

**DETERMINAN PENERIMAAN MOBILE BANKING BANK SYARIAH DI  
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**



TESIS

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

OLEH:

YULIAN SYAFNU HAIKAL

NIM. 21208012015

DOSEN PEMBIMBING:

Dr. MUHAMMAD GHAFUR WIBOWO, SE., M.Sc.

NIP. 19800314 200312 1 003

MAGISTER EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2025



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-1215/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2025

Tugas Akhir dengan judul : DETERMINAN PENERIMAAN MOBILE BANKING BANK SYARIAH DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : YULIAN SYAFNU HAIKAL, S.E.  
Nomor Induk Mahasiswa : 21208012015  
Telah diujikan pada : Kamis, 10 Juli 2025  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

**TIM UJIAN TUGAS AKHIR**



Ketua Sidang

Dr. Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc.  
SIGNED

Valid ID: 6895ad8004836



Penguji I

Dr. Afdaawaiza, S.Ag., M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 6880061441a75



Penguji II

Dr. Ibnu Muhdir, M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 6895799055d08



Yogyakarta, 10 Juli 2025

UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Valid ID: 6899559090c21

## HALAMAN PETUNJUK TESIS

Hal : Tesis Saudara Yulian Syafnu Haikal

Kepada

**Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Sunan Kalijaga  
Yogyakarta**  
Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Setelah membaca, meneliti memberikan petunjuk dan mengoreksi serta menyatakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa tesis saudara:

Nama : Yulian Syafnu Haikal

Nim : 21208012015

Judul Tesis : Determinan Penerimaan *Mobile Banking* Bank Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar magister dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar Tesis saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Untuk itu kami ucapan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 19 Juni 2025  
Pembimbing

  
**Dr. Muhammad Ghafur Wibowo, S.E, M.Sc.**  
NIP: 19800314 200312 1 003

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yulian Syafnu Haikal  
NIM : 21208012015  
Jurusan / Program Studi : Ekonomi Syariah/ Magister

Menyatakan bahwa tesis yang berjudul “Determinan Penerimaan Mobile Banking Bank Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta” 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 di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini. Maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusunan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 19 Juni 2025  
Penyusun,



Yulian Syafnu Haikal

## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Julian Syafnu Haikal
NIM	:	21208012015
Jurusan / Program Studi	:	Ekonomi Syariah/ Magister
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya	:	Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti No ekslusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Determinan Penerimaan Mobile Banking Bank Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta”**

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

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

Yogyakarta, 19 Juni 2025  
Penyusun,  
  
Julian Syafnu Haikal

## HALAMAN MOTTO

*“Jika kalian bersyukur, maka Aku sungguh akan menambah nikmat bagi kalian”*

(Q.S Ibrahim : 7)



*Maka sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan.*

*Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan.”*

(QS Al-Qasyrat : 5-6)



## HALAMAN PERSEMBAHAN



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

Tesis ini saya persembahkan kepada:

Kedua Orang tuaku tercinta (Bapak Imam Safingi dan Ibu Nurul Istihsanah)

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

Kakakku yang paling kubanggakan yang selalu memberikan dukungan dan doa.

Kepada teman-teman angkatan wabil khusus Kelas A Magister Ekonomi Syariah

Tempat berbagi cerita dan pengalaman sehingga menghasilkan banyak pembelajaran

serta untuk Almamater saya UIN Sunan Kalijaga.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## 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	Śā'	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Hā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Ẓāl	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīn	s	es
ش	Syīn	sy	es dan ye
ص	Sād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Tā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	qi

ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	el
م	Mīm	m	em
ن	Nūn	n	en
و	Wāwu	w	w
هـ	Hā'	h	ha
ءـ	Hamzah	'	apostrof
يـ	Yā'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة عنة	Ditulis Ditulis	Muta 'addidah 'iddah
---------------	--------------------	-------------------------

C. Tā' marbūtah

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

حکمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
علة	ditulis	<i>'illah</i>
كرامةالأولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliyā'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

—	Fathah	Ditulis	A
—̄	Kasrah	ditulis	i
—̄̄	Dammah	ditulis	u

فعل	Fathah	Ditulis	<i>fa 'ala</i>
ذكر	Kasrah	ditulis	<i>žukira</i>
يذهب	Dammah	ditulis	<i>yažhabu</i>

#### E. Vokal Panjang

1. fatḥah + alif جَاهْلِيَّةٌ	Ditulis ditulis	Ā <i>jāhiliyyah</i>
2. fatḥah + yā' mati تَنْسِيَةٌ	ditulis	ā <i>tansā</i>
3. Kasrah + yā' mati كَرِيمٌ	ditulis	ī <i>karīm</i>
4. Ḥammah + wāwu mati فَرُوضٌ	ditulis ditulis	ū <i>furūd</i>

#### F. Vokal Rangkap

1. fatḥah + yā' mati بِينَكُمْ	Ditulis ditulis	Ai <i>bainakum</i>
2. fathah + wāwu mati قَوْلٌ	ditulis ditulis	au <i>qaул</i>

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

أَنْتَمْ أَعْدَتْ لَئِنْ شَكْرَتْمَ	Ditulis ditulis ditulis	a'antum u'iddat la'in syakartum
---	-------------------------------	---------------------------------------

#### H. Kata Sandang Alif + Lam

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

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

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

السماء الشمس	Ditulis Ditulis	<i>as-Samā'</i> <i>asy-Syams</i>
-----------------	--------------------	-------------------------------------

3. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat Ditulis menurut penulisannya

ذوى الفروض أهل السنة	Ditulis Ditulis	<i>żawi al-furūd</i> <i>ahl as-sunnah</i>
-------------------------	--------------------	--



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Alḥamdu lillāhirabbil’ālamīn*, segala puji syukur kepada Allah SWT, Tuhan semesta alam atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “Determinan Penerimaan *Mobile Banking* Bank Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta”. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada suri tauladan bagi umat manusia yaitu Muhammad SAW, beserta para sahabat, tabi-tabiin dan seluruh umat Muslim yang tetap istiqomah dijalannya.

