

## ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT PENGUNAAN LAYANAN *FINTECH* PADA *MOBILE BANKING*

Paramita Nindya Kirana<sup>1</sup>; Nurfauziah<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam  
Indonesia, Yogyakarta<sup>1,2</sup>

Email : 19311252@students.uui.ac.id<sup>1</sup>; nurfauziah@uui.ac.id<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hasil terkait analisis variabel yang menjadi faktor-faktor dalam memengaruhi niat untuk menggunakan layanan *fintech mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia. Sampel pada penelitian ini mengumpulkan sebanyak 100 responden melalui penyebaran kuesioner secara *online* yang tersebar di wilayah Yogyakarta. Pengambilan sampel memakai teknik *non-probability sampling* melalui metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah PLS-SEM dengan aplikasi SmartPLS. Kesimpulan dari hasil penelitian ini membuktikan bahwa *facilitating condition*, *performance expectancy*, serta *social influence* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *intention to use* pada BSI *mobile banking*. Sebaliknya, *effort expectancy* dan *perceived risk* tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *intention to use* pada BSI *mobile banking*.

Kata kunci : *Effort Expectancy*; *Perceived Risk*; *Performance Expectancy*; *Facilitating Condition*; *Social Influence* dan *Intention to Use*

### ABSTRACT

*The goal of this study is to find out the results related to the analysis of variables which are the factors that influence the intention to use fintech mobile banking services at Bank Syariah Indonesia. The sample in this study collected as many as 100 respondents through online questionnaires spread across the Yogyakarta area. Sampling using non-probability sampling technique through purposive sampling method. The analysis tool used is PLS-SEM with the SmartPLS application. The conclusion from the results of this study proves that convenience conditions, performance expectations, and social influence have a positive and significant influence on the intention to use BSI mobile banking. In contrast, business expectations and perceived risk do not have a significant effect on the intention to use BSI mobile banking.*

*Keywords : Effort Expectancy; Perceived Risk; Performance Expectancy; Facilitating Condition; Social Influence dan Intention to Use*

### PENDAHULUAN

Pada masa digital sekarang ini, teknologi digital sudah mulai berkembang semakin pesat dan mutakhir. Dampak dari adanya perkembangan teknologi digital tersebut telah memberikan kontribusi dan peran yang signifikan terutama dalam memfasilitasi kehidupan masyarakat dan segala macam aktivitasnya. Teknologi digital juga sudah merambah ke berbagai sektor seperti sektor pendidikan, transportasi,

pemerintahan, pertanian dan masih banyak lagi. Salah satu sektor yang juga menerapkan teknologi digital adalah sektor bidang keuangan khususnya pada perbankan. Teknologi digital yang berhubungan dengan layanan keuangan sering disebut sebagai *financial technology* atau (*fintech*).

Bank sentral Indonesia (BI) menyebutkan bahwa *fintech* ialah hasil kombinasi dari jasa layanan keuangan dan juga teknologi, yang dapat mengalihkan model bisnis dari yang dahulunya masih tradisional menjadi model bisnis yang lebih modern. *National Digital Research Centre* (NDRC), mengemukakan *fintech* dapat diartikan sebagai "*innovation in financial services*" atau "inovasi dalam layanan keuangan". Hal ini berarti bahwa inovasi dalam layanan keuangan juga dapat dipadukan dengan teknologi modern (Rahadi, 2020). Berkaitan dengan layanan *fintech* seperti sistem pembayaran, dapat berperan sebagai perantara bagi masyarakat dalam membantu menyediakan alat transaksional, sebagai media administrator, mekanisme, dan infrastruktur sehingga transaksi pembayaran dapat diproses lebih cepat, mudah, dan aman.

Pada dasarnya, seiring maju dan pesatnya teknologi, orang-orang menginginkan sesuatu yang serba fungsional tetapi praktis dan efisien. Tentunya dengan kehadiran *fintech* tersebut dapat menjadi peluang bisnis yang menguntungkan di industri teknologi, khususnya di sektor perbankan. Industri perbankan memiliki fasilitas layanan operasional yang biasa disebut dengan *mobile banking* atau *m-banking*, yang merupakan salah satu aplikasi berbasis *financial technology* yang digunakan oleh industri perbankan. Mereka menyediakan layanan transaksi berbasis teknologi terkini, seperti jasa layanan perbankan yang ditawarkan oleh pihak bank guna memudahkan dan memberikan kelancaran operasional perbankan, dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi (Yuspita et al., 2019).

*Mobile banking* ialah layanan perbankan yang dapat dengan mudah digunakan oleh pengguna ketika melakukan kegiatan transaksi keuangan melalui aplikasi yang ada di *smartphone* mereka, tanpa harus pergi ke ATM atau bank terdekat untuk melakukan penarikan tunai (Safitri, 2023). Ketika menggunakan layanan *mobile banking*, pengguna bisa melakukan transaksi non-tunai seperti melakukan transfer, melihat detail transaksi, mengetahui isi saldo rekening, menerima tagihan telepon dan membayar kartu kredit (Shafly, 2020). *Mobile Banking* dianggap sebagai layanan yang dapat memberikan

keuntungan baik bagi bank maupun pengguna dimana semua transaksi menjadi lebih efektif, praktis dan efisien. (Hadi, 2014). Selain itu, PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) ialah salah satu bank yang meluncurkan layanan perbankan *mobile banking* yang disebut BSI *mobile*. Tujuan dan fungsi dari layanan *mobile banking* ini sebanding dengan layanan yang biasa dimiliki bank lainnya. Adanya fitur Islami yang membantu pengguna melakukan amalan sehari-hari, seperti mengingat waktu sholat, membaca Juz Amma, belajar tentang keuangan syariah, dan menggunakan kompas kiblat, merupakan perbedaan dan kelebihan lain dari aplikasi BSI *mobile banking*.

Pada studi yang dilakukan oleh Abu-Taieh et al. (2022) tentang keinginan untuk memakai *mobile banking* di Yordania menjelaskan bahwa faktor kegunaan, kemudahan, dan pengaruh sosial memiliki dampak positif terhadap niat untuk memakai layanan *mobile banking*. Di sisi lain, faktor risiko berpengaruh negatif terhadap niat menggunakan jasa layanan *mobile banking*, serta faktor kondisi yang memfasilitasi menunjukkan temuan yang tidak didukung dalam penelitian tersebut.

Selain itu, pada konteks penggunaan *mobile banking* di bank syariah pernah diteliti oleh (Syed Ali Raza et al., 2018). Hasil studi ini menampilkan bahwa keempat faktor seperti faktor kegunaan, faktor kemudahan, persepsi keamanan, persepsi kepercayaan mempunyai pengaruh secara positif terhadap niat perilaku untuk memakai *mobile banking* di Asia Tengah. Namun untuk faktor risiko mempunyai pengaruh negatif terhadap niat perilaku menggunakan *mobile banking*.

Selanjutnya, studi lain juga pernah dikaji oleh (Susilowati et al., 2021) yang membahas penggunaan BCA *mobile banking* di Indonesia. Penelitian ini menggunakan beberapa variabel seperti faktor kegunaan, pengaruh sosial, faktor kemudahan, kebiasaan, nilai harga, kondisi yang memfasilitasi serta motivasi hedonis terhadap niat perilaku. Hasilnya mengemukakan bahwa motivasi hedonis, kondisi yang memfasilitasi dan kebiasaan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif pada niat perilaku memakai BCA *mobile banking*. Akan tetapi, untuk variabel faktor kegunaan, pengaruh social, faktor kemudahan, serta nilai tidak mempunyai pengaruh terhadap niat perilaku.

