PENGARUH PERSEPSI RESIKO TERHADAP PERILAKU PENGGUNA NASABAH BSI MOBILE BANKING: PENDEKATAN MODEL UTAUT (STUDI PADA GENERASI Z)

The Influence of Perceived Risk on the Use Behavior of BSI Mobile Banking Customers: A UTAUT Model Approach (Study on Generation Z)

Skripsi

Diajukan kepada Program Studi Ekonomi Islam untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

SALSA BILA PUTRI UTAMI

20423178

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

JURUSAN STUDI ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2025

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Salsa Bila Putri Utami
NIM	: 20423178
Program Studi	: Ekonomi Islam
Fakultas	: Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi	: Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Perilaku Pengguna Nasabah BSI *Mobile Banking:* Pendekatan Model UTAUT (Studi Generasi Z)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak ada paksaan.

Yogyakarta, 30 Desember 2024



Salsa Bila Putri Utami

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan Nomor: 1242/DEK/60/DAATI/FIAI/VIII/2024 tanggal 30 Agustus 2024 M, 25 Safar 1446 H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Salsa Bila Putri Utami
NIM : 20423178
Program Studi : Ekonomi Islam
Tahun Akademik : 2023/2024
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Perilaku Pengguna Nasabah BSI *Mobile Banking:* Pendekatan Model UTAUT (Studi Pada Generasi Z)

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut diatas sudah memenuhi syarat untuk diajukan siding munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 30 Desember 2024

Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama : Salsa Bila Putri Utami
NIM :20423178
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Perilaku Pengguna BSI *Mobile Banking:* Pendekatan Model UTAUT (Studi Pada Generasi Z)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 30 Desember 2024

Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M

LEMBAR PENGESAHAN

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiai@uii.ac.id
W. fiai.uii.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Tugas Akhir Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari	:	Kamis
Tanggal	:	6 Februari 2025
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Perilaku Pengguna Nasabah BSI Mobile Banking: Pendekatan Model UTAUT (Studi Generasi Z)
Disusun oleh	:	SALSA BILA PUTRI UTAMI
Nomor Mahasiswa	:	20423178

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua/Pembimbing	:	Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM	(.....)
Penguji I	:	Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec.	(.....)
Penguji II	:	Soya Sobaya, SEI, MM	(.....)

Yogyakarta, 6 Februari 2025

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

Dr. Drs. Asmuni, MA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segenap hati yang tulus, penulis persembahkan skripsi ini untuk orang-orang yang paling berharga dan penulis sayangi dengan setulus hati sebagai rasa terima kasih kepada:

1. Kepada ibu, terimakasih banyak atas segala yang telah diberikan kepada penulis. Terimakasih karena sudah berjuang dan memberikan segala hal yang terbaik untuk penulis, mulai dari kecil hingga sampai saat ini penulis sudah mulai dewasa. Jika tidak ada ibu, tidak tau akan bagaimana kehidupan di dunia ini. Terimakasih banyak atas segala doa-doa yang telah dipanjatkan untuk penulis, sehingga penulis bisa berada di titik sekarang. Terimakasih yang amat terdalam untuk ibu, meskipun penulis berada jauh dari pandangan ibu, tapi ibu tetap memberikan pelukan hangat untuk penulis. Terimakasih banyak atas segala yang pernah dilakukan dan dikorbankan dari ibu untuk penulis. Semoga ibu tetap sehat, panjang umur agar bisa melihat penulis menjadi anak yang sukses dan bisa membahagiakan ibu.
2. Kepada ayah, penulis ucapkan terimakasih banyak karena telah mengajarkan banyak hal. Terimakasih kepada ayah yang tidak pernah mengeluh bagaimana susahnya mengurus dan mencari nafkah untuk segala keperluan penulis. Terimakasih karena sudah menjadi ayah yang hebat di dunia ini. Terimakasih juga atas segala pengorbanan yang sudah dilakukan untuk penulis. Terimakasih banyak karena sudah menyokong segala keperluan penulis dari kecil hingga sampai saat ini. Penulis sangat-sangat berterima kasih atas semuanya yang telah diberikan oleh ayah. Maaf jika penulis masih belum bisa menjadi apa yang ayah mau. Semoga ayah sehat selalu dan Panjang umur agar bisa melihat penulis menjadi anak yang sukses dan bisa membahagiakan ayah.
3. Kepada adik-adikku, terimakasih karena sudah menjadi warna didalam keluarga. Terimakasih karena sudah menjadi penyemangat penulis. Terimakasih juga karena tingkah kalian bisa membuat tertawa.

HALAMAN MOTTO

"Tidak ada kegagalan bagi orang yang berusaha dengan sungguh-sungguh dan berdoa dengan tulus"
(HR. Ibnu Majah)

"Janganlah kamu menyerah dalam berjuang untuk kebenaran, karena kesabaran lebih baik daripada menyerah"
(HR. Muslim)

ABSTRAK

PENGARUH RESIKO YANG DIRASAKAN TERHADAP NIAT PERILAKU NASABAH BSI *MOBILE BANKING* MENGGUNAKAN UTAUT

(STUDI PADA GENERASI Z)

SALSA BILA PUTRI UTAMI

20423178

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis teori UTAUT dengan Persepsi Resiko terhadap niat perilaku dan perilaku pengguna dalam menggunakan BSI *Mobile Banking* pada masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini berjenis penelitian kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 214 orang yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia dan menggunakan BSI *Mobile Banking.* Teknik olah data pada penelitian ini menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4 dengan analisis PLS-SEM, dan pengumpulan data menggunakan teknik *continuous rating scale.* Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, dan persepsi resiko memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat perilaku masyarakat DIY dalam menggunakan BSI *mobile banking.* Sedangkan pada variabel ekspektasi usaha dan kondisi yang memfasilitasi tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat perilaku BSI *mobile banking.* Pada variabel niat perilaku memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku pengguna BSI *mobile banking.*

Kata Kunci: BSI *Mobile Banking,* UTAUT, Persepsi Resiko.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PERCEIVED RISK ON THE BEHAVIORAL INTENTION OF BSI MOBILE BANKING CUSTOMERS USING UTAUT (STUDY ON GENERATION Z)

SALSA BILA PUTRI UTAMI

20423178

This study aims to analyze the UTAUT theory with Perceived Risk on behavioral intention and user behavior in using BSI Mobile Banking in the community in the Special Region of Yogyakarta. This research is a quantitative research type with 214 respondents who are customers of Bank Syariah Indonesia and use BSI Mobile Banking. The data processing technique in this study used SmartPLS 4 software with PLS-SEM analysis, and data collection using continuous rating scale technique. The result of this study indicate that the variables of performance expectations, social influence, and perceived risk have a signifikan positive effect on the behavioral intention of the DIY community in using BSI mobile banking. Meanwhile, the variables of effort expectations and facilitating conditions do not have a significant positive effect on the behavioral intention of BSI mobile banking. The behavioral intention variables has a significant positive effect on the behavior of BSI mobile banking users.

Keywords: *BSI Mobile Banking, UTAUT, Perceived Risk*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

TRANSLITERASI ARAB LATIN

Pendahuluan

Penelitian Transliterasi Arab – Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama. Badan Litbang Agama. Yang pelaksanaanya di mulai tahun anggaran 1983/1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik,hasil penelitian itu di bahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pemikiran para ahli agar dapat di jadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab – Latin memang dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab di pergunakan untuk menuliskan kitab Agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadist), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf Latin untuk menuliskan bahasanya. Karena Ketiadaan pedoman uang baku, yang dapat di pergunakan untuk umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab – Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara Nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah di bahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut di bahas lagi dalam seminar yang lebih luas,Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab – Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H. Sawabi Ihsan, M. A, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunai, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno,M.Ed.

Dalam pidato pengarahan Tanggal 10 Maret 1986 pada seminar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya Ilmu Pengetahuan Keislaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengalaman agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman Transliterasi Arab–Latin yang baku telah lama di dambakan karena sangat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak Semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga

merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan Instansi lain yang ada hubungannya dengan kelekturan,sangat memerlukan pedoman yang baku tentang Transliterasi Arab-Latin yang dapat di jadikan acuan dalam penelitian dan pengalih hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda- beda,Usaha penyeragamannya sudah pernah di coba,baik oleh instansi maupun perorangan,namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh,di pakai oleh seluruh umat islam di Indonesia. Oleh karena itu dalam usaha mencapai keseragaman,seminar menyepakati adanya pedoman Transliterasi Arab – Latin baku yang dikuatkan denagan suatu Surat Keputusan Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk di gunakan secara Nasional.

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman Transliterasi Arab – Latin ini di susun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Di Sempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fenom satu lambang”.
3. Pedoman Transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab - Latin

Hal-hal yang dirumuskan sacara kongkrit dalam pedoman Transliterasi Arab - Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta’marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf Syamsiyah dan Qomariyah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf,dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan

dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda ,dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẑal	ẑ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	„ain	„	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ى	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	**Nama**	**Huruf Latin**	**Nama**
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

2) Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
..َ.يْ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
..َ.وْ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
..َ.ى..َ.ا	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
..ِ.ى	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas

و.ُ..	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيْلَ qīla
- يَقُوْلُ yaqūlu

4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

a. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

b. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

c. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl

- الْمَدِيْنَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah

طَلْحَةْ talhah

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala

-البِرُّ al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

3. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلاَلُ al-jalālu

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khużu
- شَيئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u

- إِنَّ inna

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِيْنَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
  Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- اَلْحَمْدُ للهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/

Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn

- الرَّحْمنِ الرَّحِيْمِ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللهُ غَفُوْرٌ رَحِيْمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلّهِ الأُمُوْرُ جَمِيْعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

Assalamualaikum Warahmatullah Wabaraktuh

Segala puji syukur peneliti panjatkan kepada kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat, ridha, dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan baik dan lancar yang berjudul "Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Niat Perilaku Nasabah BSI *Mobile Banking* Menggunakan UTAUT (Studi Pada Generasi Z)." Penelitian ini dapat diselesaikan dalam rangka sebagai prasyarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang kelak kita nantikan syafaatnya dihari akhir. Peneliti sangat berharap agar hasil dari penelitian ini menjadi sumber referensi tentang penerimaan teknologi *mobile banking* khususnya BSI *mobile banking.* Penulis juga megucapkan terimakasih banyak kepada pihak-pihak yang telah ikut serta dalam mendukung peneliti sehingga penelitian skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, M.A. selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., M.E. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Seluruh Dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan ilmu selama penulis menempuh Pendidikan di banku perkuliahan.
7. Kedua orang tua yang selalu menemani dan memberikan dukungan serta do'a kepada penulis untuk segala keberhasilan dalam kehidupan termasuk dalam

menyelesaikan penelitian ini. Semoga Allah SWT selalu memberikan perlindungan dan umur Panjang kepada kedua orang tua penulis.