Dengan penuh kesadaran bahwa penulisan tesis ini tidak mampu diselesaikan tanpa ridha Allah SWT beserta bantuan dari semua pihak. Oleh sebab itu, sudah sepatutnya penulis mengucapkan rasa terima kasih yang tidak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Misnen Ardiansyah S.E., M.Si., Ak.,CA., ACPA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah.
4. Bapak Prof. Dr. Misnen Ardiansyah S.E., M.Si., Ak.,CA., ACPA. selaku Dosen Penasehat Akademik.
5. Bapak Dr. Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc., selaku dosen pembimbing Tesis yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, nasihat, kritik, saran serta motivasi dalam menyelesaikan naskah tesis 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 Imam Safingi dan Ibu Nurul Istihsanah, yang selalu mencintai dan memberikan *support* terhebat.
9. Adikku tersayang yang selalu memberikan support motivasi agar selalu konsisten dalam menyelesaikan tesis ini.
10. Kepada teman-teman seperjuangan MES A 2022.
11. Kepada semua pihak yang telah membantu dan tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga segala kebaikan yang diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Dan semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya. Amīn Allāhumma Amīn

Yogyakarta, Juni 2025



Yulian Syafnu Haikal



## DAFTAR ISI

### HALAMAN JUDUL

PENGESAHAN TUGAS AKHIR ..... i

HALAMAN PETUNJUK TESIS ..... ii

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN ..... iii

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR. iv

HALAMAN MOTTO ..... v

HALAMAN PERSEMBAHAN ..... vi

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN ..... vii

KATA PENGANTAR ..... xi

DAFTAR ISI ..... xiii

DAFTAR TABEL ..... xv

DAFTAR GAMBAR ..... xvi

ABSTRAK ..... xvii

*ABSTRACT* ..... xviii

BAB I PENDAHULUAN ..... 1

    A. Latar Belakang ..... 1

    B. Rumusan Masalah ..... 1

    C. Tujuan Penelitian ..... 10

    D. Manfaat Penelitian ..... 10

    E. Sistematika Pembahasan ..... 11

BAB II LANDASAN TEORI ..... 12

    A. Literatur Review ..... 12

    B. Kajian Pustaka ..... 48

    C. Kerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesis ..... 51

BAB III METODE PENELITIAN ..... 55

A.	Jenis Penelitian dan Jenis Data.....	55
B.	Populasi dan Sampel .....	55
C.	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	57
D.	Definisi Operasional Variabel .....	57
E.	Teknis Analisis Data .....	59
	1. Uji Instrumen .....	59
	2. Uji Asumsi klasik.....	61
	3. Uji Hipotesis .....	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		66
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	66
B.	Analisis Deskriptif.....	66
C.	Hasil Penelitian.....	71
	1. Hasil Uji Instrument.....	71
	2. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	74
	3. Hasil Uji Hipotesis .....	75
D.	Pembahasan .....	81
BAB V PENUTUP .....		90
A.	Kesimpulan.....	90
B.	Implikasi Penelitian .....	94
C.	Keterbatasan dan Saran .....	96
DAFTAR PUSTAKA .....		98
LAMPIRAN .....		105

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3. 1 Skor Skala Likert .....	57
Tabel 3. 2 Indikator Setiap Variabel .....	57
Tabel 3. 3 Interprensi Nilai R.....	61
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Demografi.....	66
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas.....	71
Tabel 4. 3 Hasil <i>Cronbach's Alpha</i> .....	73
Tabel 4. 4 Hasil <i>Composite Reliability</i> .....	73
Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolinieritas .....	75
Tabel 4. 6 Hasil Uji Hipotesis .....	75
Tabel 4. 7 Hasil Uji Parsial .....	79
Tabel 4. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	81
Tabel 4. 9 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis .....	81



## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1 TAM pada penerimaan teknologi.....	15
Gambar 2. 2 Pengembangan Skema TAM.....	16
Gambar 2. 3 Kerangka Teoritik .....	54



## **ABSTRAK**

Penelitian ini ditujukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan *mobile banking*. Teori yang menjadi landasan adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan *purposive sampling*, mengambil sampel dari masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta yang menggunakan *mobile banking*. Total responden yang terlibat sebanyak 124 orang. Analisis data dilakukan menggunakan software SmartPLS 3 dengan teknik uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel norma subjektif, persepsi kemudahan penerimaan, dan persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap penerimaan *mobile banking*, sedangkan manfaat yang dirasakan, sikap, dan gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan *mobile banking*.

Kata kunci : *mobile banking*, TAM, penerimaan



## ABSTRACT

*This study aims to identify the factors that influence public interest in acceptance mobile banking. The theoretical foundation of this research is the Technology Acceptance Model (TAM). This study employs a quantitative method with a purposive sampling approach, selecting samples from the Yogyakarta community who have an intention in using mobile banking. A total of 124 respondents participated in this research. Data analysis was conducted using SmartPLS 3 software with multiple linear regression testing techniques. The results of the study indicate that subjective norms, perceived ease of use, and perceived security variables do not affect acceptance mobile banking. Meanwhile, perceived usefulness, attitude, and lifestyle have a positive and significant influence on the acceptance mobile banking.*

**Keywords:** mobile banking, TAM, acceptance



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Kemajuan dan perkembangan perekonomian dunia sangatlah dinamis, khususnya di era industri 4.0 yang menuntut segalanya serba cepat dan akurat. Tantangan era yang menjadikan teknologi sebagai media dalam membantu semua kegiatan manusia dan memiliki peran serta porsi mendominasi dalam era *Internet of Thing (IOT)*, *Big Data*, dan *Artificial Intelligence (AI)*. Peran manusia akan semakin berkurang dalam melakukan hal atau kegiatan yang bersifat rutin dan tergantikan oleh teknologi (Santoso dan Zusrony, 2020).

Teknologi digital berkembang melalui sebuah aplikasi. Salah satu kegiatan yang di dukung oleh teknologi digital adalah sistem pembayaran elektronik baik itu pembayaran listrik, telepon, air dan sebagainya. Kemajuan teknologi digital menggeser peranan uang tunai menjadi uang non tunai sebagai salah satu model sistem pembayaran yang jauh lebih efisien dan lebih ekonomis.

Pembayaran elektronik ialah pembayaran yang dilakukan dengan cara elektronik yang mana semua penyimpanan, pemrosesan, dan penerimaan uang berbentuk digital dan diinisialisasi dengan bantuan alat pembayaran elektronik (Marlina, 2021). Pembayaran digital saat ini telah menciptakan transformasi signifikan dalam cara kita melakukan transaksi keuangan. Dahulu, pembayaran seringkali melibatkan uang tunai, cek maupun giro,

namun sekarang, semakin banyak orang beralih ke metode pembayaran digital seperti dompet elektronik, kartu kredit, dan transfer online. Keberlanjutan perkembangan ini telah mempermudah dan mempercepat proses pembayaran, memberikan kenyamanan yang luar biasa bagi konsumen.