Kemudian penelitian lain juga dilakukan (Khoiriyah et al., 2020) mengenai minat bertransaksi menggunakan *fintech* dengan lokasi penelitian di Jawa Tengah. Pada studi ini persepsi kemudahan pengguna, manfaat yang dirasakan, kepercayaan yang dirasakan serta persepsi risiko mengutarakan bahwa semua keempat variabel

independen memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat bertransaksi baik secara individu maupun bersama melalui *fintech*.

Sementara itu, penelitian yang sama juga telah diteliti oleh (Lim & Lady, 2022) yang membahas tentang faktor kepercayaan dan kemudahan yang memberikan pengaruh positif terhadap niat perilaku pada konteks *mobile banking* di Kota Batam. Sebaliknya variabel manfaat dan risiko tidak berpengaruh terhadap niat perilaku *mobile banking* di Kota Batam.

Menurut beberapa studi yang telah dijabarkan, banyak penelitian serupa telah dilakukan sebelumnya. Namun beberapa temuan dari penelitian terdahulu masih berubah-ubah atau tidak konsisten. Seperti penelitian dari (Abu-taieh et al., 2022) mendapati bahwa komponen kemudahan, kegunaan, dan pengaruh sosial memengaruhi secara positif pada niat penggunaan *mobile banking*. Sebaliknya (Lim & Lady, 2022) mendapati hasil yaitu persepsi kemudahan penggunaan dianggap memengaruhi niat perilaku, sementara itu persepsi kegunaan tidak memiliki pengaruh. Selanjutnya studi yang dilakukan (Syed Ali Raza et al., 2018) serta (Abu-taieh et al., 2022) menemukan bahwa faktor risiko memengaruhi secara positif niat perilaku menggunakan *mobile banking*. Temuan ini bertentangan dengan penelitian sebelumnya oleh (Khoiriyah et al., 2020) yang menunjukkan bahwa persepsi risiko memengaruhi secara signifikan terhadap minat dalam transaksi *fintech*. Selain itu penelitian yang dikaji oleh (Abu-taieh et al., 2022) menemukan temuan bahwa faktor kondisi yang memfasilitasi tidak berdampak signifikan pada keinginan untuk menggunakan perbankan *mobile* di Yordania. Temuan hasil ini berbeda dari penelitian sebelumnya oleh (Susilowati et al., 2021) yang memaparkan bahwa variabel kondisi yang memfasilitasi terhadap niat perilaku memiliki pengaruh positif dan signifikan.

Berdasarkan permasalahan dari fenomena pada penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini untuk melakukan pengujian ulang mengenai *effort expectancy*, *facilitating condition*, *perceived risk*, *performance expectancy*, *social influence* terhadap *intention to use* pada konteks *mobile banking*. Secara umum model penelitian dalam skripsi ini direplikasi dari penelitian terdahulu yang menjadi acuan oleh (Abu-taieh et al., 2022) dan (Ivanova et al., 2022) dengan mengeliminasi beberapa variabel yang ingin diteliti, kemudian mengganti objek penelitian dan menggabungkan item pertanyaan kuesioner

yang sesuai dari dua penelitian tersebut. Objek penelitian ini yaitu *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia.

## TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### *Unified Theory of Acceptance and Use of Technologies (UTAUT)*

UTAUT ini pada dasarnya merujuk pada niat atau keinginan seseorang dan memiliki kemampuan untuk memprediksi perilaku seseorang saat menggunakan sistem informasi. Menurut Venkatesh et al. (2003), UTAUT mencakup penerimaan dan penggunaan teknologi data. Pada awalnya, mereka menyebutkan bahwa teori UTAUT merupakan penggabungan dari delapan teori sebelumnya : Technology Acceptance Model, Motivational Model, Model of PC Utilization, Social Cognitive Theory, C-TAM-TPB, Innovation Diffusion Theory dan Theory of Planned Behavior. Terlepas dari kedelapan teori tersebut, UTAUT sendiri terdiri dari empat elemen utama yaitu *social influence*, *facilitating condition*, *performance expectancy* dan *effort expectancy*.

### *Effort Expectancy dan Intention to Use*

*Effort expectancy* juga dikenal sebagai ekspektasi upaya adalah faktor yang menentukan seberapa mudah pengguna menggunakan sistem. Ini menunjukkan seberapa besar usaha yang dilakukan pengguna untuk menggunakan sistem (Ibrahim et al., 2022). Studi sebelumnya telah menunjukkan bahwa ekspektasi upaya positif terhadap keinginan untuk menggunakan *mobile banking*. Hasil studi tentang adopsi layanan *mobile banking* di bank syariah (Syed Ali Raza et al., 2018) menunjukkan bahwa upaya harapan didukung dan menampilkan hubungan yang signifikan dan positif. Hasil penelitian yang serupa tentang niat untuk menggunakan m-banking di Yordania juga didukung (Abu-taieh et al., 2022). Penelitian ini menunjukkan bahwa ekspektasi upaya mempengaruhi niat perilaku.

Oleh karena itu, berdasarkan temuan penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa keinginan untuk menerima dan menggunakan teknologi tersebut meningkat seiring dengan kemudahannya untuk digunakan (Lewis, NK et al., 2010). Maka dari itu, keinginan untuk menggunakan *mobile banking* dapat berdampak positif. Berdasarkan pernyataan di atas, maka hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut :

**H<sub>1</sub>: *Effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *intention to use***

### *Facilitating Condition dan Intention to Use*

Venkatesh et al. (2003) mengutarakan bahwa kondisi yang memfasilitasi yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan adanya infrastruktur dan organisasi yang tersedia, dapat membantu mereka dalam penggunaan suatu sistem. Pengguna lebih cenderung menggunakan teknologi dengan sarana dan fasilitas yang lebih baik (Baptista & Oliveira, 2015).

Sebuah studi mengenai *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* BCA pernah dikaji oleh (Heryanto & Miharni Tjokrosaputro, 2020) yang menegaskan bahwa *facilitating condition* mempunyai pengaruh secara positif terhadap *behavioral intention* pada *mobile banking* BCA. Menurut penelitian mengenai adopsi *fintech* pada generasi milenial di Malaysia yang diteliti oleh (Norafni et al., 2021) menyebutkan bahwa *facilitating condition* dan adopsi pengguna menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan terhadap adopsi pengguna, dimana hasil tersebut juga serupa dengan penelitian oleh Ivanova et al. (2022) juga melakukan studi mengenai penggunaan *mobile banking* di Asia Tengah. Namun, pada penelitian terdahulu oleh (Abu-taieh et al., 2022) *facilitating condition* tidak didukung, yang artinya adalah *facilitating condition* tidak memberikan pengaruh yang positif pada niat perilaku *m-banking* di Yordania.