8. Kepada saudari-saudari kandung penulis Zahra Aulia Putri dan Abidah Nuranindea Putri yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
9. Kepada teman-teman terdekat penulis Mimi Azhimi, Daliyah Fathiyati Utami, Helda Yusmarlianti, Hidayati Nailil Karomah, Dina Resti Fauziah, dan Mutiasih Nur Hartanti yang senantiasa telah membantu dan menemani dalam proses menyelesaikan penelitian ini.
10. Kepada teman-teman virtual yaitu Jeong Jaehyun, Park Jisung, dan Kim Doyoung serta NCT yang telah menemani dalam proses penyelesaian penelitian skripsi ini.
11. Teman-teman Prodi Ekonomi Islam Angkatan 2020.
12. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik serta saran sangat dibutuhkan. Penulis harap, skripsi ini dapat memberikan manfaat dan bisa menjadi informasi bagi pembaca atau pihak lain yang membutuhkan.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 30 Desember 2024



Salsa Bila Putri Utami

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ..... **ii**
NOTA DINAS ..... **iii**
REKOMENDASI PEMBIMBING ..... **iv**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **v**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **vi**
HALAMAN MOTTO ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN ..... **x**
KATA PENGANTAR ..... **xxii**
DAFTAR ISI ..... **xxiv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xxvi**
DAFTAR TABEL ..... **xxvii**
BAB I **1**
PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 7
C. Tujuan Penelitian 8
D. Manfaat Penelitian 8
E. Sistematika Penulisan 9
BAB II **11**
LANDASAN TEORI **11**
A. Telaah Pustaka 11
B. Landasan Teori 14
1. Teori Niat Perilaku (Behavioral Intention) 14
2. Perilaku Pengguna (Use Behavior) 14
3. Bank Syariah 15
4. Mobile Banking 16
5. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) 17
6. Variabel UTAUT 17
7. Persepsi Resiko *(Perceived Risk)* 20

8. Generasi Z 21
C. Kerangka Berfikir 22
D. Hipotesis Penelitian 22
BAB III 26
METODE PENELITIAN 26
A. Desain Penelitian 26
B. Lokasi Penelitian 26
C. Waktu Pelaksanaan Penelitian 26
D. Objek Penelitian 27
E. Populasi dan Sampel 27
F. Sumber Data 27
G. Teknik Pengumpulan Data 28
H. Definisi Operasional Variabel 28
I. Instrumen Penelitian 29
9. Uji Validitas 31
10. Uji Reliabilitas 34
J. Teknik Analisis Data 35
BAB IV 37
ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN 37
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian 37
B. Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan 43
1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model) 44
2. Evaluasi Model Struktural (Inner Model) 54
C. Pembahasan Hasil Penelitian 61
BAB V 69
KESIMPULAN DAN SARAN 69
A. Kesimpulan 69
B. Saran 70
DAFTAR PUSTAKA 71
LAMPIRAN 80
RIWAYAT HIDUP 117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Aplikasi Mobile Banking Yang Digunakan Tahun 2022..... 3
Gambar 1.2 Pengguna Pembayaran Digital Berdasarkan Generasi..... 4
Gambar 2 1 Model UTAUT…….. 18

DAFTAR TABEL

Tabel 3 1 Continuous Rating Scale 30
Tabel 3 2 Kisi-Kisi Instrumen 30
Tabel 3 3 Uji Validitas 32
Tabel 3 4 Uji Reliabilitas 34

Tabel 4 1 Berdasarkan Jenis Kelamin Responden 39
Tabel 4 2 Berdasarkan Usia Responden 39
Tabel 4 3 Berdasarkan Jenis Pekerjaan 40
Tabel 4 4 Berdasarkan Menjadi Nasabah BSI 40
Tabel 4 5 Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah BSI 41
Tabel 4 6 Berdasarkan Pengguna BSI Mobile Banking 41
Tabel 4 7 Berdasarkan Waktu Pengguna BSI Mobile Banking 42
Tabel 4 8 Berdasarkan Domisili Responden 42
Tabel 4 9 Loading Factor 44
Tabel 4 10 Average Variance Extraced (AVE) 47
Tabel 4 11 Discriminant Validity (HTMT) 47
Tabel 4 12 Fornell-Larcker Criterion 48
Tabel 4 13 Cross Loading 50
Tabel 4 14 Reliability 52
Tabel 4 15 Nilai VIF 54
Tabel 4 16 Hipotesis 55
Tabel 4 17 R Square 59
Tabel 4 18 F Square 60

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi informasi sangat universal dan kemajuan ini dapat memompa perekonomian. Pandemik Covid-19 dalam beberapa tahun terakhir membuat masyarakat memiliki kecenderungan untuk menggunakan perangkat elektroniknya untuk bertransaksi secara online. Peningkatan transaksi online telah mencapai 45% dan transaksi offline mengalami penurunan sebesar 50%. Hal ini beriringan dengan masyarakat yang semakin mahir dalam menggunakan teknologi. Selain itu, terdapat berbagai aplikasi dalam desain produk yang dapat memudahkan aktivitas masyarakat.

Meningkatnya transaksi online membuat bank memanfaatkan teknologi sebagai peluang bisnis yang potensial di industry perbankan. Oleh karena itu, bank menawarkan berbagai macam inovasi layanan bagi nasabahnya. Masyarakat dapat dengan mudah menggunakan layanan bank pada aplikasi yang telah disediakan seperti ceksaldo, membayar tagihan, transfer dana ke berbagai bank, bahkan tranfer ke berbagai negara. Kepopuleran transaksi online menggunakan mobile banking ini sejalan dengan Indonesia yang merupakan negara berkembang dengan tingkat adopsi mobile banking yang tinggi (Nurdin, 2020).

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk beragama islam, dimana prinsip-prinsip Islam diterapkan dengan kuat dalam kehidupan nasyarakatnya. Sebuah studi baru-baru ini mengungkapkan bahwa perbankan Syariah telah mendapatkan strategi pasar yang baik diantara masyarakat Indonesia dengan populasi muslim terbesar. Pada tanggal 1 Februari 2020, telah terjadi penggabungan tiga bank umum Syariah yaitu BNI Syariah, BRI Syariah, dan Bank Mandiri Syariah menjadi satu bank yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Meskipun BSI merupakan bank yang baru berdiri, namun BSI telah meraih banyak pencapaian yang

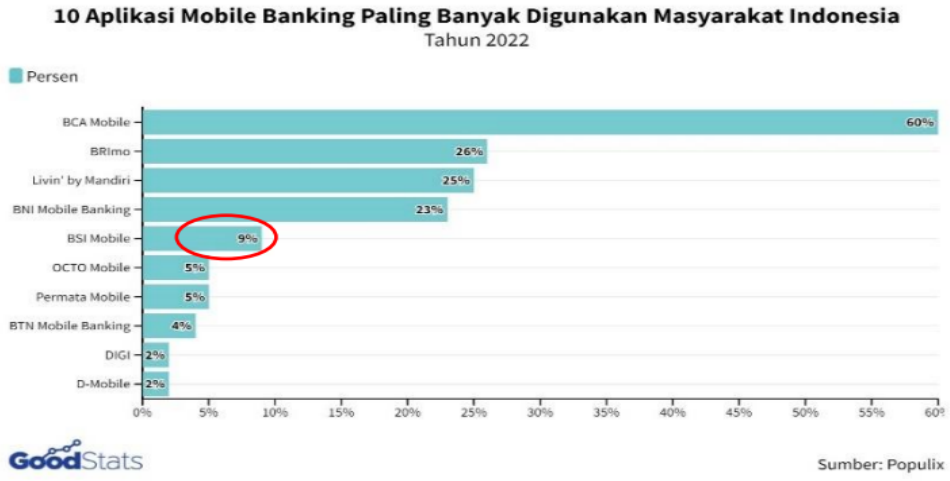
memuaskan, kinerja keuangan dan Kerjasama yang terjadi didalam maupun diluar negeri semakin meningkat. BSI telah menerapkan prinsip-prinsip manajemen Syariah dan adopsi teknologi perbankan (Sholihah et al., 2023).

Perbankan melakukan strategi untuk membuat nasabah lebih tertarik dengan cara membuat kesenangan dan kepuasan bagi nasabah bank. Dikatakan bahwa nasabah yang loyal merupakan sumber daya yang signifikan bagi organisasi perbankan karena mereka akan menjadi senjata utama bagi keberlangsungan bisnis bank.untuk membuat nasabah menjadi loyal sangatlah sulit, karena masih banyak nasabah yang terlihat puas ternyata belum sepenuhnya puas.

Salah satu bank yang telah mengikuti kemajuan di era saat ini adalah Bank Syariah Indonesia (BSI), karena telah menjalankan fasilitas mobile banking sehingga nasabah BSI dapat melakukannya untuk bertransaksi. BSI mobile merupakan aplikasi yang sangat efektif yang memberikan kemudahan kepada nasabah BSI untuk melakukan kegiatan transaksi keuangan Syariah dengan menggunakan handphone atau telepon seluler yang aman dan cepat. Mobile banking ini juga dapat digunakan dimanapun nasabah BSI tanpa perlu repot untuk dating ke bank (Lutfiah & Dalimunte, 2022).

Mobile banking merupakan layanan yang disediakan oleh bank untuk melayani nasabah bank Syariah agar dapat bertransaksi tanpa harus mendatangi bank secara langsung. Mobile banking memiliki tujuan untuk meningkatkan pelayanan dan kemudahan kepada nasabah dalam bertransaksi, serta memenuhi keinginan pasar. BSI mobile telah menyiapkan beberapa fitur dalam aplikasinya, seperti informasi rekening (informasi saldi, mutase, dan informasi portofolio), transfer (pindah buku, QRIS), pembayaran (PLN, pulsa, akademis, institusi, tiket, asuransi zakat/infaq, BPJS, PDAM, internet/tv kabel, dan E-commerce) dan pembelian (voucher handphone, PLN prabayar, e-money, paket data, dan top up e-wallet). Kemudian ada fitur pembukaan rekening online, tarik tunai tanpa kartu, transaksi terjadwal, dan update lokasi ATM. Fitur BSI Mobile

juga sudah menyediakan layanan islami yaitu jadwal sholat, Juz Amma, kalkulator qurban dan lain sebagainya (Junaedi & Neneng, 2023). Persaingan industri perbankan pada saat ini sangatlah ketat agar bisa menjadi daya tarik dan menjadi media promosi ditengan kejayaan bank konvensional.

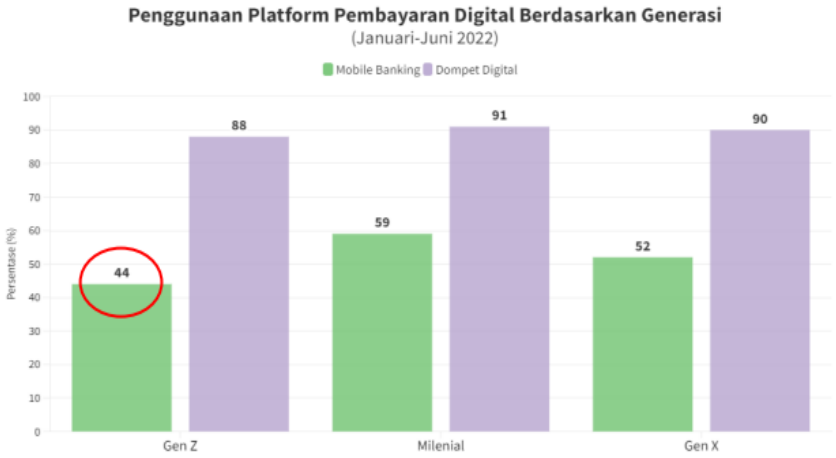


Gambar 1.1 Aplikasi Mobile Banking Yang Digunakan Tahun 2022

Berdasarkan data diatas BSI Mobile berada diurutan ke-5 dengan persentase sebesar 9%. Maka dapat diartikan bahwa BSI mobile banking masih bukan pilihan utama masyarakat dalam menggunakan teknologi perbankan. Banyak dari masyarakat Indonesia yang lebih memilih untuk menggunakan aplikasi mobile banking dari bank konvensional. Oleh karena itu, persaingan dalam indutri perbankan sangatlah ketat.

Generasi Z atau yang lebih akrab dengan sebutan Gen Z merupakan sekelompk orang yang hidup dengan teknologi dan internet. Generasi Z lahir dengan pertumbuhan teknologi, e-book, unduhan music, dan situs web. Pertemanan sebaya sangatlah penting bagi gen Z (Ruangkanjanases & Wongprasopchai, 2018). Perusahaan menggunakan mobile banking sebagai sistem untuk menyediakan produk dan layanan kepada generasi Z, hal tersebut merupakan Langkah yang besar bagi industry perbankan. Oleh

karena itu, perilaku generasi Z dalam menggunakan mobile banking memiliki karakteristik tersendiri, seiring dengan pesatnya perkembangan lingkungan dan gaya hidup gen Z. oleh karena itu, kelompok gen Z adalah mereka yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012, karena terdapat beberapa generasi yang dapat mempengaruhi faktor penggunaan suatu produk (Channel, 2023).



Gambar 1.2 Pengguna Pembayaran Digital Berdasarkan Generasi

Berdasarkan data pada tahun 2022, dapat diketahui bahwa persentase generasi Z dalam menggunakan mobile banking masih rendah yaitu sebesar 44%. Sedangkan persentase yang tertinggi pada tahun 2022 yaitu ada pada generasi milenial sebesar 59%.

Keberhasilan sebuah teknologi dapat diketahui jika teknologi tersebut mendapatkan penerimaan yang baik dari pengguna. Dalam merubah perilaku seseorang, perlu dilakukan identifikasi hal-hal yang mempengaruhi perilaku seseorang, dan tidak dapat dilakukan dalam waktu yang singkat dengan tujuan untuk memberikan sebuah perilaku teknologi yang dapat menguntungkan pengguna dan institusi terkait (Bharata & Widyaningrum, 2020).

Penawaran layanan mobile banking telah banyak dilakukan melalui media elektronik maupun dilakukan secara langsung pada saat nasabah membuat rekening tabungan, namun masih banyak dari masyarakat yang telah menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia akan tetapi belum menggunakan layanan mobile bangking (Kurniawati et al., 2017). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Yusnaini pada tahun 2010, mobile banking memiliki kualitas layanan yang secara signifikan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap mobile banking, yang terdiri dari tangible, responsiveness, dan empathy. Begitu juga sebaliknya, kehandalan (reability) dan jaminan (assurance) tidak dapat memengaruhi kepuasan nasabah (Andrayani & Solekah, 2021).