Sistem pembayaran elektronik banyak diminati oleh generasi milenial karena memiliki banyak manfaat seperti pembayaran yang mudah karena hanya menggunakan telepon genggam dapat melakukan berbagai macam transaksi. Selain itu, pembayaran dapat dilakukan lebih cepat dan praktis (Rodiah dan Melati, 2020). Pembayaran digital telah menciptakan transformasi signifikan dalam cara kita melakukan transaksi keuangan. Dulu, pembayaran seringkali melibatkan uang tunai atau cek kertas, namun saat ini semakin banyak orang beralih ke metode pembayaran digital seperti dompet elektronik, kartu kredit, dan transfer online. Keberlanjutan perkembangan ini telah mempermudah dan mempercepat proses pembayaran, memberikan kenyamanan yang luar biasa bagi konsumen.

*Mobile payment* merupakan metode pembayaran untuk layanan, produk, dan permintaan dengan menggunakan perangkat seluler seperti ponsel atau *smartphone* yang terhubung dalam jaringan telekomunikasi seluler. Di Indonesia, terdapat lima varian pembayaran melalui perangkat seluler, yakni Terminal Penjualan (POS), Pembayaran Seluler Tertutup, Penagihan Melalui Operator Seluler, Aplikasi Pembayaran Seluler, dan Dompet Seluler/e-dompet (Puteri dan Wijayangka, 2020). Implementasikan

pada ponsel konsumen, layanan ini disediakan oleh penyedia layanan pembayaran yang fleksibel dan dapat menyodorkan dorongan yang lebih banyak kepada pengusaha dan pelanggan, dibandingkan layanan yang sebelumnya ditawarkan oleh bank (Sorensen dan Damsgaard, 2018).

Pembayaran digital telah menciptakan transformasi signifikan dalam cara kita melakukan transaksi keuangan. Dulu, pembayaran seringkali melibatkan uang tunai atau cek kertas, namun sekarang, semakin banyak orang beralih ke metode pembayaran digital seperti dompet elektronik, kartu kredit, dan transfer online. Keberlanjutan perkembangan ini telah mempermudah dan mempercepat proses pembayaran, memberikan kenyamanan yang luar biasa bagi konsumen. Sistem pembayaran elektronik banyak diminati oleh generasi milenial karena memiliki banyak manfaat seperti pembayaran yang mudah karena hanya menggunakan telepon genggam dapat melakukan berbagai macam transaksi. Selain itu, pembayaran dapat dilakukan lebih cepat dan praktis (Rodiah dan Melati, 2020).

Perkembangan perbankan di Indonesia, khususnya di era persaingan global saat ini merupakan suatu perwujudan dari permintaan masyarakat yang membutuhkan suatu sistem perbankan alternatif yang menyediakan jasa perbankan/keuangan yang sehat (Ghafur, 2008 : 356). Bank sebagai salah satu lembaga keuangan yang bergerak pada bidang jasa perbankan yang tentunya menyediakan fasilitas layanan mobile banking bagi para nasabahnya. Layanan mobile banking terus mengalami peningkatan. Bank

terus mengoptimalkan sistem pada layanan *mobile banking* dengan menambahkan lebih banyak fitur-fitur yang membuatnya lebih mudah bagi nasabah untuk bertransaksi (Destriana *et al.* 2022).

*Mobile banking* merupakan transaksi keuangan yang dilakukan menggunakan perangkat mobile dimana pada umumnya berupa ponsel atau smartphone yang sumber dananya berasal dari tabungan para nasabah di bank. Layanan *mobile banking* kini menjadi *tren* yang sangat terkenal karena memberikan kemudahan bagi para nasabah bank. Banyak masyarakat Indonesia yang sudah menggunakan *mobile banking* sebagai penunjang kemudahan bertransaksi itu yang mendorong masyarakat berperilaku konsumtif yang cenderung kepada sifat boros yang dimana perilaku boros sangat dilarang dalam Islam. Penerimaan *mobile banking* merupakan salah satu bukti bahwa penerimaan teknologi digital di dunia kini bank-bank tidak hanya berlomba-lomba untuk memberikan layanan *mobile banking* yang terdepan dengan mempertimbangkan kepuasan nasabah dalam penerimaan layanan *mobile banking* (Aziz *et al.* 2022).

Hadirnya *mobile banking* membawa dampak yang positif bagi berbagai pihak (Fitrianisa *et al.*, 2019). Bagi bank, adanya *mobile banking* dapat meningkatkan pendapatan bank sehingga dapat menguatkan daya saing untuk memperluas pangsa pasar. Bagi nasabah, adanya *mobile banking* memberikan kemudahan serta efisiensi waktu dan biayanya dalam mengakses layanan perbankan (Le *et al.*, 2020). Dengan melihat semakin berkembangnya perbankan di Indonesia, maka pemerintah sebaiknya semakin

memberikan perhatian dan dukungan yang lebih besar lagi terhadap para pengelola perbankan dan perkembangan sistem perbankan secara umum di Indonesia (Ghafur, 2004 :146).

Pemanfaatan teknologi telah membawa perubahan positif dalam aktivitas sehari-hari masyarakat Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Adopsi teknologi pembayaran digital telah memudahkan berbagai aspek kehidupan sehari-hari, menghadirkan kenyamanan dan efisiensi dalam melakukan transaksi keuangan. Selain itu Masyarakat Yogyakarta dapat menggunakan teknologi pembayaran digital untuk melakukan transfer uang antar sesama atau menerima pembayaran untuk barang dan jasa. Ini memudahkan pelaku usaha lokal dan individu untuk bertransaksi tanpa perlu mengandalkan transaksi tunai.