Dengan demikian, kondisi memfasilitasi pada keinginan untuk menggunakan *mobile banking* dapat berdampak positif. Berdasarkan pernyataan di atas, hipotesis dapat dirumuskan seperti berikut:

**H<sub>2</sub>: *Facilitating condition* berpengaruh positif terhadap *intention to use***

#### ***Perceived Risk dan Intention to Use***

Menurut Yuwono et al. (2021) *perceived risk* dapat diartikan sebagai resiko yang mungkin dialami oleh pengguna ketika mereka menggunakan sebuah teknologi, seperti munculnya rasa khawatir, takut, cemas dengan adanya pembajakan elektronik dan kejahatan dunia maya. Bahkan dapat dianalogikan *perceived risk* sama halnya dengan perasaan ketidakpastian atau kecemasan atas kemungkinan penipuan, akses yang tidak sah, peretasan akun, pelanggaran kerahasiaan, hingga ancaman dunia maya lainnya yang muncul sebagai akibat dari penggunaan aplikasi *mobile banking*. Maka dari itu, pengguna tidak akan bersedia menggunakan suatu layanan teknologi, apabila sebuah layanan yang disediakan kepada pengguna mempunyai tingkat risiko yang besar.

Suatu penelitian pernah dilakukan oleh (Abu-taieh et al., 2022) mengenai niat menggunakan *mobile banking* di Yordania. Dalam penelitian tersebut terdapat temuan



bahwa *perceived risk* mempunyai pengaruh negatif terhadap *behavioral intention*. Temuan pada studi tersebut mengindikasikan bahwa niat pengguna untuk menggunakan *mobile banking* masih rendah, bisa saja karena adanya ketakutan dan kecemasan akan resiko keamanan dari pemakaian *mobile banking*. Penelitian yang serupa juga dilakukan oleh (Ivanova et al., 2022) dimana hipotesis pada penelitian ini menyebutkan bahwa *perceived risk* memiliki pengaruh negatif pada penggunaan *m-banking*. Namun hasil temuannya tidak mendukung hipotesis tersebut karena hasilnya ditolak. Sehingga dapat dikatakan bahwa pada penelitian tersebut *perceived risk* tidak memberikan pengaruh terhadap penggunaan *m-banking*.

Oleh karena itu, persepsi risiko terhadap niat untuk menggunakan *mobile banking* dapat berdampak negatif. Didasarkan pada pernyataan sebelumnya, hipotesis tentang variabel ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

**H<sub>3</sub>: *Perceived risk* berpengaruh negatif terhadap *intention to use Performance Expectancy* dan *Intention to Use***

Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem dapat membantu mereka mencapai dan menaikkan kinerja mereka dikenal sebagai ekspektasi kinerja (Venkatesh et al., 2003). Hal ini dapat terjadi karena orang mulai tertarik dan berniat untuk menggunakan teknologi informasi untuk meningkatkan kinerja mereka karena adanya motivasi dan manfaat yang dirasakan dari penggunaan teknologi informasi (Rahmah & Istiqomah, 2020). Apabila pengguna menikmati keuntungan dari *mobile banking* dalam situasi ini, mereka akan lebih tertarik untuk menggunakannya.

Studi sebelumnya telah menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja dan keinginan untuk menggunakan *mobile banking* berkorelasi positif. Seperti pada penelitian oleh Rachmawati et al. (2020) tentang penggunaan perbankan *mobile* dengan UTAUT, ditemukan bahwa harapan kinerja memiliki korelasi yang positif dan signifikan terhadap niat perilaku di pasar online. Penemuan yang serupa juga dilakukan oleh Abu-taieh et al. (2022) tentang harapan penggunaan perbankan *mobile* di Yordania, yang menegaskan bahwa harapan kinerja memiliki korelasi yang positif dan signifikan terhadap niat perilaku.

Dengan demikian, *performance expectancy* terhadap *intention to use* pada *mobile banking* dapat memberikan pengaruh yang positif. Didasarkan pada argumentasi di atas, hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut:

**H<sub>4</sub>: Performance expectancy berpengaruh positif terhadap intention to use Social Influence dan Intention to Use**

Venkatesh et al. (2003) menyebutkan bahwa pengaruh sosial adalah ketika seseorang merasa penting bagi orang lain dan mendorong mereka untuk menggunakan teknologi. Dengan kata lain, lingkungan sosial seseorang, seperti keluarga, teman, dan tempat kerja, telah memengaruhi mereka dan mendorong mereka untuk menggunakan teknologi seperti perbankan *mobile*. Menurut Heryanto & Miharni Tjokrosaputro (2020), pengaruh sosial terjadi ketika seseorang percaya bahwa pengaruh orang lain telah mendorong mereka untuk menggunakan sistem baru. Oleh karena itu, pengguna secara pribadi dapat berfungsi sebagai representasi bagi orang penting di lingkungan mereka dengan memberikan penilaian dan pengalaman mereka terhadap teknologi perbankan yang digunakan (Shadiq & Sudarsono, 2022). Terkadang, seseorang berpikir bahwa menggunakan teknologi terbaru seperti perbankan *mobile* dapat membuatnya terlihat lebih profesional dan modis (Rahmah & Istiqomah, 2020).

Penelitian sebelumnya oleh Heryanto & Miharni Tjokrosaputro (2020) menunjukkan bahwa pengaruh sosial memiliki efek positif terhadap niat perilaku pengguna *mobile banking* BCA. Adanya ajakan dari teman dan keluarga, staf bank, dan iklan juga berkontribusi pada temuan ini. Dalam penelitian mereka tentang keinginan untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* di Yordania, Abu-taieh et al. (2022) menemukan bahwa pengaruh sosial berdampak besar dan positif terhadap niat perilaku.

Oleh karena itu, pengaruh sosial terhadap keinginan untuk menggunakan *mobile banking* dapat berdampak positif. Dari pernyataan di atas, hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

**H<sub>5</sub> : Social influence berpengaruh positif terhadap intention to use**

Berdasarkan formulasi hipotesis dan penjabaran di atas, maka dapat digambarkan model kerangka penelitian yang dapat diperhatikan pada Gambar 1.

### METODE PENELITIAN

Metode adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan metode penelitian dapat diartikan sebagai tata cara kerja di dalam proses penelitian, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada (Zulkarnaen, W., et al., 2020:229). Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif, yang dilakukan secara online dengan menyebarkan kuesioner melalui *Google Forms*.



Penelitian ini melibatkan 100 pengguna BSI *mobile banking* di Yogyakarta. Metode pengambilan *purposive sampling* menggunakan teknik pengambilan *non-probability sampling*, di mana probabilitas pemilihan setiap unit sampel tidak diketahui (Ghozali, Imam 2020).

Menurut (Sekaran, U., dan Bougie (2017), metode *purposive sampling* memiliki batasan pada siapa yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti. Jadi hanya individu-individu tertentu yang bisa memenuhi kriteria penelitian ini. Pengukuran yang digunakan yaitu lima nilai skala likert (“1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju”). Selanjutnya *software* SmartPLS digunakan untuk menganalisis data responden yang telah didapatkan dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Beberapa klasifikasi dari karakteristik responden dalam penelitian ini, dijabarkan dalam Tabel 1.

Dilihat pada Tabel 1, dari 100 responden didominasi oleh responden yang berjenis kelamin perempuan yaitu sebesar 77 responden dengan presentase 77%. Klasifikasi responden berdasarkan usia didominasi oleh responden dengan usia 17-26 tahun dengan presentase 68%. Klasifikasi responden berdasarkan Pendidikan didominasi S1 sejumlah 57 dengan presentase 57%. Klasifikasi responden berdasarkan pekerjaan didominasi oleh pelajar/mahasiswa sebesar 47 dengan presentase 47%, dan klasifikasi responden berdasarkan pengalaman menggunakan BSI *mobile banking* didominasi oleh responden dengan rentang waktu diatas 6 bulan (> 6 Bulan) yang berjumlah 51 dengan presentase 51%.