Pengukuran faktor-faktor penerimaan sebuah teknologi dilakukan melalui Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). Bertujuan untuk memudahkan sebuah institusi atau lembaga untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan terhadap sebuah teknologi baru (Onibala, 2021). UTAUT merupakan model yang dapat merangkum keberadaan delapan teori penerimaan teknologi sebelumnya, dan merupakan model yang dapat melakukan sintesis. Penelitian ini menggunakan UTAUT karena model tersebut merupakan versi modifikasi dari model teori penerimaan dan penggunaan teknologi. Model UTAUT dapat menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan layanan mobile banking di Bank Syariah Indonesia. Dalam penelitian ini, faktor-faktor independent yang dimasukkan adalah ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kondisi yang memfasilitasi, pengaruh sosial, dan variabel tambahan yaitu persepsi resiko. Selain faktor independent tersebut, terdapat variabel niat perilaku dan perilaku pengguna yang juga harus diikuti dalam menggunakan mobile banking di Bank Syariah Indonesia (Sari, Sukardi, Kurnia, et al., 2024).

Ekpektasi kinerja didefinisikan sebagai sejauh mana kepercayaan seseorang dengan menggunakan sistem maka akan meningkatkan kinerjanya, yang mana dengan menggunakan sistem tersebut dapat

membantu menghasilkan keuntungan atau dapat bekerja lebih optimal. Jika semakin tinggi ekspektasi kinerja, maka semakin besar pula keinginan untuk mengadopsi teknologi baru tersebut (Venkatesh et al., 2003). Faktor ekspektasi kineja menurut Bendi & Andayani, (2013) harapan kinerja memiliki efek yang signifikan dan positif terhadap niat perilaku.

Ekspektasi usaha adalah tingkat kenyamanan yang diharapkan individu ketika menggunakan teknologi. Setiap individu berharap bahwa teknologi baru akan membuat sedikit usaha, sehingga setiap individu dengan mudah beralih menggunakan teknologi baru tersebut. Semakin besar ekspektasi usaha, maka semakin besar pula keinginan individu untuk menggunakan teknologi (Venkatesh et al., 2003). Faktor ekspektasi usaha menurut Ghalandari, (2012) harapan usaha memiliki efek yang signifikan dan positif terhadap niat perilaku.

Pengaruh sosial menunjukkan seberapa jauh individu memandang bahwa orang-orang disekitarnya sangat penting untuk menentukan dalam menggunakan sebuah sistem baru. Semakin banyak sistem tersebut digunakan oleh lingkungan sosial, maka akan mendiring individu dan termotivasi untuk menggunakannya juga (Venkatesh et al., 2003). Faktor pengaruh sosial menurut Le et al., (2020) adalah bahwa individu yang menggunakan mobile banking karena dipengaruhi oleh orang-orang disekitarnya dan memiliki efek terhadap niat perilaku.

Kondisi yang memfasilitasi adalah faktor dengan kondisi yang memiliki pengaruh positif terhadap niat perilaku untuk menggunakan sistem informasi tetapi tidak terpengaruh dengan baik (Venkatesh et al., 2003). Penelitian yang dilakukan oleh Stewart, (2009) menyatakan bahwa teori sikap dan perilaku memanfaatkan teknologi informasi untuk penggunaan individu, dan diharapkan memiliki kondisi yang memfasilitasi penggunaan teknologi.

Faktor persepsi resiko adalah resiko yang dirasakan oleh individu, yang merupakan konsep dasar untuk perilaku konsumen yang menunjukkan apa yang akan dialami konsumen adalah ketidakpastian pra-pembelian tentang

jenis dan tingkat kerugian yang diantisipasi dari pembelian dan pengguna hasil (N. Ye, 2004). Penelitian yang dilakukan oleh Cruz et al., (2010) yaitu menyatakan bahwa dengan adanya peningkatan tingkat ketidakpastian, maka persepsi resiko pada layanan mobile banking akan meningkat. Sehingga dapat membuat individu tidak ingin menggunakan layanan mobile banking.

Industry perbankan merupakan industry jasa dari waktu ke waktu terus meningkatkan kualitas pelayanan demi tercapainya kepuasan nasabah. Karakteristik Bank Syariah Indonesia ada pada kecepatannya, kemudahan layanan, dan juga keamanan. Oleh karena itu, karakteristik yang ada tersebut dikembangkan dengan menggunakan teknologi. Penting bagi Bank Syariah Indonesia untuk mengetahui sejauh mana kepuasan nasabah terhadap layanan mobile banking, terutama kepada generasi Z yang individunya menyukai segala sesuatu yang serba instan dengan penggunaan teknologi. Oleh karena itu, penelitian ini akan dibantu dengan menggunakan model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) agar dapat menganalisa variabel-variabel tertentu.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mendalam yang berjudul "Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Niat Perilaku Nasabah BSI Mobile Banking Menggunakan UTAUT (Studi Pada Generasi Z)". Penelitian ini dilakukan untuk meneliti para nasabah Bank Syariah Indonesia yang sudah menggunakan BSI Mobile Banking, terutama untuk para generasi Z. Penelitian ini menggunakan metode UTAUT yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor internal yang memengaruhi nasabah menggunakan layanan BSI mobile banking.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas yaitu:

1. Apakah faktor ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap niat perilaku untuk menggunakan mobile banking?

2. Apakah faktor ekspektasi usaha berpengaruh terhadap niat perilaku untuk menggunakan mobile banking?
3. Apakah faktor pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat perilaku untuk menggunakan mobile banking?
4. Apakah faktor kondisi yang memfasilitasi berpengaruh terhadap niat perilaku untuk menggunakan mobile banking?
5. Apakah faktor persepsi resiko berpengaruh terhadap niat perilaku untuk menggunakan mobile banking?
6. Apakah niat perilaku untuk menggunakan mobile banking berpengaruh terhadap perilaku pengguna mobile banking?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap niat perilaku untuk menggunakan mobile banking.
2. Untuk mengetahui faktor ekspektasi usaha berpengaruh terhadap niat perilaku untuk menggunakan mobile banking.
3. Untuk mengetahui faktor pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat perilaku untuk menggunakan mobile banking.
4. Untuk mengetahui faktor kondisi yang memfasilitasi berpengaruh terhadap niat perilaku untuk menggunakan mobile banking.
5. Untuk mengetahui faktor persepsi resiko berpengaruh terhadap niat perilaku untuk menggunakan mobile banking.
6. Untuk mengetahui niat perilaku menggunakan mobile banking berpengaruh terhadap perilaku pengguna mobile banking.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat antara lain:

1. Mafaat Teoritis

Penelitan ini diharapakan dapat memberikan pemahaman serta pengetahuan tentang analisis layanan mobile banking pada Bank Syariah Indonesia terhadap generasi Z menggunakan metode UTAUT.

2. Manfaat Praktis
   a. Bagi Peneliti

      Penelitian ini diharapkan menjadi pengetahuan tentang perkembangan di dunia perbankan khususnya terkait dengan modernisasi perbankan melalui teknologi jasa layanan mobile banking.

   b. Bagi Mahasiswa

      Diharapkan penelitian ini dapat menjadi wawasan dan bahan tambahan informasi yang dapat digunakan sebagai referensi penelitian yang berkaitan dengan model mengenai analisis layanan mobile banking.

   c. Bagi Akademis

      Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan khususnya civitas akademisi di lingkungan Fakultas Agama Islam Prodi Ekonomi Islam. Serta dapat menjadi referensi bagi perkembangan ilmu Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia.

E. Sistematika Penulisan

Agar dapat mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian ini, maka penulis membagikannya ke dalam beberapa bab. Pada penelitian skripsi ini ada 5 bab, yang mana masing-masing bab tersebut menjelaskan mengenai suatu permasalahan yang diuraikan dengan sub bab. Sistematika penulisan dalam penelitian ini antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini adalah pendahuluan yang berisi latar belakang tentang alas an perlunya penelitian ini dilakukan. Dalam bab ini ada beberapa sub bab

yang mendukung yaitu rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Pada bab ini terdapat kajian pustaka yang membahas mengenai sumber serta penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan dan dapat mendukung penelitan ini. Selain itu, ada landasan teori yang akan menjadi dasar agar penelitian ini berjalan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan seputar metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini. Sub bab yang ada dalam bab ini yaitu desain penelitian, lokasi waktu dan obyek penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, definisi konseptual variabel dan definisi operasional variabel, instrument penelitian yang digunakan, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab hasil dan pembahasan akan membahas tentang keterkaitan suatu faktor dari data yang diperoleh dari masalah yang diajukan kemudian menyelesaikan masalah tersebut dengan metode yang diajukan dan menjelaskan dari data yang didapatkan dan hasil penyelesaian masalah.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini adalah kesimpulan dan saran yang berisi dari pernyataan singkat dan akurat yang disajikan dari hasil yang sudah dibahas dalam pembahasan, dan saran disampaikan untuk kepentingan pengembangan riset selanjutnya atau perbaikan terhadap hal-hal yang ditemukan.

BAB II
LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Dalam telaah Pustaka ini bertujuan untuk membantu penyusunan dalam mendapatkan gambaran yang berkaitan dengan penelitian yaitu BSI mobile banking, dan UTAUT dari para peneliti sebelumnya.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Mauliddina et al., (2022) yang berjudul *"The Effect Of Mobile Banking Service Quality On Customer Satisfaction With Indonesia Sharia Bank (BSI) at Thursina Hospital"* menyebutkan bahwa penelitian ini menjelaskan tentang kualitas pelayanan bank kepada nasabah. Terdapat beberapa indikator dalam kualitas pelayanan yang harus diperhatikan yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal, keandalan yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang handal dan akurat, jaminan dan kepastian, empati, dan daya tanggap dimana perusahaan harus memberikan pelayanan yang cepat kepada nasabah.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Batubara & Anggraini, (2022) yang berjudul "Analisis Pengaruh Layanan Digital Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah" menyebutkan bahwa secara simultan, layanan digital berpengaruh signifikan terhadap minat generasi Z untuk menggunakan produk perbankan Syariah. Sedangkan secara parsial, kemudahan penggunaan, kenyamanan, resiko yang dirasakan, kepercayaan dan inovasi layanan perbankan digital tidak berpengaruh terhadap generasi Z dalam penggunaan perbankan Syariah.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Blut et al., (2021) yang berjudul *"Meta-Analysis Of The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT): Challenging Its Validity and Charting a Research Agenda in the Red Ocean"* menyebutkan bahwa dengan mengembangkan UTAUT yang telah direvisi dengan memperluas teori asli dengan mekanisme endogen baru yang berbeda, teori lain yaitu (kompatibilitas

teknologi) dan mekanisme moderasi baru untuk menguji generasi UTAUT. Berdasarkan UTAUT yang telah direvisi, agenda penelitian telah ditetapkan yang dapat memandu penelitian dimasa depan dengan topik adopsi teknologi secara umum dan UTAUT secara khusus.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Muttaqien et al., (2023) yang berjudul "Penerimaan *Mobile Banking* Di Kalangan Nasabah Perbankan Syariah" menyebutkan bahwa penelitian ini menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* yang telah dikembangkan oleh para peneliti salah satunya oleh Venkatesh pada tahun 2003. Model UTAUT ini menunjukkan bahwa niat perilaku dan perilaku pengguna teknologi dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Utami et al., (2022) yang berjudul "Analisis Intensi Penggunaan *Mobile Banking* Dengan Pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*" menyebutkan bahwa penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk meneliti populasi dan sampel tertentu. Penelitian ini berfokus pada nasabah yang telah menggunakan aplikasi mobile banking dengan cara menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan data. Melihat dari jumlah populasi, maka akan diambil data sebanyak 100 responden. Dalam penelitian ini juga menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Purwanto & Loisa, (2020) yang berjudul *"The Intention and Use Behavior of the Mobile Banking System in Indonesia: UTAUT Model"* menyebutkan bahwa penelitian ini memiliki faktor-faktor yang akan diteliti yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, dan niat pengguna. Analisis pada penelitian ini akan menggunakan teknik SmartPLS. Berdasarkan hasil uji yang telah didapatkan bahwa faktor ekspektasi kinerja dan pengaruh sosial dapat berpengaruh terhadap niat pengguna mobile banking. Sementara dengan faktor ekpektasi usaha dan kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh terhadap niat pengguna mobile banking.

