.” *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan*, 20(2), 176-192.
- Martinez, B. M., & McAndrews, L. E. (2022). Do you take..? The effect of mobile payment solutions on use intention: an application of UTAUT2. *Journal of Marketing Analytics*.
- Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia, 2019-2024*. (n.d.). cetakan pertama (Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, 2018).
- Maulani, E., & Handayani, S. S. (2023). *International Journal of Social Science And Human Research Analysis of the Application of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 ( UTAUT-3 ) Model on Intention and Use Behavior of Users of Mobile Banking Applications in the Jabodetabek R. 06(09)*, 5465–5475. <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v6-i9-17>
- Meuter, J. M. C. dan M. . L. (2007). “Encouraging Existing Coustumer to Switch to Self-Service Technologies: put a Littel fun in Their Lives.” *Journal of Marketing Theory and Practic*, 15(4), 283–298.
- Milad Farzin, et al. (2021). Extending UTAUT2 in M-banking adoption and actual use behavior: Does WOM communication matter? *Asian Journal of Economic*,5(2).<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/AJEB-10-2020-0085/full/html>
- Mirzal, H. (2022). Determinants of Islamic Banking Acceptance As a Single Banking System in Aceh. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(1), 1–24. <https://doi.org/10.21274/an.v9i1.4941>
- Mowen. J. C., dan Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*,. ilid 1 , Jakarta: PT Penerbit Erlangga.

- Muflih. (2006). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*.
- Muhammad Shoaib Farooq, Maimoona Salam, Norizan Jaafar, Alain Fayolle, Kartinah Ayupp, Mirjana Radovic-Markovic, A. S. (2017). Acceptance and use of lecture capture system (LCS) in executive business studies: Extending UTAUT2. *Interactive Technology and Smart Education*, 14(4), 319–348. <https://doi.org/10.1108/ITSE-06-2016-0015>
- Muhammad Shoaib Farooq et al. (2017). Acceptance and Use of Lecture Capture System (LCS) in Executive Business Studies: Extending UTAUT2. *Interactive Technology and Smart Education*, 14(4), 329–348.
- Muhammed Alshehri. (2013). Using the UTAUT Model to Determine Factors Affecting Acceptance and Use of E-government Services in the Kingdom of Saudi Arabia. *Queensland Australia*.
- Muzayyana T dan Asmuni. (2022). Strategi Industri Perbankan Syariah dalam Menghadapi Era Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 3310–3316.
- N Jailani and H H Adinugraha. (2022). The Effect of Halal Lifestyle on Economic Growth in Indonesia. *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 6(1).
- N Setyarini. (2017). "Menumbuhkan Eksistensi Gaya Hidup Indonesia,." <https://civitas.uns.ac.id/nikensetyarini/2017/04/06/menumbuhkan-eksistensigaya-hidup-halal-di-indonesia/>.
- Nadilla, A. (2022). *Pengaruh Intensi Perilaku Milenial Muslim Terhadap Inovasi Digital Payment Wakaf Uang Dengan Pendekatan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Di Kota Pekanbaru*. 10, 1–44.
- Naresh Maholtra. (2002). "A Cross-Cultural Comparisons of Behavioral Intention Models: Theoretical Consideration and an Empirical Investigation,." *International Marketing Review*, 18(3), 235–269.
- Nurzaman. (2020). How's properct of digital banking in indonsia? noter fromislamic views, economic value added for banking industry, and changing costumer behavior ". *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 12(1), 86.
- Octavianto, T. B., Raharjo, A. B., Bisnis, A., Teknologi, M. M., & Informatika, T.