### ***Effort Expectancy***

*Effort Expectancy* mengacu pada tingkat kemudahan yang dirasakan terkait dengan penggunaan sistem (Ivanova et al., 2022). Secara operasional variabel ini merujuk pada sejauh mana pengguna merasakan kemudahan untuk menggunakan dan mempelajari cara menggunakan *mobile banking*. Indikator pengukuran pada variabel ini terdiri dari tiga item yaitu :

1. Interaksi saya dengan *mobile banking* mudah dipahami dan sederhana.
2. Menurut saya *Mobile banking* memiliki kemudahan untuk digunakan.
3. Bagi saya mudah untuk mempelajari cara menggunakan *mobile banking*.

### ***Facilitating Condition***

*Facilitating Condition* merujuk pada “sejauh mana individu percaya bahwa organisasi dan infrastruktur tersedia agar dapat digunakan untuk mendukung penggunaan sistem”. Indikator pengukuran pada variabel ini terdiri dari empat item yaitu :

1. Saya mempunyai sumber daya yang dibutuhkan guna memakai *mobile banking*.
2. Saya memiliki pengetahuan yang dibutuhkan untuk memakai *mobile banking*.
3. Perbankan seluler berfungsi dan terhubung dengan teknologi lain yang saya gunakan.
4. Saya dapat meminta pertolongan orang lain jika saya kesulitan saat memakai *mobile banking*.

### ***Perceived Risk***

Menurut Yuwono et al. (2021) *perceived risk* dapat diartikan sebagai risiko yang mungkin dihadapi oleh pengguna ketika mereka menggunakan sebuah teknologi, seperti munculnya rasa khawatir, takut, cemas dengan adanya pembajakan elektronik dan kejahatan dunia maya. Indikator pengukuran pada variabel ini terdiri dari empat item yaitu :

1. Menggunakan layanan *mobile banking* membuka rekening bank terhadap risiko penipuan.
2. Menggunakan layanan *mobile banking* dapat membahayakan rekening bank.
3. Percaya bahwa memakai layanan *mobile banking* membahayakan privasi seseorang.
4. Jika menggunakan layanan *mobile banking*, peretas dapat memperoleh akses ke rekening bank seseorang.

### ***Performance Expectancy***

*Performance expectancy* dapat dimaknai “Ketika penggunaan suatu teknologi dapat memberikan manfaat dan pengguna yang memakai akan merasakan manfaat dari teknologi tersebut (Abu-taieh et al., 2022). Indikator pengukuran pada variabel ini terdiri dari empat item yaitu :

1. Saya memakai *mobile banking* dalam aktivitas kehidupan sehari-hari.
2. Saya memakai *mobile banking* untuk meningkatkan peluang saya dalam mengerjakan tugas-tugas penting.
3. *Mobile banking* membantu saya untuk menyelesaikan tugas pekerjaan lebih cepat.
4. Saat memakai *mobile banking* saya merasa akan lebih produktif.

### ***Social Influence***

*Social influence* yaitu "Sejauh mana seorang individu percaya bahwa orang lain yang penting percaya bahwa seseorang harus menggunakan teknologi". Secara operasional variabel ini mengacu pada pengaruh orang-orang disekitar seperti keluarga, kerabat ataupun orang lain dalam mempengaruhi dan mendorong seseorang untuk bersedia memakai *mobile banking*. Indikator pengukuran pada variabel ini terdiri dari tiga item yaitu :

1. Orang-orang berharga dalam hidup saya meyakini bahwa saya harus memakai *mobile banking*.
2. Orang yang berdampak pada perilaku saya percaya jika saya harus memakai *mobile banking*.
3. Orang yang pemikirannya saya hormati lebih suka jika saya memakai *mobile banking*.

#### **Intention to Use**

*Intention to use* merujuk pada keinginan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi, khususnya *mobile banking*. Indikator pengukuran pada variabel ini terdiri dari lima item yaitu :

1. Saya mempunyai niat untuk memakai sistem *mobile banking* jika saya memiliki akses ke sana.
2. Untuk kebutuhan perbankan saya, saya akan memakai *mobile banking*.
3. Jika saya mempunyai akses ke sistem *mobile banking*, saya ingin memanfaatkannya sebaik mungkin.
4. Saya memiliki niat untuk memakai aplikasi *mobile banking* selama 6 bulan ke mendatang.
5. Saya meyakini bahwa saya harus memakai aplikasi *mobile banking* di masa berikutnya.

#### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data pada studi ini yaitu analisis deskriptif dan analisis statistik. Analisis deskriptif dipakai untuk mengukur sikap responden (Abu-taieh et al., 2022). Ini juga membantu memberikan pemahaman yang lebih baik tentang variabel dan karakteristik responden seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan pengalaman menggunakan BSI *mobile banking*.

Penelitian ini menggunakan SmartPLS sebagai alat statistik dengan menggunakan metode SEM untuk memodelkan dan memprediksi hubungan kompleks

antara banyak variabel dependen dan independen secara bersamaan (Hair, Joseph F. et al., 2021, hlm. 4). PLS-SEM mengevaluasi validitas, reliabilitas, dan kesalahan variabel laten. PLS-SEM terdiri dari dua komponen: model pengukuran konstruksi (juga dikenal sebagai *outer model* PLS-SEM) dan model struktural (juga dikenal sebagai *inner model* PLS-SEM).

## HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

### Model Pengukuran atau *Outer Model* : Uji Validitas dan Reliabilitas

Tahapan dalam pengujian pengukuran meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. pengukuran uji validitas terbagi menjadi dua yaitu uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan. Nilai instrumen validitas konvergen dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) digunakan untuk menentukan uji validitas konvergen. Jika nilai  $AVE > 0,50$ , maka variabel dianggap valid secara konvergen (Hair et al., 2019, hlm. 151).

Namun, nilai *Cronbach's Alpha* (CA) dan *Composite Reliability* (CR) digunakan sebagai dasar acuan uji reliabilitas. Menurut Hair et al. (2021, hlm. 80), untuk melakukan uji reliabilitas skala pengukuran dalam penelitian ini, diperlukan nilai *Cronbach Alpha* (CA) dan *Composite Reliability* (CR) dengan nilai  $> 0,60$ . Hasil uji validitas konvergen dan pengukuran reliabilitas umum ditunjukkan dalam Tabel 2.

Hasil yang ditunjukkan pada Tabel 2 menunjukkan bahwa pengukuran penelitian ini dinyatakan valid dan reliabel secara konvergen. Pengukuran ditunjukkan dengan nilai *Cronbach's Alpha* (CA) dan *Composite Reliability* (CR) yang semuanya  $> 0,60$ . Sementara itu, nilai instrument validitas konvergen semua indikator dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang ditampilkan seluruhnya  $> 0,50$ .