Ketujuh, penelitian yang dilakukan oleh Rita & Fitria, (2021) yang berjudul "Analisis Faktor-Faktor UTAUT Dan *Trust* Terhadap *Behavioral Intention* Pengguna BNI *Mobile Banking* Pada Pekerja Migran Indonesia" menyebutkan bahwa penelitian ini dilakukan dengan variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi. Penelitian ini mendapatkan data sampel melalui kuesioner yang disebarkan yaitu sebanyak 100 responden. Penelitian ini juga dilakukan menggunakan metode SmartPLS untuk menguji variabel independent secara simultan dan parsial.

Kedelapan, penelitian yang dilakukan oleh Atieq & Nurpiani, (2022) yang berjudul "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah (Survey Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)" menyebutkan bahwa resiko akan dirasakan oleh individu saat menggunakan sebuah sistem. Individu akan mempertimbangkan penggunaan sebuah sistem dengan resiko yang akan dirasakan. Penelitian ini menggunakan metode analisis SmartPLS dengan sampel sebanyak 100 responden. Perbedaan yang ada pada penelitian ini adalah tidak menggunakan metode UTAUT. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.

Kesembilan, penelitian yang dilakukan oleh Fathul Romadoni & Albanna, (2023) yang berjudul "Analisis Perilaku Masyarakat Untuk Ber-ZISWAF Secara Digital Melalui Layanan M-Banking Syariah menggunakan Modifikasi UTAUT" menyebutkan bahwa dengan menerapkan model UTAUT untuk mengetahui niat dan perilaku pengguna M-banking di Indonesia. Hasil penelitian mengenai niat perilaku ini menyatakan bahwa variabel ekspektasi kinerja dan pengaruh sosial berpengaruh signifikan, sedangkan ekspektasi usaha dan kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh signifikan. Selain itu, niat pengguna terhadap perilaku pengguna memiliki pengaruh yang positif.

B. Landasan Teori

1. Teori Niat Perilaku (Behavioral Intention)

Niat perilaku *(behavioral intention)* adalah konsep penting dalam suatu sosial dan pemasaran, terutama dalam hal teori perilaku konsumen ataupun dalam mengadopsi suatu teknologi. Niat perilaku mengacu pada kesiapan seseorang ataupun kecenderungan untuk melakukan suatu perilaku yang ingin dilakukan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh et al., (2003) niat perilaku *(behavioral intention)* adalah ukuran intensita ketertarikan seseorang untuk melakukan tindakan tertentu. Niat perilaku sebagai pengetahun tentang sistem baru, bagaimana cara menggunakannya, dan pendapat oranglain tentang sistem baru merupakan isu-isu penting yang mempemharuhi niat perilaku untuk menggunakan atau tidak menggunakan sistem baru tersebut. Terdapat tiga konstruk untuk niat perilaku yaitu sebagai berikut:

a. Niat pembelian ulang.
b. Komunikasi positif dalam hal pemasaran.
c. Kualitas layanan.

Niat pengguna menunjukkan bahwa nasabah menjadi berlangganan menggunakan produk layanan yang tersedia di *mobile banking.* Niat juga dapat memberikan nilai untuk para nasabah apabila produk *mobile banking* dapat memberikan layanan yang memuaskan, sehinga nasabah akan menggunakan layanan *mobile banking* secara menerus (Liempepas et al., 2019).

2. Perilaku Pengguna (Use Behavior)

Perilaku pengguna adalah jumlah dari penggunaan teknologi. Menurut Venkatesh et al., (2012) perilaku pengguna merupakan cerminan seberapa seringnya bagi para pengguna dalam menggunakan teknologi dengan niat pengguna untuk menggunakan teknologi. Perilaku pengguna merupakan gabungan variabel dari penerimaan dan

penggunaan teknologi yang ada pada penelitian sebelumnya. Ada tiga konstruk dalam perilaku pengguna yaitu sebagai berikut:

a. Usage time (waktu penggunaan).
b. Usage frequency (frekuensi penggunaan).
c. Usage variety (variasi yang digunakan).

3. Bank Syariah

3.1. Pengertian Bank Syariah

Bank Syariah adalah bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip-prinsip syariah, yang mana merupakan kantor cabang dari bank asing yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip Syariah. Dalam perbankan Syariah yang meliputi kelembagaan, kegiatan usaha dan cara serta proses dalam melakukan kegiatan usahanya itu selalu berkaitan dengan Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah. Pada kegiatan bank umum syariah yaitu melakukan pemberian jasa lalu lintas pembiayaan. Pembiayaan dalam perbankan syariah yang berdasarkan prinsip syariah penyediaan uang atau tagihan atas persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain. Tujuan bank syariah dengan prinsip-prinsip syariah yang dimiliki oleh bank syariah adalah maqasid syariah dan keberadaan bank syariah yaitu untuk mencapai falah bagi para pemangku kepentingannya (*Bank Syariah*, 2021).

3.2. Prinsip-Prinsip Bank Syariah

Menurut Rizani et al., (2024) prinsip Syariah sesuai dengan pasal 2 UU adalah kegiatan usaha yang didalamnya tidak ada unsur seperti:

a. Riba, merupakan tambahan dalam pendapatan yang dilakukan secara tidak sah.

b. Maisir, merupakan terjadinya transaksi karena keadaan yang tidak pasti dan sifatnya untung-untungan.
c. Gharar, merupakan transaksi dengan tidak adanya objek dan tidak diketahui keberadaan objek tersebut.
d. Haram, merupakan yang dilarang dalam Syariah.
e. Zalim, merupakan transaksi yang tidak adil bagi salah satu pihaknya.

4. Mobile Banking

Pada era saat ini, teknologi informasi dan internet sudah berkembang dengan pesat, termasuk mobile banking yang mengalami perkembangan sangat pesat. Nilai tambahan untuk mobile banking yaitu telah memberikan kemudahan dan layanan yang mana sudah disesuaikan dengan para penggunanya (Shankar & Rishi, 2020). Mobile banking merupakan aplikasi layanan perbankan yang dapat dengan mudah diakses melalui smartphone para nasabah kapanpun dan dimanapun. Perbankan dapat menjaga kepercayaan para pengguna mobile banking dengan memberikan keuntungan yang relatif dan menjaga keamanan privasi para pengguna mobile bangking (Ho et al., 2020).

Secara menyeluruh layanan mobile banking hanya meningkat sebanyak 15%. Meskipun layanan mobile banking telah memberikan pelayanan yang sangat baik dan efisien, nyatanya mobile banking masih berada dibawah untuk ekpektasi pasar perbankan. Layanan mobile banking sangat berguna untuk para nasabah perbankan, dan telah banyak peneliti yang meneliti faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi adopsi teknologi mobile banking. Dalam penelitiannya tersebut, para peneliti menggunakan *technology acceptance model (TAM), the theory of planned behavior (TPB)* dan juga menggunakan *unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT 1 dan UTAUT 2)* untuk niat pengguna mobile banking (Shankar et al., 2020).

5. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

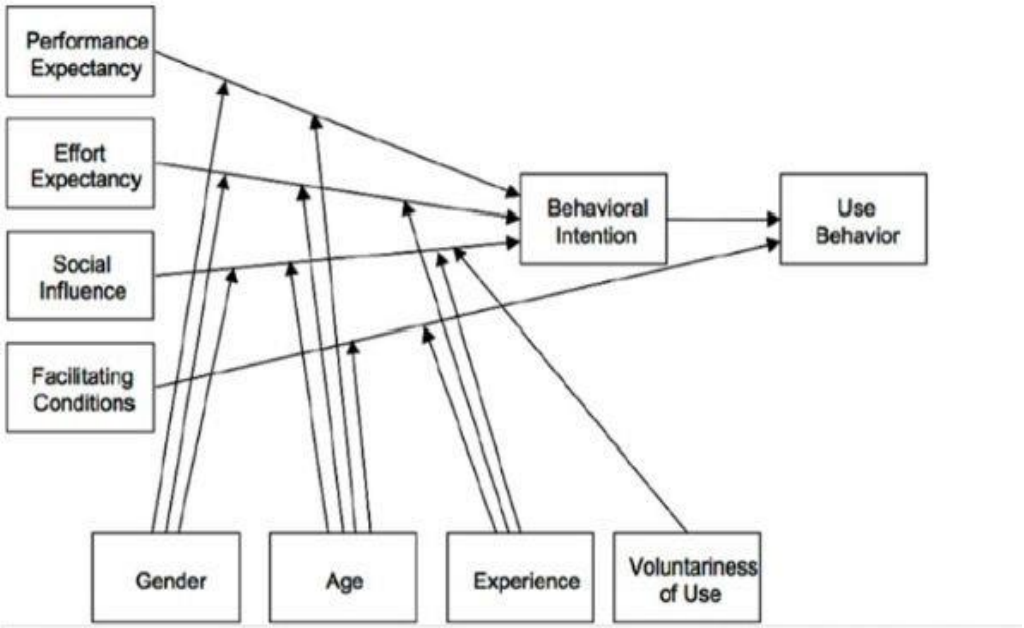
UTAUT merupakan model penerimaan pengguna suatu teknologi informasi. UTAUT merupakan model yang menjadi tolak ukur suatu teknologi baru untuk para pengguna dalam memahami, mendorong kinerja, dan juga mendapatkan penerimaan secara proaktif oleh pengguna. Model UTAUT menggabungkan 8 model sekaligus dari penelitian sebelumnya yaitu model *Technology Acceptance Model (TAM), Innovation Diffusion Theory (IDT), Theory of Reason Action (TRA), Theory of Planned Behavior (TPB), Motivation Model (MM), Combined TAM and TPB (C-TAM-TPB), Model of PC Utilization (MPCU), Social Cognitive Theory (SCT)* (Venkatesh et al., 2003). UTAUT memiliki kemampuan prediksi teoritis yang sangat tinggi. Hal ini menjadi acuan untuk menggunakan UTAUT dalam melakukan penelitian ini agar dapat memahami isu-isu yang berkaitan dengan teknologi yang telah berdiri sendiri maupun yang digabungkan dengan teori lain dan penambahan variabel eksternal. UTAUT adalah model penelitian yang dapat mengukur penerimaan pengguna teknologi seperti mobile banking (Tamilmani et al., 2021).

Model UTAUT mempermudah suatu Lembaga atau organisasi mengetahui bahwa penggunaan dapat mempengaruhi sebuah teknologi baru (Onibala, 2021). UTAUT telah digunakan untuk penelitian sebuah teknologi seperti mobile banking. UTAUT adalah kerangka teori yang berdampak pada niat pengguna dan perilaku pengguna, serta ditambah 4 kerangka teori lainnya yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi (Nikolopoulou et al., 2020).

6. Variabel UTAUT

UTAUT merupakan teori yang telah disempurnakan dari model UTAUT yang asli. UTAUT berperan penting untuk menentukan langsung penerimaan pengguna dan perilaku pengguna (Venkatesh et

al., 2012). Adapun variabel-variabel yang terdapat dalam UTAUT sebagai berikut:



Gambar 2 1 Model UTAUT

6.1. Ekspektasi Kinerja *(Performance Expectancy)*

Ekspektasi kinerja adalah bagaimana penggunaan suatu teknologi memiliki fungsi penting dalam meningkatkan kinerja seseorang. Tolak ukur dalam penilaian variabel ekspektasi kinerja adalah apabila individu mendapatkan hal yang positif dan keuntungan dari menggunakan suatu teknologi baru tersebut (Venkatesh et al., 2003).

Berdasarkan indikator-indikator dalam variabel ini disebutkan bahwa ekspektasi kinerja merupakan variabel yang paten. Ekspektasi kinerja dapat memengaruhi individu untuk menggunakan atau tidak menggunakannya suatu teknologi. Akan tetapi, variabel ekspektasi kinerja membuat individu percaya dengan menggunakan sebuah teknologi maka akan memiliki manfaat yang efisien untuk kehidupan sehari-hari (Hormati, 2012).

Menurut Venkatesh et al., (2003) variabel ekspektasi kinerja dapat diukur menggunakan indikator sebagai berikut:

a. Keuntungan Relatif
b. Persepsi Kegunaan
c. Motivasi Ekstrinsik
d. Ekspektasi-Ekspektasi Hasil.

6.2. Ekspektasi Usaha *(Effort Expectancy)*

Menurut Venkatesh et al., (2003) ekspektasi usaha merupakan tingkat kemudahan individu dalam melakukan pekerjaannya dengan menggunakan suatu sistem yang dapat mengurangi upaya tenaga dan waktu. Kemudahan dalam penggunaan teknologi informasi pada individu akan memberikan rasa nyaman dalam menggunakannya. Pada variabel ekspektasi usaha dapat diukur menggunakan indikator sebagai berikut:

a. Kemudahan Pengguna
b. Kompleksitas
c. Persepsi Kemudahan Pengguna

Ekspektasi usaha membuat para pengguna teknologi informasi percaya dengan teknologi informasi yang fleksibel dan mudah dipahami pengoperasiannya akan membuat niat dalam menggunakan teknologi tersebut (Onibala, 2021).