- (2023). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Aplikasi Yantek Mobile Dengan Metode Technology Acceptance Model ( TAM ) dan Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology ( UTAUT )*. 19(July), 42–50.
- P Kotler dan K. L Kelller. (2009). *Manajemen Pemasaran. (Jakarta:Erlangga.2009), 1*, 165.
- Parayil Iqbal, U., Jose, S. M., & Tahir, M. (2022). Integrating trust with extended UTAUT model: a study on Islamic banking customers' m-banking adoption in the Maldives. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2022-0030>
- 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 Information Management,. *International Journal Of*. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102144>
- Patrick, C. I. M. dan. (2018). “Digital Banking, Costumer Experience and Bank Marketing.” *International Journal of Bank Financial Performance*, 36(2), 230–255.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK), Nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digita oleh Bank Umum.* (n.d.). <http://www.okl.go.id/id/regulasi/>.
- Pertiwi & Ariyanto. (2017). Penerapan Model UTAUT2 Untuk Menjelaskan Minat Dan Perilaku Penggunaan mobile banking Di Kota Denpasar. *E-Journal Akuntansi Universitas Udayana*, 18(2).
- Pham, D. K. (2022). Digital Banking Adoption in Vietnam: An Application of UTAUT2 Model. *School of Banking, University of Economics, Ho Chi Minh City (UEH), Vietnam., 1735-188X*.
- Pobeen, F. (2022). Non-Probabilistic Approach to e-Banking Adoption: The Moderating Impact of Trialability. *Management and Labour Studies SAGE Journal*, 42(2). <https://doi.org/10.1177/0258042X2111054248>
- Prasetyaningrum, E., Hilaliyah, S. A., Informasi, S., Komputer, F. I., Ali, U. D., Bisnis, F., Ali, U. D., Riau, U. M., Expentancy, E., & Motivation, H. (2022).



*Jurnal Computer Science and Information Technology ( CoSciTech ) Analisis Perilaku Adopsi Digital Marketing Pada UMKM Menggunakan Model UTAUT3 Analysis of Digital Marketing Adoption Behavior in MSMEs Using the UTAUT3 Model.* 3(2), 226–233.

- Ricardo de Sena Abrahão, et al. (2018). Intention of adoption of mobile payment: An analysis in the light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *RAI Revista de Administração e Inovação*, 13(3), 221–230. <https://doi.org/10.1016/j.rai.2016.06.003>
- Rila Anggraeni, et al. (2021). Mengkaji Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat dan Penggunaan Perbankan Digital Konsumen: Bukti dari Pelanggan Perbankan Digital Indonesia. *Asian Pacific*, 9(3). <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2021.009.03.1>
- Rizaty, M. A. (2023). *Pengguna Internet diindonesia Sentuh 212 juta pada 2023*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indi=indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>
- Ronald L. Thompson, Christopher A. Higgins, dan Jane M. Howell. (1991). “Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization,.” *MIS Quarterly*, 15(1), 125-143.
- S Arikunto. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik, Edisi Revisi*. Jakarta: Ancka Cipta,.
- S Johar and Suhart, R. S. (2019). The Adoption of Online Internet Banking in Islamic Banking IndustryThe Adoption of Online Internet Banking in Islamic Banking Industry. *IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering*, 032032, 65. doi:10.1088/1757-899X/662/3/032032
- Samar Rahi, et al. (2021). The Post Adoption Behavior of Internet Banking Users Through The Eyes of Self-Determination Theory and Expectation Confirmation Model. *Journal of Enterprise Information Managemen*, 34.
- Samartha, V. (2022). A Study on the Acceptance of Mobile-Banking Applications in India—Unified Theory of Acceptance and Sustainable Use of Technology Model (UTAUT)A Study on the Acceptance of Mobile-Banking Applications in India—Unified Theory of Acceptance and Sustainable Us.