Pada pengujian validitas diskriminan, maka skala pengukuran yang digunakan merujuk pada nilai *square root AVE* (AVE Akar Kuadrat) pada Fornell-Larcker Criterion dan *Cross Loadings*. Hasil kriteria Fornell-Larcker pada AVE akar kuadrat dan *Cross Loadings* menunjukkan bahwa keseluruhan variabel diterima. Artinya, secara keseluruhan variabel pada penelitian ini menampilkan hasil yang baik. Kriteria Fornell-Larcker pada hasil AVE akar kuadrat ditunjukkan dalam Tabel 3.

Tabel 3 menampilkan nilai AVE akar kuadrat pada setiap variabel, ditampilkan pada nilai diagonal, dengan hasil yang lebih tinggi dari nilai dibawahnya. Ini menunjukkan hasil yang baik didasarkan pada kriteria pengukuran menurut Fornell & Larcker (1981).

Misalnya, pada variabel *performance expectancy* sebesar 0.758, mempunyai nilai yang lebih besar dari variabel *social influence* dibawahnya sebesar 0.615, dan begitu juga dengan variabel lainnya. Langkah berikutnya, dilakukan uji validitas diskriminan berdasarkan skala pengukuran *Cross Loadings* yang dapat diamati dalam Tabel 4.

Tabel 4 menyebutkan jika nilai pada masing-masing variabel terbukti memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan variabel lainnya. Seperti contoh pada variabel *effort expectancy* (EE1 = 775, EE2 = 706, EE3 = 809) menunjukkan nilai yang lebih besar dari empat variabel lainnya. Kemudian pada variabel *social influence* (SI1 = 903, SI2 = 927, SI3 = 885) memiliki nilai lebih besar dari empat variabel lainnya sampai seterusnya. Maka dari itu, semua variabel dapat dinyatakan valid secara diskriminatif.

#### **Analisis Model Struktural atau *Inner Model***

Pada penelitian ini, model struktural yang dipakai yaitu uji koefisien determinasi (*R-Square*), uji *Q-Square*, serta uji koefisien jalur (*Path Coefficient* atau uji hipotesis). Pengujian koefisien determinasi (*R-Square*) didasarkan pada kriteria untuk tiga kategori pengelompokkan menurut (Chin, 1998) pada **Tabel 5**. Sedangkan pengujian *Q-Square* menurut Hair et al.,(2017, hlm. 217 ) kriteria yang digunakan didasarkan pada nilai ( $Q^2 \geq 0$ ), maka dapat dikatakan variabel dependen mempunyai relevansi prediktif (Hair et al., 2017, hlm. 218). Hasil uji *R-Square* dan *Q-Square* ditampilkan dalam Tabel 6.

Berdasarkan Tabel 6, hasil *R-Square* menunjukkan bahwa semua variabel dependen dijelaskan dengan baik oleh variabel independen dengan nilai *R-Square* pada variabel *intention to use* sebesar 0.567. Nilai *R-Square* tersebut berada pada kisaran  $0.33 < R^2 < 0.67$ , yang artinya bahwa nilai 0.567 berada diatas 0.33 dan dibawah 0.67 dengan kategori sedang atau moderat.

Makna dari nilai *R-square* sebesar 0.567 pada variabel *intention to use* adalah variabel dependen pada penelitian ini seperti *effort expectancy*, *facilitating condition*, *perceived risk*, *performance expectancy*, dan *social influence* mampu memaparkan *intention to use* sebesar 56,7%. Dapat dikatakan dari nilai 56,7% masih terdapat 43,3% yang menjadi faktor lain diluar studi ini yang mampu menjelaskan mengenai variabel *intention to use*. Selain itu, hasil *Q-Square* mengacu pada relevansi prediktif variabel. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *Q-Square* sebesar 0.509 secara keseluruhan lebih dari nol. Dengan demikian, model penelitian dapat dikatakan prediktif dan sesuai dengan data.

Selanjutnya dilakukan pengujian koefisien jalur (*Path Coefficient*) untuk mengetahui arah hubungan dari setiap variabel yang ditetapkan dengan nilai  $\beta$  dan hasil dari uji hipotesis. Saat menentukan arah hubungan setiap variabel dapat diasumsikan negatif atau positif tergantung pada arah hipotesis variabel dan akan dilihat dengan nilai koefisien jalur diantara -1 atau +1.

Kemudian untuk menentukan hasil pengujian hipotesis dapat ditentukan berdasarkan nilai *P value* dan *T-Statistic*. Apabila nilai (*P value* < 0.05), maka hipotesis pada penelitian dapat dikatakan signifikan. Sementara itu, apabila nilai (*T-Statistic* > 1.96), maka hipotesis dalam penelitian dapat dinyatakan diterima. Kemudian hasil koefisien jalur ( $\beta$ ) dijelaskan bersama dengan pengujian hipotesis untuk mendapatkan hasil dari tujuan penelitian ini. Hasilnya dapat diamati pada Tabel 7.

Berikut penjabaran hasil hipotesis dari Tabel 7 :

1. Hasil pengujian hipotesis mengenai hubungan antara variabel *effort expectancy* dan *intention to use* (H1) dinyatakan ditolak dan tidak signifikan dikarenakan nilai pada *P value* dan *T-Statistic* tidak sesuai dengan kriteria. (H1) memiliki nilai (*P value* = 0.151), nilai tersebut menunjukkan angka (> 0.05) dan nilai (*T-Statistic* = 1.436), dimana nilai tersebut (< 1.96). Oleh karena itu, variabel *effort expectancy* dapat dinyatakan tidak memengaruhi *intention to use*.

Hasil studi sejalan dengan penelitian lain (RS Johar, 2023), yang menemukan bahwa ekspektasi upaya memengaruhi adopsi internet *banking* syariah. Namun, temuan penelitian ini bertentangan dengan penelitian tentang niat menggunakan *m-banking* di Yordania (Abu-taieh et al., 2022), yang menyatakan bahwa ekspektasi upaya meningkatkan niat perilaku. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor kemudahan belum tentu memengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan *mobile banking*.

2. Hasil uji hipotesis kedua antara variabel *facilitating condition* dan *intention to use* (H2) dikatakan diterima dan signifikan dengan nilai (*P value* = 0.001), yang bermakna angka tersebut kurang dari (< 0.05) dan (*T-Statistic* = 3.356), artinya nilai tersebut (> 1.96). Maka dari itu, hipotesis ini didukung dan dapat dinyatakan bahwa *facilitating condition* dapat memengaruhi *intention to use* secara positif dan juga signifikan.

Hasil studi tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Heryanto dan Miharni Tjokrosaputro (2020), yang menemukan bahwa kondisi fasilitasi berdampak



positif pada keinginan pengguna untuk menggunakan layanan *mobile banking* BCA. Studi lain oleh Ivanova et al. (2022) menemukan bahwa kondisi fasilitasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap adopsi layanan *mobile banking*. Penemuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Norafni et al. (2021), yang menemukan bahwa kondisi yang memfasilitasi berpengaruh langsung secara signifikan terhadap adopsi pengguna di Malaysia. Namun, temuan studi ini berbeda dengan temuan studi oleh (Abu-taieh et al., 2022), yang menemukan bahwa faktor kondisi yang memfasilitasi niat perilaku untuk menggunakan *mobile banking* di Yordania tidak memiliki pengaruh. Hal ini menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia memiliki fasilitas *mobile banking* yang cukup baik dengan kata lain, fasilitas yang semakin tersedia.