6.3. Pengaruh Sosial *(Social Influence)*

Pengaruh sosial merupakan persepsi dari individu bahwa pengaruh dan pendapat dari orang disekitar itu penting dalam mempengaruhi untuk menggunakan suatu sistem teknologi. Pengaruh sosial juga menjadi tolak ukur suatu faktor untuk menentukan niat perilaku individu dalam menggunakan teknologi informasi (Venkatesh et al., 2003).

Menurut Venkatesh et al., (2003) variabel pengaruh sosial dapat diukur menggunakan indikator sebagai berikut:

a. Norma Subjektif
b. Faktor Sosial
c. Citra

Dapat disimpulkan bahwa dengan banyaknya pengaruh yang diberikan oleh orang-orang sekitar kepada individu untuk menggunakan suatu teknologi, maka semakin besar pula niat individu tersebut untuk menggunakan teknologi tersebut. Pengaruh sosial juga berdampak dari lingkungan sosial yang telah menggunakan teknologi informasi (T. Nugroho et al., 2020).

6.4. Kondisi Yang Memfasilitasi *(Facilitating Condition)*

Kondisi yang memfasilitasi merupakan sejauh mana tolak ukur individu percaya bahwa dengan sarana dan prasarana yang tersedia dapat mempengaruhi kemudahan dan mendukung penggunaan suatu sistem teknologi (Venkatesh et al., 2003).

Menurut Venkatesh et al., (2003) variabel pengaruh sosial dapat diukur menggunakan indikator sebagai berikut:

a. Kompatibilitas
b. Kondisi Yang Memfasilitasi
c. Kontrol Perilaku Persepsi

7. Persepsi Resiko *(Perceived Risk)*

Persepsi Resiko merupakan tolak ukur dalam mobile banking sebagai kerugian dan rasa ketidakpastian yang dirasakan oleh individu pada saat menggunakan layanan mobile banking. Persepsi resiko merupakan nilai negative untuk para pengguna mobile banking dan dapat mempengaruhi niat penggunaan teknologi tersebut (Cruz et al., 2010).

Persepsi resiko pada *mobile banking* akan membuat individu menilai fungsi dari teknologi layanan *mobile banking* tersebut. Nasabah akan merasakan khawatir akan adanya kebocoran data privasi mereka, dan membuat para nasabah beralih Kembali pada layanan ATM karena telah merasakan ketidaknyamanan dalam menggunakan layanan mobile banking (Styarini & Riptiono, 2020).

Menurut Gbongli et al., (2016) persepsi resioko dapat diukur menggunakan indikator sebagai berikut:

a. Resiko Kinerja
b. Resiko Finansial
c. Resiko Privasi
d. Resiko Keamanan

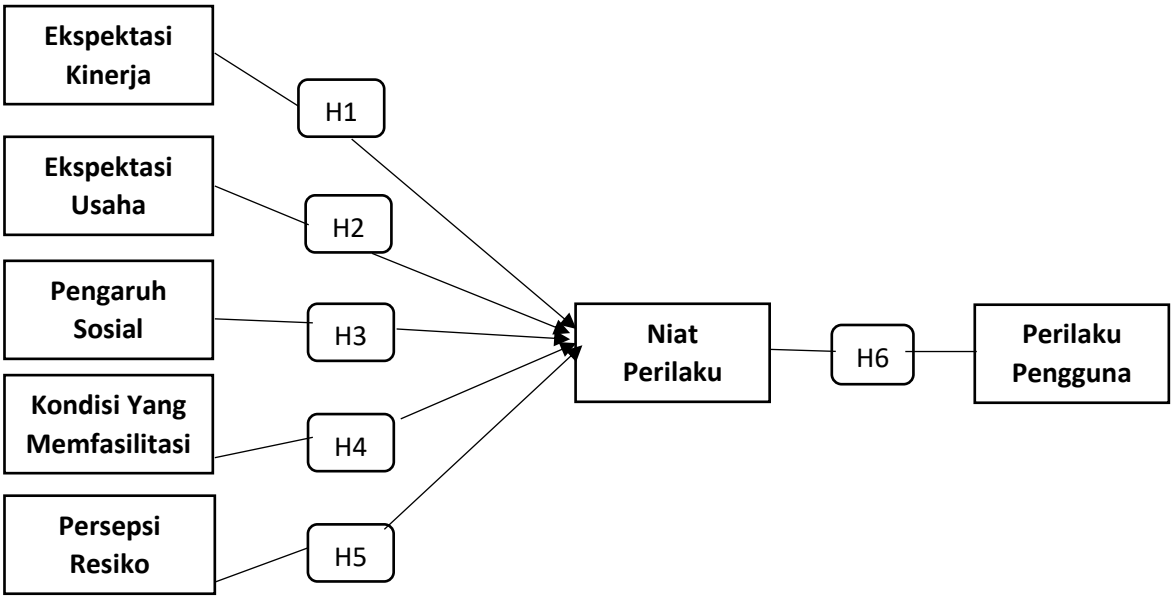
8. Generasi Z

Generasi Z adalah generasi yang lahir antara tahun 1997-2010. Enerasi ini sadar akan adanya teknologi, cara gen Z berkomunikasi ssatu sama lain yaitu melalui media sosial. Gen Z sangat multitasking dan toleran satu sama lainnya (Laturette et al., 2021). Adanya gen Z yang dekat dan sadar akan adanya teknologi membuat suatu peluang dan juga tantangan untuk perusahaan yang menyediakan layanan berbasis teknologi yaitu perbankan. Generasi Z memilih menggunakan teknologi karena untuk meningkatkan keterampilannya menjadi lebih baik lagi untuk rencana masa depan mereka (Pichler et al., 2021).

Sejak usia dini, generasi Z telah menunjukkan kenyamanan dengan adanya teknologi. Gen Z memiliki banyak informasi dan mereka tau baaimana untuk menggunakan dan melakukannya dengan cepat (Szymkowiak et al., 2021).

C. Kerangka Berfikir

Dalam penelitian ini, dapat digambarkan kerangka berfikir sebagai berikut:



D. Hipotesis Penelitian

1. Ekspektasi Kinerja Terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking*

Ekpektasi kinerja merupakan salah satu variabel dalam UTAUT. Dalam penelitian Venkatesh et al., (2003) ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap niat perilaku dalam menggunakan teknologi *mobile banking*.

Menurut Dewayanti et al., (2018) yaitu menemukan hasil bahwa ekspektasi kinerja dapat mempengaruhi secara positif terhadap niat perilaku nasabah dalam menggunakan *mobile banking.*

Dalam studi yang dilakukan oleh Raza et al., (2019) menyatakan bahwa variabel ekspektasi kinerja memiliki dampak yang positif terhadap aplikasi BSI *mobile banking*.

H_{01} : Ekspektasi Kinerja tidak berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.*

H_{a1} : Ekspektasi Kinerja berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku BSI

2. Ekspektasi Usaha Terhadap Niat Perilaku BSI Mobile Banking

Ekspektasi usaha merupakan variabel dalam UTAUT 2. Dalam penelitian Venkatesh et al., (2003) menyatakan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap niat perilaku dalam menggunakan teknologi *mobile banking.*

Menurut Purwanto & Loisa, (2020) dalam penelitiannya memberitahukan bahwa ekspektasi usaha adalah faktor yang dapat mempengaruhi seseorang untuk menggunakan teknlogi layanan *mobile banking.* Variabel ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap niat suatu generasi untuk mengadopsi *mobile banking.*

H_{02} : Ekspektasi Usaha tidak berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.*

H_{a2} : Ekspektasi Usaha berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.*

3. Pengaruh Sosial Terhadap Niat Perilaku BSI Mobile Banking

Pengaruh sosial merupakan variabel dari UTAUT 2. Dalam penelitian Venkatesh et al., (2003) bahwa variabel pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap niat perilaku dalam penggunaan teknologi.

Penelitian yang dilakukan oleh Chaidir et al., (2021) menjelaskan bahwa dalam perbankan konvensional dan Syariah ditemukan bahwa variabel pengaruh sosial memiliki pengaruh yang signifikan dalam penggunaan *mobile banking.*

Dalam studi yang dilakukan oleh Yuliana & Aprianingsih, (2022) juga menjelaskan bahwa variabel pengaruh sosial dapat berpengaruh signifikan terhadap minat individu dalam menggunakan *mobile banking.*

H_{03} : Pengaruh Sosial tidak berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.*

H_{a3} : Pengaruh Sosial berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.*

4. Kondisi Yang Memfasilitasi Terhadap Niat Perilaku BSI Mobile Banking

Kondis yang memfasilitasi merupakan variabel dari UTAUT 2. Dalam penelitian Venkatesh et al., (2003) menyatakan bahwa variabel kondisi yang memfasilitasi berpnegaruh positif terhadap niat perilaku dalam menggunakan teknologi.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rachmadi et al., (2020) menyatakan bahwa variabel kondisi yang memfasilitasi berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku dalam menggunakan mobile banking.

Studi yang dilakukan Gupta, (2019) menjelaskan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan pada layanan perbankan yang ada di India yaitu variabel kondisi yang memfasilitasi. Kondisi yang memfasilitasi merupakan variabel yang berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking.*

H_{04} : Kondisi Yang Memfasilitasi tidak berpengaruh positif terhadap Niat Perilau BSI *Mobile banking.*

H_{a4} : Kondisi Yang Memfasilitasi berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.*

5. Persepsi Resiko Terhadap Niat Perilaku BSI Mobile Banking

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Lee, (2009) telah meneliti bahwa teori persepsi resiko merupakan teori konstruk multi dimensi dan teori ini bisa menjelaskan tentang niat perilaku. Dalam niat perilaku, kerugian dari resiko yaitu kerugian kenyamanan pengguna, keamanan keuangan, dan akan mengalami kehilangan kinerja dari *mobile banking*.

Menurut penelitian dari Atieq & Nurpiani, (2022) yaitu menyatakan bahwa variabel resiko terhadap niat perilaku tidak berpengaruh negatif. Persepsi resiko dalam penggunaan teknologi *mobile banking* tidak berpengaruh kepada nasabah yang memiliki minat untuk menggunakan *mobile banking*.

H_{05} : Pengaruh resiko tidak berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.*

H_{a5} : Persepsi Resiko berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.*

6. Niat Perilaku Terhadap Perilaku Pengguna BSI Mobile Banking

Niat perilaku merupakan variabel UTAUT 2. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh et al., (2003) menyatakan bahwa variabel niat perilaku berpengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku pengguna.

Penelitian yang dilakukan oleh (Alviandi, 2024) menjelaskan bahwa niat perilaku dapat mengetahui sejauh mana seseorang berkeinginan untuk menggunakan mobile banking. Variabel niat perilaku memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku pengguna.

H_{06} : Niat Perilaku tidak berpengaruh positif terhadap Perilaku Pengguna BSI *Mobile Banking.*

H_{a6} : Niat Perilaku berpengaruh positif terhadap Perilaku Pengguna BSI *mobile Banking.*

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Pada penelitian ini, metode penelitian yang akan digunakan oleh peneliti adalah pendekatan dengan kuantitatif. Dalam penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif, maka akan menggunakan angka-angka dan menggunakan statistik untuk mengolah data penelitian ini (Murjani, 2022). Penelitian ini juga akan menggunakan model teori UTAUT karena dapat menerima suatu teknologi terbaru.

Menurut Ali et al., (2022) Penelitian dengan pendekatan kuantitatif ini akan lebih fokus kepada variabel-variabel bebas dan independen. Variabel bebas (X) yaitu dengan variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, dan resiko yang dirasakan. Sedangkan variabel independen (Y) yaitu dengan variabel niat perilaku dan perilaku pengguna. Metode pendekatan kuantitatif akan mendapatkan data dari penyebaran kuesioner yang akan disebar kepada masyarakat Yogyakarta yang telah menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia dan telah menggunakan BSI mobile banking.

B. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai lokasi untuk mencari responden dan juga untuk melakukan proses penelitian. Lokasi di DIY yang digunakan yaitu Sleman, Kota Yogyakarta, Bantul, Gunung Kidul, dan Kulon Progo.

C. Waktu Pelaksanaan Penelitian

Waktu penelitian yang akan digunakan untuk mencari data responden dengan menyebarkan kuesioner yaitu dilakukan pada bulan Oktober sampai bulan November 2024.

D. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini akan menggunakan nasabah Bank Syariah Indonesia pada generasi Z yang telah menggunakan BSI mobile banking dengan rentang umur dari 17 tahun hingga 27 tahun. Pada objek penelitian ini akan membahas mengenai ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitas , persepsi resiko terhadap niat perilaku dan perilaku pengguna.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi penelitian menurut Supardi, (1993) merupakan jumlah dari satu kesatuan individu dan suatu wilayah yang sudah ditentukan untuk diteliti. Pada penelitian ini populasi yang akan diteliti adalah para generasi Z yang telah menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia dan menggunakan BSI mobile banking.

2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan jumlah yang telah dimiliki dari populasi yang diteliti. Sampel penelitian akan menghasilkan data hasil yang akurat apabila diambil secara benar (Supardi, 1993). Kemudian, teknik penelitian yang akan digunakan adalah purposive sampling dan jumlah sampel yang diambil sebanyak 214 orang. Purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel dengan adanya pertimbangan dan juga syarat yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini syarat sampel yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Sudah berumur > 17 tahun atau generasi Z
b. Nasabah Bank Syariah Indonesia
c. Menggunakan layanan BSI Mobile Banking.

F. Sumber Data

Untuk memperoleh data yang sesuai dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Niat Perilaku Nasabah BSI Mobile

Banking Menggunakan UTAUT" adalah menggunakan data primer. Data primer dalam penelitian ini yaitu diperoleh dari responden nasabah BSI gen Z. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat yang telah menjadi nasabah dan menggunakan BSI mobile banking.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode penyebaran angket atau kuesioner. Metode ini akan membutuhkan responden untuk bersedia menjawab beberapa pertanyaan yang diajukan dan data dari responden tersebut akan dikumpulkan. Data yang digunakan tersebut termasuk dalam data primer karena diperoleh langsung dari sumbernya. Oleh karena itu, pengumpulan data pada penelitian ini akan dilakukan penyebaran kuesinoner kepada responden dengan syarat responden yang telah ditentukan. Kuesioner ini akan berupa *google form* yang disebarkan melalui beberapa platform media sosial seperti *Instagram, Whatsapp, Twitter, dan Telegram*. Kuesioner tersebut akan disebarkan kepada masyarakat Yogyakarta yang telah menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia dan menggunakan BSI Mobile Banking.

H. Definisi Operasional Variabel

Data operasional variabel adalah nilai data yang ditetapkan oleh peneliti untuk dilakukan observasi dan diukur. Tujuan hal tersebut yaitu agar dapat menguji seberapa sempurnanya variabel tersebut. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh et al., (2012) yaitu menyatakan bahwa dalam pengambilan data akan dilakukan dengan memberi pertanyaan berbentuk kuesioner. Pada penelitian ini, akan digunakan dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen sebagai berikut:

a. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel bebas yang mana suatu nilai yang muncul dapat merubah nilai variabel lainnya. Variabel

independen dapat berpengaruh terhadap sebab-akibat yang terjadi dalam perubahan variabel independent lainnya. Variabel independen yang digunaka pada penelitian ini adalah ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi dan persepsi resiko.

b. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel terikat yang merupakan hasil dari nilai pengaruh variabel independen. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah niat perilaku dan perilaku pengguna.

I. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitian. Dalam penelitian, untuk menentukan data yang akan digunakan dan dikumpulkan yaitu menggunakan instrumen penelitian yang mana memiliki peran penting dalam penelitian dan dapat mempengaruhi kualitas hasil penelitian yang digunakan (A. P. Nugroho et al., 2021). Penelitian ini akan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Peneliti mengumpulkan data dan informasi dari responden dengan menggunakan penyebaran kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini akan diukur menggunakan skala continuous rating scale.

Penelitian yang dilakukan oleh Nugroho et al., (2019) menjelaskan bahwa continuous rating scale merupakan skala dengan penggunaan jawaban yang bertolak belakang yaitu sangat tidak setuju dan sangat setuju. Skala continuous rating scale ini menggunakan skala dari 1 hingga 10. Sampel yang akan digunakan pada penelitian ini merupakan masyarakat Yogyakarta dengan kriteria sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia dan memakai BSI *Mobile Banking*. Contoh skala continuous rating scale sebagai berikut:

Tabel 3 1 Continuous Rating Scale

NO.	Digital Banking	Jawaban									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	Mobile banking memudahkan saya untuk melakukan transaksi mutase rekening										

Dalam penelitian ini terdapat beberapa indikator untuk masing-masing variabel. Indikator-indikator pada instrumen penelitian ini diambil dari penelitian-penelitian sebelumnya. Kisi-kisi instrumen penelitian sebagai berikut:

Tabel 3 2 Kisi-Kisi Instrumen

No.	Variabel	Indikator	Item
1.	Ekspektasi Kinerja (Venkatesh et al., 2003)	Keuntungan Relatif	1-2
		Persepsi Kemudahan	3-4
		Motivasi Ekstrinsik	5-6
		Ekspektasi Hasil	7-8
2.	Ekspektasi Usaha (Venkatesh et al., 2003)	Kemudahan Pengguna	9-10
		Persepsi Kemudahan Pengguna	11-12
		Kompleksitas	13-14
3.	Pengaruh Sosial (Venkatesh et al., 2003)	Faktor Sosial	15-16
		Norma Subjektif	17-18
		Citra	19-20

4.	Kondisi Yang Memfasilitasi (Venkatesh et al., 2003)	Kompatibilitas	21-22
		Kondisi yang memfasilitasi	23-24
		Kontrol Perilaku Persepsi	25-26
5.	Persepsi Resiko (Gbongli et al., 2016)	Resiko Kinerja	27-28
		Resiko Finansial	29-30
		Resiko Privasi	31-32
		Resiko Keamanan	33-34
6.	Niat Perilaku (Venkatesh et al., 2003)	Niat Pembelian Ulang	35-36
		Komunikasi Positif Dalam Hal Pemasaran	37
		Kualitas Layanan	38-39
7.	Perilaku Pengguna (Venkatesh et al., 2003)	Waktu Penggunaan	40-41
		Frekuensi Penggunaan	42-43
		Variasi yang Digunakan	44

9. Uji Validitas

Uji validitasi merupakan uji untuk mengukur konsep yang dimaksud dengan alat ukur secara akurat. Dalam penelitian ini jumlah responden yang digunakan sebagai sampel yaitu 36 responden. Penelitian yang dilakukan oleh Mustaqim et al., (2018) menyatakan bahwa dalam uji validitas kuesioner akan dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur. Untuk menguji validitas pada penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS, dengan korelasi apabila rhitung > rtabel maka dikatakan valid, namun sebaliknya jika rhitung < rtabel maka dikatakan tidak valid.

- Nilai rtabel dengan n = 36
- Tingkat alpha = 0,05 adalah sebesar 0,329.

Kriteria uji valid:

a. Jika rhitung > rtabel (0,329) maka dapat dikatakan valid
b. Jika rhitung < rtabel (0,329) maka dapat dikatakan tidak valid

Tabel 3 3 Uji Validitas

Variabel	Indikator	*r hitung*	*r tabel*	Kesimpulan
Eksprktasi Kinerja	EK1	0,761	0,329	Valid
	EK2	0,803	0,329	Valid
	EK3	0,813	0,329	Valid
	EK4	0,831	0,329	Valid
	EK5	0,739	0,329	Valid
	EK6	0,751	0,329	Valid
	EK7	0,787	0,329	Valid
	EK8	0,780	0,329	Valid
Ekspektasi Usaha	EU1	0,880	0,329	Valid
	EU2	0,918	0,329	Valid
	EU3	0,875	0,329	Valid
	EU4	0,920	0,329	Valid
	EU5	0,889	0,329	Valid
	EU6	0,913	0,329	Valid
Pengaruh Sosial	PS1	0,817	0,329	Valid
	PS2	0,909	0,329	Valid
	PS3	0,836	0,329	Valid
	PS4	0,754	0,329	Valid
	PS5	0,908	0,329	Valid
	PS6	0,869	0,329	Valid

Kondisi yang Memfasilitasi	KM1	0,907	0,329	Valid
	KM2	0,919	0,329	Valid
	KM3	0,892	0,329	Valid
	KM4	0,927	0,329	Valid
	KM5	0,935	0,329	Valid
	KM6	0,908	0,329	Valid
Persepsi Resiko	PR1	0,774	0,329	Valid
	PR2	0,878	0,329	Valid
	PR3	0,859	0,329	Valid
	PR4	0,923	0,329	Valid
	PR5	0,927	0,329	Valid
	PR6	0,950	0,329	Valid
	PR7	0,901	0,329	Valid
	PR8	0,838	0,329	Valid
Niat Perilaku	NP1	0,896	0,329	Valid
	NP2	0,916	0,329	Valid
	NP3	0,897	0,329	Valid
	NP4	0,860	0,329	Valid
	NP5	0,833	0,329	Valid
Perilaku Pengguna	PP1	0,787	0,329	Valid
	PP2	0,914	0,329	Valid
	PP3	0,943	0,329	Valid
	PP4	0,907	0,329	Valid
	PP5	0,938	0,329	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2024)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa seluruh pertanyaan pada masing-masing variabel diatas dinyatakan valid karena seluruh item memiliki nilai rhitung > rtabel.

10. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur suatu instrument akan kehandalannya. Menurut Mustaqim et al., (2018) menyatakan bahwa uji reliabilitas akan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Jika dalam penelitian ini seluruh variabelnya memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6 maka hasil tersebut dapat dikatakan sebagai reliabel dan benar. Uji reliabilitas pada penelitian ini akan diuji menggunakan aplikasi SPSS.

Tabel 3 4 Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach's alpha*	Syarat *Cronbach's alpha*	Hasil
Ekspektasi Kinerja	0,900	0,6	Reliabel
Ekspektasi Usaha	0,952	0,6	Reliabel
Pengaruh Sosial	0,918	0,6	Reliabel
Kondisi yang Memfasilitasi	0,960	0,6	Reliabel
Persepsi Resiko	0,954	0,6	Reliabel
Niat Perilaku	0,927	0,6	Reliabel
Perilaku Pengguna	0,937	0,6	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2024)

Berdasarkan tabel diatas, bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan bahwa variabel-variabel tersebut memiliki hasil yang reliabel dan layak digunakan sebagai data penelitian.

J. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *SEM PLS (Partial Least Square)* menggunakan aplikasi *SmartPLS 4.0 version.* SmartPLS adalah perangkat lunak yang kuat untuk PLS-SEM. SEM juga memiliki keunggulan yaitu dalam hal analisis dan prediksi yang lebih baik dibandingkan dengan analisis berganda (Hair et al., 2012).

PLS-SEM merupakan model yang sederhana dan kompleks juga cocok untuk variabel yang banyak maupun variabel sedikit, indikator, hubungan, dan dapat mengukur sampel kecil maupun sampel besar. Dalam metode PLS-SEM, struktur model parsial telah diperkirakan dengan menggabungkan komponen utama dan regresi OLS, yang dikenal dengan model PLS (Sukhov et al., 2023).

Metode PLS dapat dievaluasi dengan melakukan dua tahap yaitu dengan mengukur reliabilitas dan validitas dan dilakukan dengan evaluasi model structural melalui uji signifikan hubungan antar model konstruk (Vinzi et al., 2010). Adapun kriteria untuk penilaian analisis PLS-SEM sebagai berikut:

1. Analisis Outer Model

   Ada beberapa kriteria untuk mengevaluasi model pengukuran refleksi atau outer model yaitu sebagai berikut: berdasarkan penelitian dari (Hair et al., 2019).

   a. *Convergen Validity* dengan *Loading Factor* yang nilainya lebih dari 0,70 dan *Average Variance Extracted (AVE) dan Communality* yang nilainya lebih dari 0,50.
   b. *Discriminant Validity* dengan *Cross Loading* yang nilainya lebih dari 0,70 lalu Akar AVE dan Korelasi antar Konstruk Laten yang nilainya lebih dari 0,70
   c. *Reliability* dengan *Composite Reliability* yang nilainya lebih dari 0,70 dan *Cronbach's Alpha* yang nilainya lebih dari 0,70.

2. Analisis Inner Model

Ada beberap kriteria untuk mengevaluasi model structural *(Inner Model)* yaitu:

a. VIF *(Variance Inflation Factor)* apabila nilai yang digunakan lebih kecil dari 5,00 menunjukkan bahwa nilai tersebut tidak ada multikolinier.
b. R square dengan nilai lebih dari 0,75 termasuk dalam kategori kuat, nilai lebih dari 0,50 termasuk dalam kategori moderat, dan nilai lebih dari 0,25 termasuk dalam kategori lemah.
c. F square dengan beberapa macam nilai yaitu nilai 0,02 sampai 0,15 sebagai kategori sedang, nilai lebih dari 0,35 sebagai kategori besar, dan nilai kurang dari 0,02 dianggap sebagai tidak efek.
d. Pengujian hipotesis. Dalam pengujian hipotesis ini dikatakan sebagai signifikan antara variabelnya apabila nila t-statistic lebih dari 1,96 dan p-value lebih kecil dari 0,05.