- Sustainability MDPI*, 14(14506), 1–16. <https://doi.org/10.3390/su142114506>
- Samosir, P., & Jayadi, R. (2023). Change Management for Transformation of Digital Banking. *Jurnal Sistem Cerdas*, 06(01), 29–43.
- Sankaran, R. (2022). Factors Impacting Mobile Banking in India: Empirical Approach Extending UTAUT2 with Perceived Value and Trust. *Journal Indexing and Metrics*, 11(1). <https://doi.org/10.1177/2277975220975219>
- Sartika, H. H. A. dan M. (2019). Halal Lifestyle Di Indonesia. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 57.
- Sekaran, & Bougie. (2016). *Research Methods for Business A Skill-Building Approach* (L. 2015051045 | I. 9781119165552 (pbk.) (Ed.); Seventh ed). Library of Congress Cataloging-in-Publication Data. <https://doi.org/LCC HD30.4 .S435 2016 | DDC 650.072—dc23 LC record available at http://lcn.loc.gov/2015051045>
- Setyanto, J. (2021). *Determinasi Niat Menggunakan Digital Banking Perbankan syariah: Pengembangan Unified Theori of Acceptance and Use of Teknologi 2(UTAUT2)*.
- Setyono, J. (2021). “*Determinan Niat Menggunakan Digital Banking Perbankan Syariah: Pengembangan UTAUT2.*” UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Setyono, J. (2022). Intention to Use Islamic Mobile Banking: Integration of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior with Trust. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 13(2), 127–142. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v13i2.127-142>
- Sharma, R. . e. al. (2020). Modelling internet banking adoption in Fiji: a developing country perspective. *Int. J. Inf. Manage.*, 53(102116). doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2020.102116
- Sharmin Akter, et al. (2021). Unfolding factors behind internet-banking adoption in Bangladesh: An extension of UTAUT2 with perceived security and trust. *Marketing & Management*, 2(2). <https://doi.org/10.37231/jmtp.2021.2.2.111>
- Siregar, S. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Skinner, C. (2014). Digital Bank: Strategies to Launch or Become a Digital Bank. (*Marshall Cavendish Business*,. <http://books.google.co.id/books?>



- Solekah, N. A., & Hilmawan, T. W. (2021). Factors that Influence to Intention to Use Electronic Money by UTAUT Model Approach. Proceedings of the International Conference on Engineering,. *Echnology and Social Science (ICONETOS 2020)*, 713–719.
- Sonia Barquin et al. (2019). “Digital Banking in Indonesia: Building Loyalty and Generating Growth,.” *McKinsey & Company*.
- Sumar'in. (2013). *Ekonomi Islam: Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*.
- Sumarwan, U. (2004). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Media Pemasaran*.
- Swastha, D. dan B. (n.d.). Theory of Planned Behavior dalam Penelitian Sikap, Niat dan Perilaku Konsumen. *1998*, 8(7), 85-103.
- Tao Zhou, Yaobin Lu, dan B. W. (2010). “Integrating TTF and UTAUT to Explain Mobile Banking User Adoption,.” *Computers in Human Behavior*, 26(4), 760–767.
- Thaker, M. T. (2022). Behavioural intention and adoption of internet banking among clients’ of Islamic banks in Malaysia: an analysis using UTAUT2. *Journal of Islamic Marketing*, 13(5), 1171–1197.
- Thuy Nguyen, et al. (2021). Determinants of Digital Banking Services in Vietnam: Applying UTAUT2 Model. *Asian Economic and Financial Review*, 220264034. doi:10.18488/journal.aefr.2020.106.680.697
- Thuy Thu Nguyen and Hong Thi Mai. (2020). Monetary Policy and Stock Market Returns : Evidence from ARDL Bounds Testing Approach for the Case of Vietnam. *Asian Economic and Financial Review*, 10(7).
- Tjini, Sartika Sari Ayu dan Baridwan, Z. (2013). ”Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya.*, 1(2).
- Tohang, V., Lo, E., & Anggraeni, A. (2021). Financial Technology 3.0 Adoption in Financial and Non-Financial Institutions from Modified UTAUT Perspective., *161(Ciiber 2019)*, 1–6.