3. Pada hipotesis ketiga (H3) yaitu hubungan antara *perceived risk* dan *intention to use* dinyatakan ditolak dan tidak signifikan disebabkan karena nilai pada *T-Statistic* dan *P value* tidak memenuhi standar kriteria. Diketahui nilai (*P value* = 0.182), dalam artian angka tersebut lebih dari ( $> 0.05$ ) dan (*T-Statistic* = 1.334), yang artinya nilai tersebut kurang dari ( $< 1.96$ ). Dengan begitu, variabel *perceived risk* dapat dikatakan tidak memengaruhi *intention to use*.

Hasil penelitian ini didukung oleh (Ivanova et al., 2022) yang mengutarakan bahwa pengaruh persepsi risiko terhadap niat menggunakan tidak diterima atau tidak berpengaruh signifikan. Artinya, pengguna cenderung tidak merasakan adanya risiko saat menggunakan *mobile banking* atau memang kurang mengetahui risiko penggunaan *mobile banking*, atau dikatakan risikonya rendah (menurun). Dengan begitu, ketika pengguna merasa persepsi risiko semakin rendah, mereka akan cenderung fokus pada manfaat dan keuntungan yang diperoleh dari penggunaannya, yang berdampak lebih tinggi pada niat menggunakan *mobile banking*. Penelitian lain dikaji oleh (Yuwono et al., 2021) yang menyatakan bahwa *perceived risk* memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan. Abu-taieh et al. (2022) juga melakukan penelitian yang hasilnya mengatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap niat berperilaku di Yordania. Dalam hal ini juga membuktikan bahwa Bank Syariah Indonesia berhasil memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada penggunanya, bahwa risiko yang mungkin terjadi dapat ditekan dan diminimalisir, sehingga tidak mempengaruhi keinginan mereka untuk menggunakan *mobile banking*.

Dengan makna lain, manfaat yang diperoleh dari penggunaan *mobile banking* lebih besar daripada risiko yang dirasakan.

4. Hipotesis keempat (H4) mengenai hubungan antara variabel *performance expectancy* dan *intention to use* dinyatakan diterima dengan nilai ( $T\text{-Statistic} = 2.643$ ), hal ini bermakna nilai tersebut lebih besar dari ( $> 1.96$ ). Kemudian dinyatakan mempunyai pengaruh signifikan dengan nilai ( $P\text{ value} = 0.008$ ), dalam artian angka tersebut ( $< 0.05$ ). Oleh sebab itu, hipotesis ini mengindikasikan bahwa *performance expectancy* dapat memengaruhi *intention to use* secara positif serta signifikan.

Studi serupa oleh (Rachmawati et al., 2020) menemukan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh besar dan memiliki hubungan positif dengan niat perilaku di pasar online. Penelitian yang sama (Heryanto & Miharni Tjokrosaputro, 2020) menyelidiki niat perilaku pengguna layanan perbankan *mobile* BCA. Hasil yang diperoleh mendapati bahwa ekspektasi kinerja mempengaruhi niat perilaku pengguna. Studi ini juga didukung oleh (Abu-taieh et al., 2022) yang mengutarakan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap niat perilaku di Yordania. Perlu diingat bahwa ekspektasi kinerja terkait dengan keuntungan atau kegunaan dari penggunaan teknologi. *Mobile banking* tidak hanya dapat membantu segala jenis transaksi keuangan, tetapi juga dapat membantu pengguna menyelesaikan tugas pekerjaan. Oleh karena itu, dari pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa keberadaan *mobile banking* dapat memberikan manfaat dan kontribusi penting bagi aktivitas keuangan seluruh masyarakat.

5. Terakhir, hasil pengujian ini telah mendukung hipotesis pada point kelima (H5) yaitu hubungan antara *social influence* dan *intention to use*. Temuan dari hipotesis ini mengemukakan bahwa nilai ( $P\text{ value} = 0.002$ ), memiliki makna bahwa angka tersebut kurang dari ( $< 0.05$ ) dan ( $T\text{-Statistic} = 3.175$ ), yang artinya nilai tersebut ( $> 1.96$ ). Dengan demikian, hipotesis ini bisa dikatakan diterima serta signifikan karena terbukti bahwa variabel *social influence* dapat memengaruhi *intention to use* secara positif dan signifikan.

Penelitian yang didukung oleh (Abu-taieh et al., 2022) yang mengemukakan bahwa pengaruh sosial berdampak positif pada niat perilaku pengguna di Yordania. Selain itu, penelitian lain (Heryanto & Miharni Tjokrosaputro, 2020) menemukan bahwa pengaruh sosial berdampak positif pada niat perilaku pengguna untuk menggunakan

layanan perbankan *mobile* BCA. Pengaruh sosial terkait dengan pengaruh orang-orang di sekitar pengguna untuk menggunakan layanan perbankan *mobile*. Hal tersebut dapat terjadi karena terdapat pengaruh sosial dari teman dekat, kerabat, atau lingkungan sosial mereka untuk menyarankan dan mempengaruhi mereka dalam memanfaatkan *mobile banking*. Kemudian berkaitan dengan pekerjaan, teman dekat dapat mempengaruhi rekan kerja untuk menggunakan *mobile banking* secara bersama-sama karena dianggap lebih mudah dan praktis.

### KESIMPULAN

Dilihat dari hasil analisis yang telah dijabarkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa dari keseluruhan variabel dependen terdapat tiga variabel yang memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap niat menggunakan *mobile banking* BSI diantaranya *facilitating condition*, *performance expectancy*, dan *social influence*. Artinya, semakin baik *facilitating condition* yang tersedia, akan semakin tinggi keinginan untuk menggunakan *mobile banking* BSI. Selain itu, semakin besar *performance expectancy* yang pengguna rasakan, maka semakin besar niat mereka untuk menggunakan *mobile banking* BSI. Kemudian, semakin baik *social influence* dari orang-orang di sekitar pengguna, maka semakin tinggi keinginan untuk menggunakan *mobile banking* BSI.

Selain itu, dilihat dari hasil analisis di atas, terdapat dua variabel dependen yang tidak berpengaruh terhadap *intention to use mobile banking* BSI, yaitu *effort expectancy* dan *perceived risk*. Kedua variabel tersebut membuktikan hasil yang berlawanan dengan ketiga variabel sebelumnya. Hal ini mengindikasikan bahwa *effort expectancy* yang dirasakan tidak begitu menarik minat dan keinginan pengguna untuk menggunakan *mobile banking* BSI. Selain itu, dapat juga dikatakan bahwa pengguna merasa bahwa *mobile banking* BSI kurang mudah untuk digunakan. Misalnya, terdapat beberapa fitur Islami dan istilah Islami pada aplikasi *mobile banking* BSI yang tidak mudah dipahami oleh pengguna. Sementara itu, *perceived risk* dapat dikatakan bahwa pengguna tidak merasakan adanya risiko yang terjadi ketika menggunakan *mobile banking* BSI. Pengguna cenderung fokus pada manfaat yang mereka rasakan saat menggunakan *mobile banking* BSI, sehingga resiko yang mungkin timbul tidak mempengaruhi niat mereka untuk menggunakan *mobile banking* BSI.