BAB IV
ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subjek Penelitian

Bank Syariah Indonesia didirikan pada tanggal 1 Februari tahun 2021 dan merupakan bank Syariah terbesar yang ada di Indonesia. Bank Syariah Indonesia adalah hasil dari merger dari tiga bank Syariah yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Dengan adanya merger dari tiga bank tersebut diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional dan dapat memperkuat permodalan bank Syariah. Merger tersebut memiliki tujuan yaitu untuk memperkuat perbankan Syariah yang ada di Indonesia dan juga dapat memberikan layanan secara menyeluruh kepada masyarakat Indonesia.

Dalam era sekarang perbankan juga bersaing secara teknologi yang dimiliki. Era sekarang merupakan era dimana setiap perbankan sudah memiliki dan menggunakan teknologi jasa layanan yaitu *Mobile Banking.* Dengan adanya *mobile banking* ini, dapat memudahkan para nasabah untuk melakukan transaksi maupun aktivitas perbankan yang membutuhkan layanan. Salah satu perbank yang telah memakai teknologi *mobile banking* adalah Bank Syariah Indonesia. BSI telah memiliki aplikasi *mobile banking* agar memudahkan para nasabah BSI dalam melakukan aktivitas perbankan.

BSI *Mobile Banking* merupakan sebuah aplikasi dari Bank Syariah Indonesia yang menyediakan layanan perbankan berbasis teknologi. BSI *mobile banking* telah dirancang untuk memudahkan para nasabahnya, dan aplikasi BSI *Mobile Banking* ini dapat diakses dengan mudah dari smartphone para nasabah dari manapun dan kapanpun. Fitu-fitur layanan yang ada pada BSI *mobile banking* yaitu ada untuk cek saldo dan mutase rekening, transfer dana, bayar tagihan, pembelian produk digital, bayar zakat dan donasi, dan tersedia juga fitur islami dalam BSI *mobile banking.* Selain itu, BSI *mobile banking* memiliki produk dan layanan tabungan *easy,* tabunganKu, tabungan pensiun, dan tabungan haji.

Pada saat ini, BSI *Mobile Banking* telah memperbarui aplikasi *mobile banking* nya menjadi *Byond by BSI*. Aplikasi terbaru *Byond by BSI* ini hadir dengan tiga nilai utama yang memenuhi semua kebutuhan pengguna yaitu finansial dapat melampaui fitur umum yang ada di aplikasi lain yaitu menyediakan berbagai transaksi keuangan, investasi, e-commerce, dan masih banyak lagi, lalu ada sosial (berbagi) yang mana *Byond by BSI* menawarkan fitur amal, ziswaf, beasiswa acara, dan berbagai inisiatif kemanusiaan, dan juga ada spiritual yang mana pada aplikasi *Byond by BSI* dilengkapi dengan fitur islam seperti pengingat shalat, arah kiblat, Juz ‘Amma, kalkulator qurban, Asmaul Husna, dan lainnya. *Byond by BSI* tidak hanya mengikuti arus konvensional, tetapi berupaya mencakup nilai yang lebih universal. Akan tetapi pada penelitian ini, masing menggunakan aplikasi BSI *mobile banking* versi lama, tidak menggunakan aplikasi terbaru yaitu *Byond by BSI.*

Penelitian ini menggunakan teknik penyebaran kuesioner. Kuesioner tersebut dilakukan dengan disebarluaskan menggunakan poster yang berisi untuk memanggil para responden dengan kriteria yang telah ditentukan. Selain dengan poster, kuesioner tersebut disebarluaskan melalui sosial media seperti WhatsApp, Twitter, Telegram, dan Tiktok, dengan cara chat personal kepada para calon responden. Dalam kuesioner tersebut, terdapat informasi pribadi responden yang meliputi identitas responden seperti nama lengkap, Email, jenis kelamin, usia, nomor telepon, jenis pekerjaan, apakah sudah menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia dan menggunakan BSI mobile banking, sudah berapa lama menjadi nasabah Bank Syariah indonesia dan menggunakan BSI mobile banking, dan domisili responden. Berikut adalah data karakteristik responden penelitian:

Jenis Kelamin

Tabel 4 1 Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	31	13,8%
2.	Perempuan	183	86,2%
Total		214	100%

Berdasarkan tabel diatas, data yang telah didapatkan dan dikumpulkan sebanyak 214, dengan jumlah jenis kelamin laki-laki sebanyak 31 orang dan perempuan sebanyak 183 orang. Dengan begitu, lebih banyak dari jenis kelamin perempuan yang mengisi kuesioner penelitian dengan jumlah persentase 86,2% dan jumlah persentase pada laki laki 13,8%. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini merupakan perempuan.

Usia

Tabel 4 2 Berdasarkan Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Persentase
1.	17-20 tahun	51	22,8%
2.	21-24 tahun	151	71,9%
3.	25-27 tahun	12	5,4%
Total		214	100%

Penelitian ini menggunakan usia generasi Z yaitu dari umur 17 tahun hingga 27 tahun. Berdasarkan tabel diatas, diperoleh hasil data umur responden yaitu untuk umur 17-20 tahun berjumlah 51 orang dengan persentase sebesar 22,8%, dan untuk umur 21-24 tahun adalah usia yang paling banyak dari data responden yaitu berjumlah 151 orang dengan persentase 71,9%, dan untuk usia 25-27 tahun yaitu berjumlah 12 orang dengan persentase 5,4%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berusia 21-24 tahun.

Jenis Pekerjaan

Tabel 4 3 Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	Mahasiswa/Pelajar	178	83,9%
2.	Bekerja	28	12,5%
3.	Lain-lain	8	3,6%
Total		214	100%

Dalam penelitian ini, mayoritas respondennya merupakan para mahasiswa atau pelajar. Hasil data yang telah didapatkan ialah mahasiswa atau pelajar mendominasi yang mengisi kuesioner yaitu berjumlah 178 orang dengan angka persentasenya ialah 83,9%, sedangka yang bekerja berjumlah 28 orang dengan persentase 12,5%, dan lain-lain seperti tidak bekerja berjumlah 8 orang dengan persentase 3,6%. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini merupakan para mahasiswa atau pelajar.

Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia

Tabel 4 4 Berdasarkan Menjadi Nasabah BSI

No	Keterangan Nasabah	Jumlah	Persentase
1.	Ya	208	96,9%
2.	Tidak	6	3,1%
Total		214	100%

Seperti tabel diatas, bahwa masih ada responden yang tidak memenuhi kriteria penelitian yaitu responden bukanlah sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia sebanyak 6 orang dengan persentase 3,1% dan responden yang telah menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia sebanyak 208 orang dengan

persentase 96,9%. Oleh karena itu, responden yang tidak memenuhi kriteria penelitian ini datanya tidak diikutsertakan untuk diteliti lebih lanjut.

Lama Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia

Tabel 4 5 Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah BSI

No	Tahun	Jumlah	Persentase
1.	1-2 tahun	129	61,6%
2.	3-4 tahun	70	31,3%
3.	Lain-lain	15	7,1%
Total		214	100%

Responden pada penelitian ini mayoritas telah menjadi nasabah selama 1-2 tahun. Hasil yang didapat yaitu lama responden menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia untuk 1-2 tahun berjumlah 129 orang dengan persentase 61,6%, dan untuk responden yang menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia selama 3-4 tahun berjumlah 70 orang dengan persentase 31,3%, sedangkan untuk lai-lain yaitu responden yang menjadi nasabah lebih dari 4 tahun sebanyak 15 orang dengan persentase 7,1%. Total semua responden ada 223 orang dengan persentase 100%. Berdasarkan tabel diatas, maka mayoritas responden sudah menjadi nasabah yaitu selama rentang waktu 1-2 tahun.

Pengguna BSI Mobile Banking

Tabel 4 6 Berdasarkan Pengguna BSI Mobile Banking

No	Keterangan Pengguna	Jumlah	Persentase
1.	Ya	205	96%
2.	Tidak	9	4%
Total		214	100%

Pada penelitian ini, masih terdapat responden yang belum menggunakan BSI mobile banking dengan jumlah 9 orang dan persentase 4%. Sedangkan responden yang menggunakan BSI mobile banking berjumlah 205 orang dengan persentase 96%. Oleh karena itu, responden yang tidak termasuk dalam kriteria penelitian ini datanya tidak akan dipakai untuk diteliti lebih lanjut.

Waktu Pengguna BSI Mobile Banking

Tabel 4 7 Berdasarkan Waktu Pengguna BSI Mobile Banking

No	Tahun	Jumlah	Persentase
1.	1-2 tahun	135	64,3%
2.	3-4 tahun	60	26,8%
3.	Lain-lain	19	8,9%
Total		214	100%

Peneliti mendapatkan data responden yang menggunakan BSI mobile banking. Untuk responden yang menggunakan BSI mobile banking selama 1-2 tahun yaitu berjumlah 135 orang dengan persentase 64,3%, dan responden yang menggunakan BSI mobile banking selama 3-4 tahun berjumlah 60 orang dengan persentase 26,8%, sedangkan lain-lain merupakan responden yang menggunakan BSI mobile banking lebih dari 4 tahun sebanyak 19 orang dengan persentase 8,9%. Hal tersebut membuat mayoritas responden telah menggunakan BSI mobile banking selama rentang waktu 1-2 tahun dengan jumlah responden sebanyak 223 dan nilai persentase 100%.

Domisili:

Tabel 4 8 Berdasarkan Domisili Responden

No	Domisili	Jumlah	Persentase
1.	Sleman	56	25%
2.	Kota Yogyakarta	101	49,6%
3.	Bantul	21	9,4%

4.	Gunung Kidul	19	8,5%
5.	Kulon Progo	17	7,6%
Total		214	100%

Berdasarkan tabel diatas, domisili yang dipakai untuk penelitian ini merupakan kota-kota yang ada di Yogyakarta. Responden yang berada di Sleman berjumlah 56 orang dengan persentase 25%, responden yang berada di Kota Yogyakarta sebanyak 101 dengan persentase 49,6%, responden yang berada di Bantul berjumlah 21 dengan persentase 9.4%, responden yang berada di Gunung Kidul sebanyak 19 orang dengan persentase 8,5%, dan responden yang berada di Kulon Progo berjumlah 17 dengan persentase 7,6%. Hal tersebut menjadikan responden yang berada di Kota Yogyakarta sebagai mayoritas yang mengisi kuesioner penelitian ini.

Berdasarkan hasil data-data responden yang telah didapatkan dan dikumpulkan, dan juga telah dibahas diatas yaitu ada beberapa responden yang tidak masuk dalam kriteria penelitian ini. Ada beberapa responden yang belum menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia dan sudah menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia namun belum menggunakan BSI mobile banking, sehingga responden tersebut tidak termasuk dalam kriteria penelitian. Begitu juga dengan data-data responden yang tidak termasuk kriteria tidak akan dipakai untuk penelitian. Jumlah semua responden yang didapatkan yaitu sebanyak 223 responden, akan tetapi yang belum menjadi nasabah dan menggunakan BSI mobile banking ada 9 responden. Oleh karena itu, penelitian ini akan memakai data responden sebanyak 214 responden yang mana akan digunakan untuk penelitian ini.

B. Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian ini akan dibuat oleh peneliti menggunakan SmartPLS 4. Dalam penelitian ini terdapat beberapa variabel yang akan mempresentasikan antara variabel independent dengan variabel dependen. Variabel-variabel yang berpengaruh terhadap niat perilaku yaitu ekspektasi

kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, dan resiko yang dirasakan. Adapun variabel niat perilaku berpengaruh terhadap variabel perilaku pengguna.

1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Evaluasi *outer model* ini akan memeberikan definisi dari setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Ada tiga tahap untuk analisis *outer model* yaitu *convergent validity (loading factor, AVE), discriminant validity (cross loading, akar AVE dan korelasi konstruk laten), reliability (composite reliability, and cronbach's alpha).* Berikut analisis *outer model*:

1.1. *Convergent Validity*

Dalam uji validitas konvergen syarat yang harus diperhatikan adalah apabila hasil dari perolehan itu tinggi maka hasil tersebut akan berkorelasi kepada nilai *loading faktor* lebih dari 0,70 (Hair et al., 2019).

1.1.1. *Loading Factor*

Nilai loading factor akan dikatakan valid apabila nilainya lebih dari 0,70. Apabila nilainya lebih dari 0,70 maka setiap indikator dari masing-masing variabel sudah berkorelasi dengan baik.