Model penerapan teknologi TAM (*Technology Acceptance Model*) yang diusulkan Davis pada tahun 1986 pada referensi kerangka data administrasi mengungkap bahwa kegunaan yang nyata dan manfaat yang terlihat adalah dua faktor yang menentukan keputusan untuk menggunakan aplikasi. Bisnis berbasis teknologi informasi tidak henti-hentinya berusaha memberikan layanan dan meyakinkan masyarakat untuk menggunakannya. Keamanan sangat penting karena melindungi perlindungan klien dompet elektronik. Kemampuan keamanan aplikasi untuk melindungi dari pertaruhan kesalahan di bidang elektronik. Kemudahan yang terlihat membuat fase dimana klien perlu terbebas dari gangguan atau klien perlu terbebas dari kendala saat menggunakan aplikasi. Menurut teori TAM, persepsi kemudahan

merupakan salah satu pilihan untuk memanfaatkan suatu aplikasi. Sementara manfaat yang dirasakan merupakan keuntungan yang didapat dengan menggunakan aplikasi *mobile banking* sekaligus menjadi pertimbangan dalam memilih penerimaan aplikasi tersebut (Sukmawati dan Kowanda, 2022).

Pola budaya konsumtif di masyarakat Yogyakarta tercermin dalam antusiasme mereka terhadap berbagai produk dan layanan. Dari berbelanja kebutuhan sehari-hari hingga mengeksplorasi produk-produk baru, masyarakat ini cenderung memberikan nilai tinggi pada pengalaman konsumsi. Tren ini juga tercermin dalam meningkatnya popularitas tempat-tempat belanja modern dan tradisional di Yogyakarta. Pasar-pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko-toko lokal menjadi tempat favorit bagi masyarakat Yogyakarta untuk menjelajahi dan memenuhi kebutuhan mereka, menciptakan dinamika ekonomi yang berpusat pada kegiatan konsumsi.

Adopsi teknologi keuangan ini memberikan dorongan tambahan pada aktivitas konsumsi dengan memberikan kemudahan dan kecepatan dalam proses pembayaran. Masyarakat yang cenderung konsumtif dapat menikmati pengalaman berbelanja yang lebih lancar dan efisien melalui layanan teknologi pembayaran digital. Penerimaan dompet elektronik, kartu kredit digital, dan aplikasi pembayaran seluler memungkinkan masyarakat Yogyakarta untuk dengan cepat membayar barang dan layanan tanpa perlu menyentuh uang tunai. Hal ini menciptakan lingkungan transaksi yang lebih modern dan sesuai dengan pola pikir yang lebih cepat dan efisien.

Penelitian yang dilakukan oleh Nur (2018) dalam penerimaan *mobile banking* secara signifikan dipengaruhi oleh manfaat yang dirasakan, dan sikap penerimaan. Penelitian yang dilakukan oleh Deni (2022) hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dari norma subjektif, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, sikap, dan kontrol perilaku terhadap penerimaan *mobile banking*. Kesan kemudahan sangat mempengaruhi daya tarik produk dalam penerimaan *mobile banking*. Penelitian yang dilakukan oleh Edy dan Neneng. (2023) menunjukkan pengaruh manfaat terhadap penerimaan BSI Mobile sebesar 62,9 persen dan dampak kemudahan terhadap penerimaan BSI Mobile sebesar 37,9 persen. Artinya, manfaat dan kemudahan berpengaruh pada penerimaan BSI Mobile di Tangerang, Banten. Penelitian yang dilakukan oleh Febyla dan Elfira. (2024) menunjukkan bahwa untuk penerimaan BSI Mobile dipengaruhi secara bersama oleh persepsi manfaat, kemudahan penerimaan, dan sikap. Secara spesifik, dalam hal penerimaan *BSI Mobile* dipengaruhi oleh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan sikap. Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya dapat ditemukan bahwa penelitian ini menggabungkan enam variabel yaitu norma subjektif, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude*, *perceived security*, dan gaya hidup sebagai variabel independen dan penerimaan *mobile banking* sebagai variabel dependen. Objek yang diteliti mengenai penerimaan *mobile banking* seperti Byond by BSI/BSI Mobile, Muamalat Din, BTNS Mobile, BCAS Mobile, Octo Mobile Syariah, dan Jago Syariah. Peneliti merasa tertarik untuk menjalankan penelitian ini.

Munculnya brand-brand ternama di Yogyakarta mencerminkan perubahan dinamis dalam landscape bisnis lokal. Keberadaan merek-merek kenamaan ini bukan hanya memperkaya pilihan konsumen, tetapi juga menciptakan dampak positif dalam perkembangan ekonomi dan gaya hidup masyarakat setempat. Kehadiran merek-merek ternama, seperti restoran cepat saji internasional atau gerai kopi terkemuka, memberikan daya tarik dan dorongan ekstra terhadap kebiasaan konsumsi dalam kehidupan sehari-hari. Munculnya brand-brand ternama di Yogyakarta juga turut memberikan kontribusi terhadap budaya konsumtif di masyarakat setempat.

Saat ini di Yogyakarta sudah banyak masyarakat yang menggunakan *fintech* dalam kebutuhan sehari-hari. Akan tetapi ada juga masyarakat Yogyakarta yang menggunakan *fintech* tetapi belum mengetahui cara penerimanya. Maka dari itu penulis ingin meneliti masyarakat tersebut agar masyarakat paham dan memahami terkait teknologi *mobile banking*. Hal ini menjadikan suatu sasaran bahwa tepat untuk melakukan penelitian di Provinsi DIY. *Fintech* selalu digunakan masyarakat Yogyakarta dalam memenuhi kebutuhannya. Maka dari itu penelitian perlu dilakukan karena variabel independen dapat memperkuat variabel dependen atau sebaliknya, selain itu tentunya dapat mengetahui perkembangan zaman yang ada di Provinsi DIY dalam penerimaan *mobile banking* dan dapat mengembangkan model baru dan bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Penulis menginginkan dari penelitian ini masyarakat DIY semakin tahu dan paham akan *fintech* karena penelitian ini berawal dari kegelisahan penulis terkait masih banyak

masyarakat yang menggunakan aplikasi *fintech* akan tetapi tidak mengetahui bagaimana cara pengoperasianya, dimana pada zaman sekarang sudah begitu banyak aplikasi pembayaran digital yang ada untuk mempermudah masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan konteks masalah yang diungkapkan sebelumnya, penulis merasa tertarik untuk menggali lebih dalam melalui penelitian yang akan disajikan dalam tesis berjudul “Determinan Penerimaan *Mobile Banking* Bank Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta”.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah norma subjektif mempunyai pengaruh terhadap penerimaan *mobile banking*?
2. Apakah *perceived usefulness* mempunyai pengaruh terhadap penerimaan *mobile banking*?
3. Apakah *perceived ease of use* mempunyai pengaruh terhadap penerimaan *mobile banking*?
4. Apakah *attitude* mempunyai pengaruh terhadap penerimaan *mobile banking*?
5. Apakah *perceived security* mempunyai pengaruh terhadap penerimaan *mobile banking*?
6. Apakah gaya hidup mempunyai pengaruh terhadap penerimaan *mobile banking*?