### Implikasi Penelitian

Studi penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dan bermanfaat dalam menambah wawasan terkait faktor mana yang paling berpengaruh dan kurang berpengaruh terhadap *intention to use mobile banking*. Selain itu, penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi referensi informasi bagi pihak bank tentang hal-hal apa saja yang paling berpengaruh dan tidak berpengaruh terhadap keinginan untuk menggunakan *mobile banking*. Penelitian ini juga dapat berperan bagi perusahaan, khususnya Bank Syariah Indonesia untuk terus meningkatkan serta mempertahankan pelayanan *mobile banking* yang didukung oleh aplikasi yang mudah diakses dan mudah dipahami oleh penggunanya. Kemudian Bank Syariah Indonesia juga bisa mengadakan program sosialisasi kepada masyarakat terkait mitigasi risiko dan edukasi digital dalam penggunaan aplikasi *mobile banking* supaya masyarakat bisa lebih paham cara menggunakannya dan mencegah kemungkinan risiko yang terjadi.

#### **Keterbatasan Penelitian**

Fokus penelitian ini hanya pada satu obyek yakni Bank Syariah Indonesia. Padahal, masih banyak objek perbankan lainnya yang bisa dijadikan objek penelitian. Kemudian penelitian ini hanya berfokus pada pengujian lima variabel yaitu ekspektasi upaya, kondisi fasilitasi, risiko yang dirasakan, ekspektasi kinerja dan pengaruh sosial. Serta adanya keterbatasan akses informasi untuk mendapatkan data statistik terkait jumlah pengguna *mobile banking* BSI. Maka dari itu, saran dari peneliti adalah agar Bank Syariah Indonesia dapat terus menjaga fasilitas yang baik dan memadai serta dapat terus mengembangkan kualitas layanan khususnya pada *mobile banking*. Peneliti kemudian menyarankan untuk penelitian di masa mendatang agar dapat menambahkan satu atau dua objek perbankan yang ada di Indonesia dan kemudian dapat dilakukan perbandingan terhadap kedua objek perbankan tersebut. Selanjutnya, peneliti menyarankan agar penelitian berikutnya juga dapat menambahkan variabel yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh terhadap niat untuk menggunakan, seperti fitur layanan dan kualitas layanan.

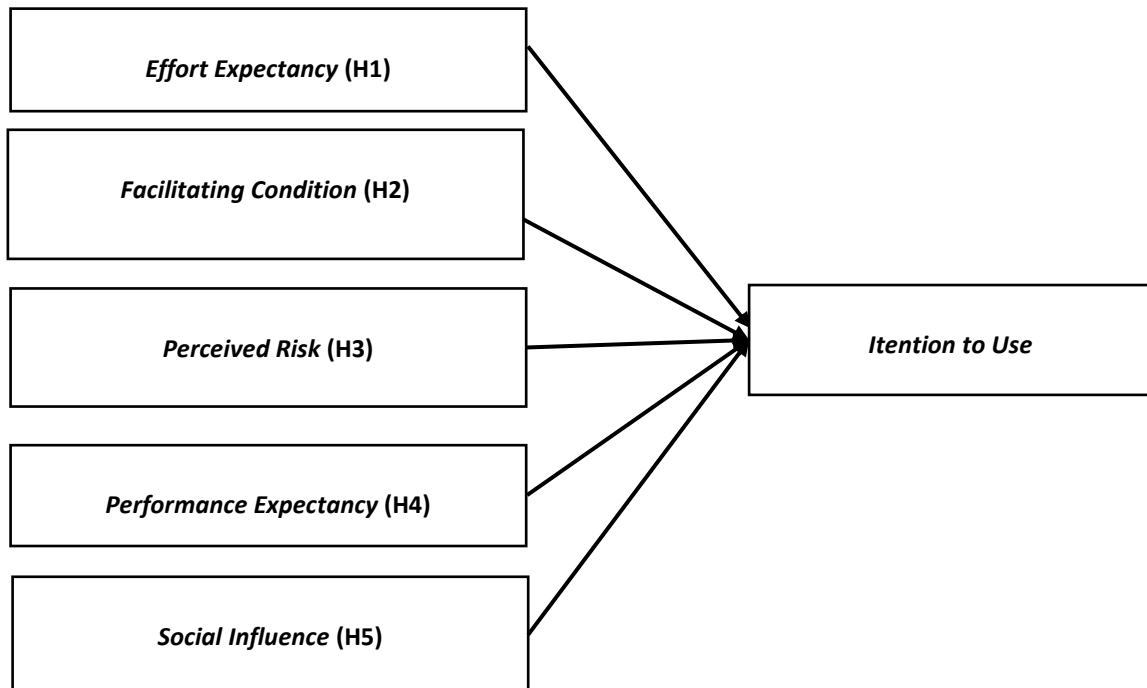
#### **DAFTAR PUSTAKA**

Abu-taieh, E. M., Alhadid, I., Abu-tayeh, S., & Alkhalwaldeh, R. S. (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>

- Ayu, N., Wardani, K., Putra, I. S., Akuntansi, P. S., Blitar, K., Timur, J., & Model, T. A. (2022). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BEHAVIORAL INTENTION TO USE PENGGUNAAN SOFTWARE AKUNTANSI*. 5(2), 60–74.
- Baptista, G., & Oliveira, T. (2015). *Computers in Human Behavior Understanding mobile banking : The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators*. 50, 418–430. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.04.024>
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. *Modern Methods for Business Research.*, 295.
- Hadi, S. (2014). *Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan*. 55–67.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., & Ringle, C. M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling ( PLS-SEM )*.
- Heryanto, & Miharni Tjokrosaputro. (2020). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BEHAVIORAL INTENTION PENGGUNA MOBILE BANKING BCA: STUDI PADA GEN Y. 2015*, 354–359.
- Ibrahim, M. H., Khoirunnisa, A. N., Salsabiil, U. Z., & Business, I. (2022). *THE INTENTION TO USE MOBILE BANKING DURING THE COVID-19 PANDEMIC : MODIFICATION OF THE*. 5(01), 1–17.
- Ivanova, A., Kim, J. Y., Klasifikasi, K., & Jel, C. (2022). *Penerimaan dan Penggunaan Mobile Banking di Asia Tengah: Bukti dari Model UTAUT Modifikasi*. 9(2), 217–227. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2022.vol9.no2.0217>
- Joseph F. Hair Jr, · G. Tomas M. Hult, C. M. R. M. S., & Ray, N. P. D. S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling ( PLS-SEM ) Using R*.
- Khoiriyah, I., Dian Apradika Kusumawati, & Indriasari, I. (2020). *ANALISIS MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH) DI JAWA TENGAH*. *STABILITY Journal of Management & Business*, 3(2), 48–57.
- Lewis, N. K., Palmer, A., and Moll, A. (2010). Predicting young consumers' take up of mobile banking services. *International Journal of Bank Marketing*, 28(5), 410-432.
- Lim, R., & Lady. (2022). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking di Batam*. 5(1), 941–947.
- Norafni, Bakri, M. H., Fianto, B. A., Zainal, N., & Shami, S. A. H. Al. (2021). *Pengukuran dan pemodelan struktural pada faktor-faktor Islam milenial di Malaysia*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2020-0279>
- Prof.H.Imam Ghozali, M.Com, Ph.D, CA, A. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.
- Rachmawati, I. K., Bukhori, M., Majidah, Y., Hidayatullah, S., & Waris, A. (2020). *Analysis Of Use Of Mobile Banking With Acceptance And Use Of Technology ( Utaut )*. September.
- Rahadi, D. D. R. (2020). *financial Technology*. PT. Filda Fikrindo.
- Rahmah, N. M., & Istiqomah. (2020). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BEHAVIORAL INTENTION PADA PENGGUNAAN MOBILE BANKING SYARIAH*. 18108020020.
- Safitri, T. A. (2023). *PENGARUH MANFAAT DAN KEMUDAHAN TERHADAP*. 12, 112–122. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i1.713>
- Shadiq, N., & Sudarsono, H. (2022). Analisis Niat Nasabah Bank Syariah untuk Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 14(1).
- Shafly, N. A. (2020). *PENERAPAN MODEL UTAUT2 UNTUK MENJELASKAN BEHAVIORAL INTENTION DAN USE BEHAVIOR PENGGUNAAN MOBILE BANKING DI KOTA MALANG*.