<https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210121.001>

- Tomic, N. (2022). Using the UTAUT model to analyze user intention to accept electronic payment systems in Serbia. *Portuguese Economic Journal*, 3292(2). <https://link.springer.com/article/10.1007/s10258-022-00210-5>
- Ubais Parayil Iqbal, et al. (2022). Integrating trust with extended UTAUT model: a study on Islamic banking customers' m-banking adoption in the Maldives. *Journal of Islamic Marketing, ahead-of-p(ahead-of-print)*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2022-0030>
- Usakli, A. and Resoolimanesh, S. M. (2023). "Which SEM to Use and What to Report? A Comparison of CB-SEM and PLS-SEM." *Emerald Publishing Limited, Bingley*, 5–28. <https://doi.org/10.1108/978-1-80455-063-220231002>
- Usman, H., Tjiptoherijanto, P., Balqiah, T. E., & Agung, I. G. N. (2017). The role of religious norms, trust, importance of attributes and information sources in the relationship between religiosity and selection of the Islamic bank. *Journal of Islamic Marketing*, 8(2), 158– 186. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2015-0004>
- Vaggelis Saprikis, E. (2022). A Comparative Study of Users versus Non-Users' Behavioral Intention towards M-Banking Apps' Adoption. *Information Technology and Consumer Behavior: Challenges and Opportunities*, 13(3), 18.
- Venkatesh, Thong, & X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.
- Venkatesh, V;Morris, MG;Davis, GB;Davis, F. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View,. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
- Venkatesh, V., Brown, S. A., Maruping, L. M., & Bala, H. (2008). Predicting different conceptualizations of system USE: The competing roles of

- behavioral intention, facilitating conditions, and behavioral expectation. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 32(2), 483–502.  
<https://doi.org/10.2307/25148853>
- Vishal Samartha, et al. (2022). A Study on the Acceptance of Mobile-Banking Applications in India—Unified Theory of Acceptance and Sustainable Use of Technology Model (UTAUT). *Sustainability*, 14(14506.), 16.  
<https://doi.org/10.3390/su142114506>
- Viswanath Venkatesh, Fred Davis, dan Michael Morris. (2017). “Dead or Alive? The Development, Trajectory and Future of Technology Adoption Research.” *Journal of the Association for Information Systems*, 4(8), 267-286.
- Viswanath Venkatesh, Michael G. Morris, G. B. D. and F. D. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.  
<https://doi.org/http://www.jstor.org/stable/30036540>
- Viswanath Venkatesh dan Fred D. Davis. (2000). "A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies ". *Management Science*, 46(2), 186-204.
- Viswanath Venkatesh, E. a. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology1. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.  
<https://doi.org/http://www.jstor.org/stable/41410412>
- Wahyuningsih dan Gora. (n.d.). Tha Development of Digital Economy in Indonesia. *International Journal of Management & Business Studies*, 8(3), 14–18.
- Wardana, L. K. (2023). *ANALISIS ADOPSI TEKNOLOGI LAYANAN DIGITAL BANKING DENGAN MODEL UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 3 ( UTAUT-3 ) PADA STUDI KASUS PT BANK RAYA INDONESIA TBK . 04(03), 73–82.*
- Waris Abdul, et al. (2020). Analisis Of Use Of Mobile Banking With Acceptance and Use Of Teknologi (UTAUT). *International Journal of Scientific and*

*Technology Research*, 9(8), 534–540.

Wen-Jing, Gol, C.-L., Gol, M.-T., & Sim, A. K. S. (2022). Faktors Influencing Behavioural Intention to Adopt the QR-Code Payment Extending UTAUT 2 Model.). *Intenationa Journal of Asian Business and Information Management (IJABIM)*, 13(2), 22.

William B Dodds, Kent B Monroe, dan Dhruv Grewal. (1991). “Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers’” Product Evaluations,.” *Journal of Marketing Research*, 28(3), 307–319.

Yogesh K. Dwivedi et al. (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.

Yohannes K, et al. (2022). The Impact of Using Digital Banks on Gen Z Financial’s. *Asia Pacific International Conference on Industrial Engineering and Operations*, 28(04), 4496.

Yu, C. (2011). *Factors Affecting Individuals To Adopt Mobile Banking : Empirical Evidence From The Utaut Model*. 104–121.

Zulfa Khoiriah. (2023). Perkembangan Perbankan Syariah Di era Ekonomi Digital. *Economic Reviews Journal*, 2(2). <https://doi.org/DOI:10.56709/mrj.v2i2.74172>

(Q.S. Yusuf [12]: 108)