### C. Tujuan Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini untuk mencapai tujuan-tujuan berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh norma subjektif terhadap penerimaan *mobile banking*.
2. Untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness* terhadap penerimaan *mobile banking*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *perceived ease of use* terhadap penerimaan *mobile banking*.
4. Untuk mengetahui pengaruh *attitude* terhadap penerimaan *mobile banking*.
5. Untuk mengetahui pengaruh *perceived security* terhadap penerimaan *mobile banking*.
6. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap penerimaan *mobile banking*.

### D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diinginkan dari penyusunan penelitian tesis ini antara lain sebagai berikut:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat atau sumbangsih pada kemajuan pengetahuan, pemahaman, dan informasi bagi individu yang memerlukan, terutama kepada masyarakat yang sedang mengikuti perkembangan zaman dan beradaptasi dengan era digital saat ini.
2. Dalam hal manfaat praktis, harapannya hasil penelitian dapat memperluas

pemahaman masyarakat tentang relevansi kemajuan zaman dan teknologi digital yang sedang berkembang.

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Dalam upaya memudahkan pemahaman dan penjelasan, struktur penulisan tesis ini terdiri dari lima bab yang meliputi:

Bab I: Pendahuluan di mana pada bagian ini mencakup sub-bab mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan susunan penulisan.

Bab II: Landasan teori terdiri dari sub-bab yang membahas landasan teori, tinjauan pustaka, kerangka teoritis, pengembangan hipotesis, serta kerangka pemikiran.

Bab III: Metode penelitian mencakup sub-bab yang membahas jenis penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, data penelitian, operasionalisasi variabel penelitian, dan teknik analisis data.

Bab IV: Hasil dan pembahasan menguraikan hasil analisis data penelitian, termasuk uji validitas dan reliabilitas.

Bab V: Penutup membahas kesimpulan dari hasil pembahasan yang telah dilakukan. Selanjutnya, disertai dengan saran kepada pihak-pihak terkait yang memiliki kepentingan terkait penulisan dan penyusunan penelitian ini.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian data serta pengujian hipotesis maka di peroleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel norma subjektif ( $X_1$ ) tidak mempengaruhi penerimaan *mobile banking* dalam kehidupan sehari-hari. Norma subjektif mencakup persepsi individu terhadap sejauh mana tekanan, harapan, atau dukungan yang mereka rasakan dari orang-orang di sekitarnya untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan tertentu. Hal ini terkait dengan keyakinan individu mengenai sejauh mana lingkungan sosial mereka mendukung atau menolak perilaku atau tindakan tertentu. Dalam konteks penerimaan *mobile banking*, norma subjektif dapat diartikan sebagai sejauh mana seseorang merasakan tekanan atau pengaruh dari teman maupun keluarga dalam minat menggunakan *mobile banking*. Apabila seseorang merasakan dorongan positif untuk menggunakan teknologi keuangan tersebut karena orang-orang terdekat mereka telah berhasil melakukannya, hal ini dapat memengaruhi sikap dan niat mereka untuk menggunakan *mobile banking* tersebut. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dorongan untuk menggunakan *mobile banking* pada masyarakat Yogyakarta belum diterima. Generasi milenial yang merupakan pengguna *mobile banking* yang telah mempunyai pengalaman dalam mengoperasikan sistem tersebut dapat mempunyai anggapan tersendiri baik dari

informasi yang didapat atau dari pengalaman penerimaan sehingga lebih percaya dengan pengalaman diri sendiri dibandingkan saran orang lain. Hal ini sejalan dengan penelitian Tyas dan Alex (2023) di mana variabel norma subjektif tidak berpengaruh terhadap penerimaan pada *mobile banking* di Bantul, DIY.

2. Variabel *perceived usefulness* (X2) telah mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan *mobile banking* di Yogyakarta. Persepsi tentang kemanfaatan terhadap penerimaan *mobile banking* merupakan faktor penting dalam teori penerimaan teknologi. Persepsi tentang seberapa berguna atau bermanfaatnya teknologi finansial bagi individu dapat memengaruhi mereka dalam menggunakannya. *Perceived usefulness* merupakan peran penting dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), dimana kepercayaan suatu teknologi akan memberikan manfaat yang signifikan bagi pengguna untuk menggunakan *mobile banking*. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa kesadaran masyarakat terhadap persepsi manfaat dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* tersebut sangat tinggi sehingga menumbuhkan masyarakat dalam menggunakan *mobile banking*.
3. Variabel persepsi kemudahan penerimaan (X3) tidak mempengaruhi penerimaan layanan keuangan *mobile banking*. Persepsi kemudahan penerimaan diharapkan dapat memengaruhi masyarakat dalam menggunakan *mobile banking*. Hal ini merupakan kunci utama dalam penerimaan teknologi keuangan dan dapat menjadi pendorong utama

untuk meningkatkan penerimaan *mobile banking* di kalangan masyarakat.

Dalam hal ini praktik pada masyarakat Yogyakarta berbanding terbalik.

Kesadaran masyarakat Yogyakarta akan kemudahan penerimaan dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* tersebut sangat kecil sehingga tidak menumbuhkan masyarakat dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* tersebut. Banyaknya kesulitan yang dialami oleh nasabah, mulai dari rumitnya proses registrasi, sistem error saat melakukan transaksi, serta jaringan yang tidak mendukung di pedesaan menjadi alasan mengapa kemudahan tidak berpengaruh terhadap nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Sistem perbankan yang digunakan untuk mengakses *mobile banking* yang sering mengalami *offline* atau *error system* menimbulkan persepsi kekhawatiran dan kekecewaan dalam penerimaan. Oleh karena itu timbul keraguan nasabah dalam penerimaanya sehingga semakin tingginya tingkat *offline* atau *error system* akan menurunkan tingkat penerimaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiyowati (2023) di mana variabel persepsi kemudahan penerimaan tidak berpengaruh terhadap penerimaan pada BSI Mobile di Semarang, Jawa Tengah. Penelitian yang dilakukan oleh Imam (2015) menyatakan pula untuk variabel persepsi kemudahan penerimaan tidak berpengaruh terhadap penerimaan pada *mobile banking* di Yogyakarta.