- Susilowati, A., Rianto, B., Wijaya, N., & Sanny, L. (2021). *Effects of UTAUT 2 Model on the Use of BCA Mobile Banking in Indonesia*. 12(10), 686–694.
- Syed Ali Raza, Shah, N., & Ali, M. (2018). *Acceptance of mobile banking in Islamic banks: evidence from modified UTAUT model*. March 2019. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0038>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*. 27(3), 425–478.
- Yuspita, R., Pebruary, S., Zahra, A., & Kamala, H. (2019). *The society's perceptions on the use of fintech services in sharia financial institutions*. 5(2), 87–92. <https://doi.org/10.20885/JEKI.vol5.iss2.art6>
- Yuwono, W., Oktovian, N., Batam, U. I., Batam, U. I., Use, O., Risk, P., Security, P., Usefulness, P., Security, P., Intention, B., Ease, P., Use, O., Risk, P., & Security, P. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intention Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking*. 1(1), 2191–2206.
- Zulkarnaen, W., Fitriani, I., & Yuningsih, N. (2020). *Pengembangan Supply Chain Management Dalam Pengelolaan Distribusi Logistik Pemilu Yang Lebih Tepat Jenis, Tepat Jumlah Dan Tepat Waktu Berbasis Human Resources Competency Development Di KPU Jawa Barat*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(2), 222-243. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss2.pp222-243>.

**GAMBAR DAN TABEL**



Gambar 1 Kerangka Penelitian

Tabel 1 Klasifikasi karakteristik responden

Klasifikasi Karakteristik Responden	Persentase	Jumlah
<i>Jenis Kelamin</i>		
Laki-laki	23%	23
Perempuan	77%	77



<i>Usia</i>		
17-26	68%	68
27-36	24%	24
37-46	6%	6
> 46	2%	2
<i>Pendidikan</i>		
SMA Sederajat	37%	37
Diploma	3%	3
S1	57%	57
S2	2%	2
S3	1%	1
<i>Pekerjaan</i>		
Pelajar/Mahasiswa	47%	47
Pegawai Negeri	7%	7
Pegawai BUMN	8%	8
Pegawai Swasta	28%	28
Pengusaha/Wiraswasta	9%	9
Ibu Rumah Tangga	1%	1
<i>Pengalaman Menggunakan BSI Mobile Banking</i>		
1-3 Bulan	23%	23
4-6 Bulan	26%	26
> 6 Bulan	51%	51

Tabel 2 Hasil uji validitas konvergen dan pengukuran reliabilitas

Variabel	Kode	Instrumen Validitas Konvergen	(CA) <i>Cronbach's Alpha</i>	(CR) <i>Composite Reliability</i>	(AVE) <i>Average Variance Extracted</i>
<i>Effort Expectancy</i>	EE		0.685	0.827	0.614
	EE1	0.775			
	EE2	0.766			
	EE3	0.809			
<i>Facilitating Condition</i>	FC		0.695	0.814	0.525
	FC1	0.812			
	FC2	0.739			
	FC3	0.664			
	FC4	0.673			
<i>Perceived Risk</i>	PR		0.909	0.937	0.787
	PR1	0.825			
	PR2	0.912			
	PR3	0.925			
	PR4	0.884			
<i>Performance Expectancy</i>	PE		0.753	0.844	0.575
	PE1	0.774			
	PE2	0.789			
	PE3	0.717			
	PE4	0.751			
<i>Social Influence</i>	SI		0.890	0.932	0.820
	SI1	0.903			
	SI2	0.927			
	SI3	0.885			
<i>Intention to Use</i>	IU		0.834	0.883	0.603
	IU1	0.777			
	IU2	0.830			
	IU3	0.674			

	IU4	0.778			
	IU5	0.815			

Tabel 3 Fornell-Larcker pada hasil AVE akar kuadrat

	EE	FC	IU	PR	PE	SI
E	0.7					
E	83					
F	0.6	0.7				
C	13	25				
I	0.3	0.6	0.7			
U	32	48	77			
P	0.1	0.2	0.3	0.8		
R	71	55	58	87		
P	0.4	0.6	0.6	0.3	0.7	
E	59	91	67	84	58	
S	0.3	0.5	0.6	0.3	0.6	0.9
I	27	50	11	95	15	05

Tabel 4 Uji validitas diskriminan berdasarkan skala pengukuran Cross Loadings

	Effort Expectancy	Facilitating Condition	Intention to Use	Perceived Risk	Performance Expectancy	Social Influence
EE1	775	495	248	184	347	213
EE2	766	414	262	143	351	299
EE3	809	532	270	79	379	254
FC1	464	812	484	250	480	394
FC2	472	739	443	281	520	490
FC3	398	664	503	120	573	333
FC4	443	673	435	88	414	380
IU1	272	513	777	395	448	465
IU2	239	542	830	344	603	544
IU3	307	501	674	149	399	377
IU4	235	493	778	230	514	398
IU5	251	476	815	252	598	560
PE1	386	522	455	294	774	432
PE2	385	547	546	235	789	442
PE3	367	529	501	291	717	495
PE4	255	496	512	347	751	494
PR1	181	192	294	825	313	387
PR2	165	207	284	912	326	333
PR3	172	260	360	925	351	361
PR4	91	238	324	884	368	321
SI1	325	510	588	337	567	903

SI2	284	468	549	316	541	927
SI3	276	515	517	425	562	885

Tabel 5 Kriteria pengujian koefisien determinasi (R-Square)

Kategori	Nilai Koefisien Determinasi ( <i>R-square</i> )
Kategori Lemah	$0.19 < R^2 < 0.33$
Kategori Sedang atau Moderat	$0.33 < R^2 < 0.67$
Kategori Kuat	$R^2 > 0.67$

Tabel 6 Hasil uji R-Square dan Q-Square

Variabel	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>	<i>Q-Square (Q<sup>2</sup>) Predict</i>
<i>Intention to Use</i>	0.567	0.544	0.509

Tabel 7 Hasil koefisien jalur ( $\beta$ ) dan pengujian hipotesis

Hipotesis	$\beta$	<i>T-Statistic</i>	<i>P value</i>	Kesimpulan
EE→IU	-0.120	1.436	0.151	H1 ditolak dan tidak signifikan.
FC→IU	0.372	3.356	0.001	H2 diterima dan signifikan.
PR→IU	0.080	1.334	0.182	H3 ditolak dan tidak signifikan.
PE→IU	0.289	2.643	0.008	H4 diterima dan signifikan.
SI→IU	0.236	3.175	0.002	H5 diterima dan signifikan.