4. Variabel *attitude* (X4) berpengaruh terhadap penerimaan *mobile banking* di Yogyakarta. Sikap masyarakat yang positif terhadap teknologi keuangan digital seringkali menjadi pendorong utama yang memengaruhi pengguna untuk menggunakan *mobile banking*. Kombinasi antara

persepsi manfaat, kepercayaan, nilai-nilai individu, serta faktor sosial dan informasi akan membentuk sikap yang mendukung dalam menggunakan *mobile banking* secara lebih luas.

5. Variabel *perceived security* (X5) tidak berpengaruh terhadap penerimaan *mobile banking* di Yogyakarta. Teknologi keuangan mobile banking yang dapat menyediakan jaminan keamanan yang kuat dan memberikan rasa percaya diri kepada pengguna dalam melindungi informasi dan transaksi keuangan mereka akan lebih mungkin untuk diterima dan digunakan secara luas. Keamanan yang kuat dan berkelanjutan menjadi kunci dalam membangun kepercayaan pengguna terhadap *mobile banking* dan meningkatkan mereka untuk menggunakan teknologi tersebut. Jadi keamanan yang dirasakan masyarakat Yogyakarta dalam menggunakan *mobile banking* lebih terjamin. Kesadaran masyarakat Yogyakarta akan keamanan dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* tersebut sangat kecil sehingga tidak menumbuhkan dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* tersebut. Sebagian nasabah belum sepenuhnya merasa aman apabila bertransaksi menggunakan *mobile banking* dikarenakan khawatir terkait keamanan dan kerahasiaan data pribadi. Selain itu masih maraknya kasus-kasus kejahatan seperti pembobolan rekening dan penipuan yang membuat nasabah kurang yakin saat melakukan transaksi menggunakan *mobile banking*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Imroatul (2024) di mana variabel persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap penerimaan pada *mobile banking* di Salatiga, Jawa Tengah.

6. Variabel gaya hidup (X6) berpengaruh positif dan signifikan pada masyarakat dalam menggunakan layanan *mobile banking* di Yogyakarta. Gaya hidup individu dapat berperan krusial dalam mempengaruhi ketertarikan mereka dalam memanfaatkan teknologi keuangan. Solusi yang tepat dengan kebutuhan, kebiasaan, dan preferensi yang ada dalam gaya hidup dapat menjadi faktor penentu dalam penerimaan teknologi keuangan artinya bahwa pembaharuan pembayaran digital yang ada di Yogyakarta dapat diterima. Selain itu masyarakat yang memiliki budaya konsumtif menjadikan teknologi keuangan dapat menjadi kebutuhan sehari-hari.

## B. Implikasi Penelitian

Penelitian tentang dampak norma subjektif, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penerimaan, sikap, persepsi keamanan, dan gaya hidup terhadap penerimaan *mobile banking* di Yogyakarta memiliki beberapa implikasi yang signifikan diantaranya:

1. Peningkatan kesadaran tentang *mobile banking*.

Temuan dari penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat di Yogyakarta terhadap pentingnya teknologi keuangan. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan *mobile banking*, masyarakat setempat dapat lebih teredukasi tentang manfaat dan kemudahan yang ditawarkan oleh platform teknologi keuangan salah satu diantaranya *mobile banking*.

2. Perluasan akses dalam penerimaan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini dapat membantu meluaskan penerimaan *mobile banking* di Yogyakarta dengan menyadarkan masyarakat akan keamanan, manfaat, dan kemudahan penerimaan. Hal ini dapat mendorong lebih banyak orang untuk menggunakan *mobile banking* dalam kehidupan sehari-hari mereka.

3. Perluasan layanan *mobile banking* yang disesuaikan dengan gaya hidup lokal.

Dengan memahami gaya hidup yang dominan di Yogyakarta, perusahaan perbankan dapat menyesuaikan layanan *mobile banking* agar lebih relevan dengan preferensi dan kebutuhan lokal. Hal ini agar layanan keuangan digital saat ini dapat memperhatikan kebutuhan mobilitas, preferensi transaksi, dan pola pengeluaran yang sesuai dengan gaya hidup penduduk setempat.

4. Perbaikan fitur keamanan dan ketersediaan informasi.

Dari penelitian ini, perusahaan perbankan dapat memperkuat fitur keamanan dan meningkatkan transparansi dalam memberikan informasi terkait keamanan kepada pengguna di Yogyakarta. Hal ini penting untuk membangun kepercayaan pengguna terhadap platform *mobile banking*.

5. Pengembangan kampanye edukasi.

Hasil penelitian ini dapat menjadi landasan untuk merancang kampanye edukasi yang lebih efektif mengenai keuntungan, kenyamanan, dan keamanan dalam menggunakan *mobile banking*. Melalui kampanye semacam ini, diharapkan dapat mengurangi ketakutan atau kekhawatiran

yang mungkin dirasakan oleh masyarakat terkait dengan teknologi keuangan.

#### 6. Penyediaan dukungan dan pelatihan.

Perusahaan perbankan dapat memberikan lebih banyak dukungan dan pelatihan kepada pengguna *mobile banking* di Yogyakarta. Hal ini dapat dilakukan dengan berbagai upaya panduan yang jelas, tutorial, atau layanan pelanggan yang responsif untuk membantu pengguna mengatasi kendala dan meningkatkan rasa percaya diri mereka dalam menggunakan *mobile banking*.

Dengan memahami implikasi dari faktor-faktor ini terhadap pengguna dalam menggunakan *mobile banking* di Yogyakarta, pihak terkait, baik itu perusahaan maupun pemerintah setempat, dapat merancang strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan adopsi teknologi keuangan di wilayah setempat

### C. Keterbatasan dan Saran

Mempertimbangkan sejumlah keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini, penelitian tersebut mengakui adanya pembatasan tertentu dan menyajikan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian ini telah diupayakan terwakili masyarakat yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta. Namun dalam kenyataanya, responden memberikan *feedback* dalam penelitian ini cenderung kurang merata penyebaran dari segi pekerjaan dan umur di Yogyakarta. Kecenderungan mayoritas responden didominasi dari

kalangan pelajar/mahasiswa dan umur antara 17-25 tahun. Berdasarkan kendala-kendala yang muncul dalam penelitian ini, saran untuk penelitian mendatang diharapkan bisa lebih merata pada masyarakat di Yogyakarta sehingga hasil penelitiannya lebih komprehensif.



## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Yazid. (2006). Etika Investasi dalam Ekonomi Islam, *Jurnal Ilmu Syari'ah, Volume 40, No. I, 2006, hal. 21-44*
- Aji, H. M., Berakon, I., & Riza, A. F. (2020). The effects of subjective norm and knowledge about riba on intention to use e-money in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing, 12(6), 1180–1196.* <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2019-0203>
- Antonio, Muhammad Syafi'i. : *Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Ardiansyah, Misnen. (2014). Bayang-Bayang Teori Keagenan Pada Produk Pembiayaan Perbankan Syariah, *Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan, Volume 14, No. 2, Desember 2014, hal. 251-269*
- Arif, W. (2012). Kajian tentang perilaku pengguna sistem informasi dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Proceeding Book of Konferensi Nasional Sistem Informasi, April 2008, 1–8.* <http://peneliti.budiluhur.ac.id/wp-content/uploads/2008/.../arif+wibowo.pdf>
- Ariningsih, E. P., Wijayanti, W., & Prasaja, M. G. (2022). Intention to Use E-wallet Dilihat dari Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security, dan Trust. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship, 11(2), 227.* <https://doi.org/10.30588/jmp.v11i2.916>
- Azhar, J. A., Nada Cantika Putri Kadua, & Rizki Dwi Safitri. (2023). Analisis Persepsi Generasi Z Terhadap Investasi Berbasis ESG (Environmental, Social, and Governance) di Jakarta Islamic Index. *Journal of Business Management and Islamic Banking, 2(1), 77–94.* <https://doi.org/10.14421/jbmib.2023.020106>
- Bangkara, R. P., & Mimba, N. P. S. H. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease Of Use pada Minat Penerimaan Internet Banking dengan

- Attitude Toward Using sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 16(3), 2408–2434.
- Burhanudin Harahap and Tastaftiyan Risfandy. (2022). Islamic Organization and the Perception of Riba (Usury) and Conventional Banks Among Muslims: Evidence From Indonesia. *SAGE Open* 12 No. 2
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India—An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*.
- Davis F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*.
- Dayan, M. T. (2020). Pengaruh Persepsi Konsumen, Gaya Hidup dan Kepercayaan terhadap Penerimaan Aplikasi Pembayaran Digital. *Jurnal Transaksi*, 12(1), 40–50.
- Deskraining. *BSM Basic Training*. Jakarta: PT. Mandiri, 2010 DeskTraining. *Produk dan Jasa BSM*. Jakarta: PT. Mandiri, 2010.
- Dewan Syariah Nasional (DSN). Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional. Jakarta: DSN, 2003.
- Dwiyanti, E. A., & Azizah, S. N. (2018). Analisis Pengaruh Customer Focused Service terhadap Minat Nasabah pada Produk Berjangka (Deposito, Tabungan Prima Berhadiah Dan Tabungan Rencana Berhadiah) di Bank Muamalat Indonesia KCU Pondok Indah. *Dinamika*, 3(1), 97–140.
- Effern, Darmadji dan Yuliawati, Tan. *Metode Penelitian Untuk Akutansi Sebuah Pendekatan Praktis*, Cet. Ke-1. Jawa Timur: Bayumedia Publishing, 2004.
- Foster, B., Sukono, & Johansyah, M. D. (2022). Analysis of the effect of financial literacy, practicality and consumer lifestyle on the use of chip-based electronic money using sem. *Sustainability (Switzerland)*, 14(1). <https://doi.org/10.3390/su14010032>
- Friska Mastarida, Astri Rumondang, Andriasan Sudarso, Darmawan Napitupulu,

- Yulyianto Budi Setiawan, Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, Erika Revida, S.P. (2020). *Service Management*. Yayasan Kita Menulis.
- Hadikusuma, S. (Steven), & Jaolis, F. (Ferry). (2019). Pengaruh Social Influence, Perceived Usefulness, Dan Perceived Security Terhadap Continue Use Intention Aplikasi Mobile Payment Ovo Melalui Attitude Towards Using Mobile Payment Sebagai Variabel Intervening Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Bisnis Dan Ekonom. *Agora*, 7(2), 121–131.  
<https://www.neliti.com/id/publications/287242/>
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E., dan Tatham, R. L. (. (1998).
- Hartono, A. A. (2014). Sistem Pendukung Keputusan pada Penjurusan Siswa Terkendala dengan metode Analytic Hierarchy Process. *Jurnal Nasional Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi (JNTETI)*, 3, 194–200.
- Hermawan, V. K., & Paramita, E. L. (2020). Trust dan Perceived Usefulness dan Pengaruhnya Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan E-wallet. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 223–236.  
<https://doi.org/10.37932/j.e.v10i2.131>
- Hermawann, L. D., Komariah, K., dan Danial, R. D. M. (2020). Analisis Niat Menggunakan Bri Mobile (Survei Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kota Sukabumi). *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 6, 525.
- Jati, N. J., & Laksito, H. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemnafaatan dan Penerimaan Sistem E-Ticket (Studi Empiris pada Biro Perjalanan di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Accounting*, 1(2), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Jauharia Hatta, A. (2011). Model of Information System Operation Based on Technology Acceptance Model for Micro Financial Institutions. *Journal of Economics, Business, and Accountancy / Ventura*, 14(3), 251.  
<https://doi.org/10.14414/jebav.v14i3.52>

- Jhon C. Mowen dan Michael Mino. (2002). *Perilaku Konsumen* (1st ed.). Erlangga,. Jogytanto. (2003). *Sistem Teknologi Informasi*. Jogytanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*.
- Jurnal Ekonomi Manajemen*, 7(1), 46–56. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem>
- Karim, Adiwarman. *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*, Cet. Ke-2. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Kazan, E., Tan, C-W., Lim, E. T. K., Sørensen, C., & Damsgaard, J. (2018). Disentangling Digital Platform Competition: The Case of UK Mobile Payment Platforms. *Journal of Management Information Systems*, 35(1), 180–219.
- Kusumaningtiyas, R., Sulhaini, & Rinuastuti, B. H. (2019a). the Influence of Product Innovation and Lifestyle on Perceived Quality and Interest in Buying Songket. *Eurasia: Economics & Business*, 20(2), 102–112. <https://doi.org/10.18551/econeurasia.2019-02.11>
- Kusumaningtiyas, R., Sulhaini, & Rinuastuti, B. H. (2019b). the Influence of Product Innovation and Lifestyle on Perceived Quality and Interest in Buying Songket. *Eurasia: Economics & Business*, 20(2), 102–112. <https://doi.org/10.18551/econeurasia.2019-02.11>
- Lova, E. F. (2021). Financial Technology Peer To Peer Lending Syariah: Sebuah Perbandingan Dan Analisis. *Jeblr*, 1(2), 29–41. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JEBLR/article/download/27732/10388>
- Mafulah, F. N., & Sari, D. K. (2022). The Effect of Lifestyle, Ease and Trust on User Satisfaction of the Electronic Wallet Application in Sidoarjo. *Academia Open*, 7, 1–18. <https://doi.org/10.21070/acopen.7.2022.3186>
- Malhotra, N. K. (2009). *Riset Pemasaran Jilid I: Pendekatan Terapan*. PT Indeks.
- Marisa, O. (2020). Persepsi kemudahan penerimaan, efektivitas, dan risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan financial technology. *Jurnal Administrasi Kantor*, 8(2), 139–152. <http://www.ejournal->

[binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/view/1448](http://binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/view/1448) <http://www.ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/download/1448/1241>

Nugroho, A., Najib, M., & Simanjuntak, M. (2018). Factors Affecting Consumer Interest In Electronic Money Usage With Theory Of Planned Behavior (TPB). *Journal of Consumer Sciences*, 3(1), 15. <https://doi.org/10.29244/jcs.3.1.15-27>

Peña-García, N., Gil-Saura, I., Rodríguez-Orejuela, A., & Siqueira-Junior, J. R. (2020). Purchase intention and purchase behavior online: A cross-cultural approach. *Heliyon*, 6(6). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04284>

Puteri, I. R., & Wijayangka, C. (2020). Analisis Penerimaan Teknologi Dompet Digital Pada UMKM Di Kota Bandung. *Journal of Applied Business Administration*, 4(2), 115–123. <https://doi.org/10.30871/jaba.v4i2.2119>

R. Kamla and R. Alsoufi. (2015). *Critical Muslim Intellectuals' Discourse and the Issue of 'Interest' (Ribā): Implications for Islamic Accounting and Banking. Accounting Forum.*

Rismalia, & Sugiyanto. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penerimaan Uang Elektronik Dengan Sikap Sebagai Variabel InterveningPada Pengguna Dana Di Universitas Esa Unggul. *Sinomika Journal*, 1(3), 561–588. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.309>

Santoso, B., & Edwin Zusrony. (2020). Analisis Persepsi Pengguna Aplikasi Payment Berbasis Fintech Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 11(1), 49–54. <https://doi.org/10.51903/jtikp.v1i1.150>

Saputra, A. J. (2018). JAD: Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Dewantara. *Agung Joni Saputra*, Vol. 1 No.(ISSN 2654-4326), 67–76.

Sari, M. A., Listiawati, R., Novitasari, & Vidyasari, R. (2019). Analisa-Pengaruh-Daya-Tarik-Promosi-Terhadap-Minat-E-Wallet-Mia-Andika.. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, VOL. 18 NO(2), 126–134.

- Setiawan, D., & Kurniasih, N. C. (2020). Pengaruh Biaya Bahan Baku Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Satwa Prima Utama. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 11(April), 55–64.
- Sitinjak, T. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penerimaan Terhadap Minat Penerimaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27–39.
- Soraya, I. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Fortal Media Jakarta Smart City. *Jurnal Komunikasi*, 6(1), 10–23.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suyanto, S., & Kurniawan, T. A. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penerimaan FinTech pada UMKM Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(1). <https://doi.org/10.31316/akmenika.v16i1.166>
- Syardiansah. (2016). *Hubungan Motivasi Belajar dan Minat Belajar terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Mata Kuliah Pengantar Manajemen ( Studi kasus Mahasiswa Tingkat I EKM A Semester II )*. 5(1), 440–448.
- Tanzila Arifah Putri, Nurbaiti, J. N. (2023). Pengaruh Norma Subjektif dan Persepsi Manfaat Terhadap Intensitas Menggunakan Fintech Payment dengan Sikap Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara). *JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI)*, 3(1), 88–100.
- Thompson. R, Howell, H. (1991). *Toward a Conceptual Model of Utilization*.
- Tifani Lidiya Febri Arta dan Siti Nur Azizah. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Go-Food dalam Aplikasi Gojek. *JIMMBA*, 2.
- Tonio, A. M. P., & Imam, A. (2021). Analisis Pengaruh Promosi Penjualan,

- Kepercayaan, Dan Kemudahan Penerimaan Terhadap Keputusan Penerimaan Aplikasi Dana. *Academia.Edu*, 1, 1–22.
- Ulansari, L. P. E., & Yudantara, I. G. A. P. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat , Persepsi Kemudahan , Persepsi Kepercayaan , dan Norma Subjektif terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Pembayaran Elektronik (E-Payment). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 11(2), 312–321.
- Umaningsih, W. P., dan Wardani, D. K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Keamanan terhadap Niat Menggunakan E-Money. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>.
- Walid, Abdul. (2017). Bunga Bank Dalam Pandangan Islam (Telaah Kritis Terhadap Tafsir Ayat-Ayat Al-Quran Tentang Riba Dengan Pendekatan Asbabun Nuzul). *Labatila: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam* 1.
- Wibowo, Muhammad Ghafur. (2004). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Simpanan Nasabah di (Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia). *Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga*.
- Wibowo, Muhammad Ghafur. (2008). Pengaruh Fatwa MUI Tentang Keharaman Bunga/Interest Terhadap Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Penelitian Agama*, Vol. XVII. No. 2 Mei-Agustus 2008
- Wibowo, Muhammad Ghafur. (2023). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Inflasi dan Suku Bunga Terhadap Ketahanan di Indonesia Melalui Uji NPF dan ROA Pada Masa Pandemi Covid 19. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Sunan Kalijaga*.