Tabel 4 9 Loading Factor

Variabel	Indikator	Loading Factor	Rule of Thumb	Kesimpulan
Ekpektasi Kinerja	EK1	0,791	0,70	Valid
	EK2	0,818	0,70	Valid
	EK3	0,818	0,70	Valid
	EK4	0,829	0,70	Valid
	EK5	0,777	0,70	Valid

Variabel	Indikator	Loading Factor	Rule of Thumb	Kesimpulan
	EK6	0,757	0,70	Valid
	EK7	0,754	0,70	Valid
	EK8	0,788	0,70	Valid
Ekpektasi Usaha	EU1	0.827	0,70	Valid
	EU2	0.824	0,70	Valid
	EU3	0.808	0,70	Valid
	EU4	0.867	0,70	Valid
	EU5	0.826	0,70	Valid
	EU6	0.819	0,70	Valid
Pengaruh Sosial	PS1	0.838	0,70	Valid
	PS2	0.839	0,70	Valid
	PS3	0.850	0,70	Valid
	PS4	0.805	0,70	Valid
	PS5	0.840	0,70	Valid
	PS6	0.804	0,70	Valid
Kondisi yang Memfasilitasi	KM1	0.825	0,70	Valid
	KM2	0.820	0,70	Valid
	KM3	0.826	0,70	Valid
	KM4	0.818	0,70	Valid
	KM5	0.780	0,70	Valid
	KM6	0.780	0,70	Valid
Persepsi Resiko	PR1	0.733	0,70	Valid
	PR2	0.801	0,70	Valid
	PR3	0.792	0,70	Valid
	PR4	0.766	0,70	Valid
	PR5	0.844	0,70	Valid

Variabel	Indikator	Loading Factor	Rule of Thumb	Kesimpulan
	PR6	0.835	0,70	Valid
	PR7	0.816	0,70	Valid
	PR8	0.831	0,70	Valid
Niat Perilaku	NP1	0.826	0,70	Valid
	NP2	0.868	0,70	Valid
	NP3	0.819	0,70	Valid
	NP4	0.800	0,70	Valid
	NP5	0.798	0,70	Valid
Perilaku Pengguna	PP1	0.706	0,70	Valid
	PP2	0.798	0,70	Valid
	PP3	0.804	0,70	Valid
	PP4	0.776	0,70	Valid
	PP5	0.791	0,70	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai pada setiap indikator-indikator tersebut bernilai lebih dari 0,70. Maka data tersebut dapat dikatakan valid karena telah memenuhi uji *loading factor.*

1.1.2. *Average Variance Extraced (AVE)*

Menurut Hair et al., (2012) *Average Variance Extraced (AVE)* harus memperhatikan syarat bahwa data akan dikatakan valid apabila nilainya diatas atau lebih dari 0,50.

Tabel 4 10 Average Variance Extraced (AVE)

No	Variabel	AVE
1	Ekspektasi Kinerja	0,627
2	Ekspektasi Usaha	0,687
3	Pengaruh Sosial	0,688
4	Kondisi yang Memfasilitasi	0,654
5	Persepsi Resiko	0,645
6	Niat Perilaku	0,677
7	Perilaku Pengguna	0,602

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai AVE dari seluruh variabelnya memiliki nilai lebih dari 0,50. Hasil data tersebut maka dapat dikatakan valid, dan setiap variabel berada pada nilai *discriminant validity* yang baik. Sehingga seluruh item indikator dapat dilakukan analisis selanjutnya.

1.2 *Discriminant Validity* HTMT

Untuk menilai uji validitas diskriminan yaitu dengan menggunakan *heterotrait-monotrait ratio (HTMT)* dengan nilai HTMT harus lebih kecil dari 0,90 (Hair et al., 2019).

Tabel 4 11 Discriminant Validity (HTMT)

	EK	EU	KM	NP	PS	PP	RD
Ekspetasi Kinerja (EK)							
Ekspetasi Usaha (EU)	0.825						
Kondisi yang Memfasilitasi (KM)	0.817	0.859					
Niat Perilaku (NP)	0.745	0.732	0.698				
Pengaruh Sosial (PS)	0.719	0.706	0.675	0.759			
Perilaku Pengguna (PP)	0.584	0.651	0.539	0.686	0.609		
Persepsi Resiko (PR)	0.682	0.700	0.693	0.769	0.733	0.484	

Sumber:Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas, hasil dari pengukuran *discriminant validity* dengan *heterotrait-monotrait ratio (HTMT)* menunjukkan bahwa nilai dari seluruh variabel dikatakan valid dikarenakan nilainya <0,90 (lebih kecil dari 0,90).

Dalam penelitian, HTMT memiliki tingkat akurasi yang lebih baik untuk mengukur *discriminant validity* jika dibandingkan dengan *fornell-larcker criterion* dan juga *cross-loading*. Namun *fornell-larcker criterion* dan *cross-loading* tetap diikutsertakan dalam hasil penelitian ini (Hair et al., 2019).

1.2.1. *Fornell-Larcker Criterion*

Fornell-larcker criterion merupakan suatu ukuran yang membandingkan antara square root (akar) dari nilai AVE dengan hubungan variabel laten. Oleh karena itu, akar AVE harus lebih besar nilai korelasi dengan konstruk lainnya (Hair et al., 2019).

Tabel 4 12 Fornell-Larcker Criterion

	EK	EU	KM	NP	PS	PP	RD
Ekspetasi Kinerja (EK)	0.792						
Ekspetasi Usaha (EU)	0.754	0.829					
Kondisi yang Memfasilitasi (KM)	0.739	0.774	0.809				
Niat Perilaku (NP)	0.674	0.656	0.623	0.823			
Pengaruh Sosial (PS)	0.655	0.642	0.613	0.680	0.830		
Perilaku Pengguna (PP)	0.515	0.570	0.470	0.591	0.532	0.776	
Persepsi Resiko (PR)	0.625	0.642	0.633	0.693	0.670	0.427	0.803

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji *fornell-larcker criterion* menunjukkan bahwa nilai akar AVE dari setiap variabel lebih besar dari nilai korelasinya dengan konstruk lainnya.

Pada variabel ekspektasi kinerja menunjukkan nilai akar AVE yaitu 0,792 lebih besar dari nilai korelasinya variabel ekspektasi usaha, kondisi yang memfasilitasi, niat perilaku, pengaruh sosial, perilaku pengguna, dan persepsi resiko. Oleh karena itu, ekspektasi kinerja untuk *discriminant validity* telah terpenuhi dan diterima.

Pada variabel ekspektasi usaha menunjukkan nilai akar AVE yaitu 0,829 lebih besar dari nilai korelasinya variabel ekspektasi kinerja, kondisi yang memfasilitasi, niat perilaku, pengaruh sosial, perilaku pengguna, dan persepsi resiko. Oleh karena itu, ekspektasi usaha untuk *discriminant validity* telah terpenuhi dan diterima.

Pada variabel kondisi yang memfasilitasi menunjukkan nilai akar AVE yaitu 0,809 lebih besar dari nilai korelasinya variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, niat perilaku, pengaruh sosial, perilaku pengguna dan persepsi resiko. Oleh karena itu, kondisi yang memfasilitasi untuk *discriminant validity* telah terpenuhi dan diterima.

Pada variabel niat perilaku menunjukkan nilai akar AVE yaitu 0,823 lebih besar dari nilai korelasinya variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kondisi yang memfasilitasi, pengaruh sosial, perilaku pengguna, dan persepsi resiko. Oleh karena itu, niat perilaku untuk *discriminant validity* telah terpenuhi dan diterima.

Pada variabel pengaruh sosial menunjukkan nilai akar AVE yaitu 0,830 lebih besar dari nilai korelasinya variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kondisi yang memfasilitasi, niat perilaku, perilaku pengguna, dan persepsi resiko. Oleh karena

itu, pengaruh sosial untuk *discriminant validity* telah terpenuhi dan diterima.

Pada variabel perilaku pengguna menunjukkan nilai akar AVE yaitu 0,776 lebih besar dari nilai korelasinya variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kondisi yang memfasilitasi, niat perilaku, pengaruh sosial, dan persepsi resiko. Oleh karena itu, perilaku pengguna untuk *discriminant validity* telah terpenuhi dan diterima.

Pada variabel persepsi resiko menunjukkan nilai akar AVE yaitu 0,803 lebih besar dari nilai korelasinya variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kondisi yang memfasilitasi, niat perilaku, pengaruh sosial, dan perilaku pengguna. Oleh karena itu, resiko yang dirasakan untuk *discriminant validity* telah terpenuhi dan diterima.

1.2.2. *Cross Loading*

Validitas diskriminan juga dapat diketahui berdasarkan nilai *cross loading* yaitu hasil yang diperoleh score loading pada satu blok indikator yang sama harus lebih besar dari nilai korelasi antar variabel laten.

Tabel 4 13 Cross Loading

	EK	EU	KM	NP	PS	PP	PR
EK1	0.791	0.589	0.563	0.596	0.464	0.393	0.489
EK2	0.818	0.611	0.599	0.587	0.554	0.498	0.469
EK3	0.818	0.641	0.573	0.565	0.458	0.409	0.468
EK4	0.829	0.622	0.635	0.492	0.524	0.410	0.493
EK5	0.777	0.617	0.570	0.541	0.605	0.403	0.565
EK6	0.757	0.542	0.544	0.501	0.584	0.362	0.516
EK7	0.754	0.547	0.602	0.449	0.472	0.380	0.458
EK8	0.788	0.598	0.609	0.505	0.490	0.397	0.507
EU1	0.624	0.827	0.649	0.587	0.582	0.454	0.597
EU2	0.586	0.824	0.615	0.529	0.510	0.497	0.524
EU3	0.628	0.808	0.608	0.519	0.548	0.471	0.516
EU4	0.668	0.867	0.672	0.537	0.527	0.464	0.511

EU5	0.615	0.826	0.621	0.540	0.469	0.455	0.492
EU6	0.627	0.819	0.680	0.542	0.552	0.496	0.548
KM1	0.636	0.640	0.825	0.558	0.568	0.377	0.585
KM2	0.620	0.596	0.820	0.558	0.544	0.467	0.529
KM3	0.580	0.651	0.826	0.488	0.449	0.333	0.499
KM4	0.626	0.629	0.818	0.482	0.488	0.309	0.498
KM5	0.532	0.607	0.780	0.442	0.431	0.402	0.435
KM6	0.582	0.637	0.780	0.477	0.475	0.383	0.510
NP1	0.581	0.563	0.525	0.826	0.601	0.423	0.625
NP2	0.593	0.559	0.559	0.868	0.578	0.521	0.601
NP3	0.530	0.502	0.471	0.819	0.566	0.514	0.538
NP4	0.525	0.556	0.522	0.800	0.528	0.525	0.506
NP5	0.539	0.517	0.485	0.798	0.522	0.447	0.580
PP1	0.502	0.481	0.462	0.428	0.422	0.706	0.374
PP2	0.471	0.495	0.457	0.514	0.485	0.798	0.385
PP3	0.338	0.407	0.347	0.428	0.381	0.804	0.320
PP4	0.272	0.343	0.239	0.420	0.392	0.776	0.257
PP5	0.400	0.471	0.307	0.488	0.375	0.791	0.313
PS1	0.513	0.512	0.506	0.588	0.838	0.398	0.566
PS2	0.554	0.536	0.512	0.576	0.839	0.466	0.566
PS3	0.503	0.497	0.482	0.565	0.850	0.435	0.566
PS4	0.540	0.570	0.526	0.540	0.805	0.457	0.533
PS5	0.553	0.542	0.467	0.538	0.840	0.421	0.568
PS6	0.596	0.541	0.559	0.572	0.804	0.470	0.537
PR1	0.446	0.457	0.431	0.524	0.505	0.293	0.733
PR2	0.509	0.549	0.511	0.567	0.593	0.370	0.801
PR3	0.440	0.483	0.499	0.599	0.496	0.370	0.792
PR4	0.528	0.554	0.545	0.549	0.556	0.353	0.766
PR5	0.568	0.564	0.546	0.574	0.523	0.331	0.844
PR6	0.496	0.509	0.487	0.555	0.547	0.360	0.835
PR7	0.477	0.473	0.492	0.525	0.500	0.299	0.816
PR8	0.551	0.532	0.551	0.549	0.586	0.360	0.831

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan hasil nilai *cross loading* diatas menunjukkan bahwa nilai dari setiap indikator tersebut berkorelasi lebih tinggi daripada variabel yang diukurnya. Oleh karena itu, hal ini menunjukkan bahwa seluruh indikator dari semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

1.3 *Reliability*

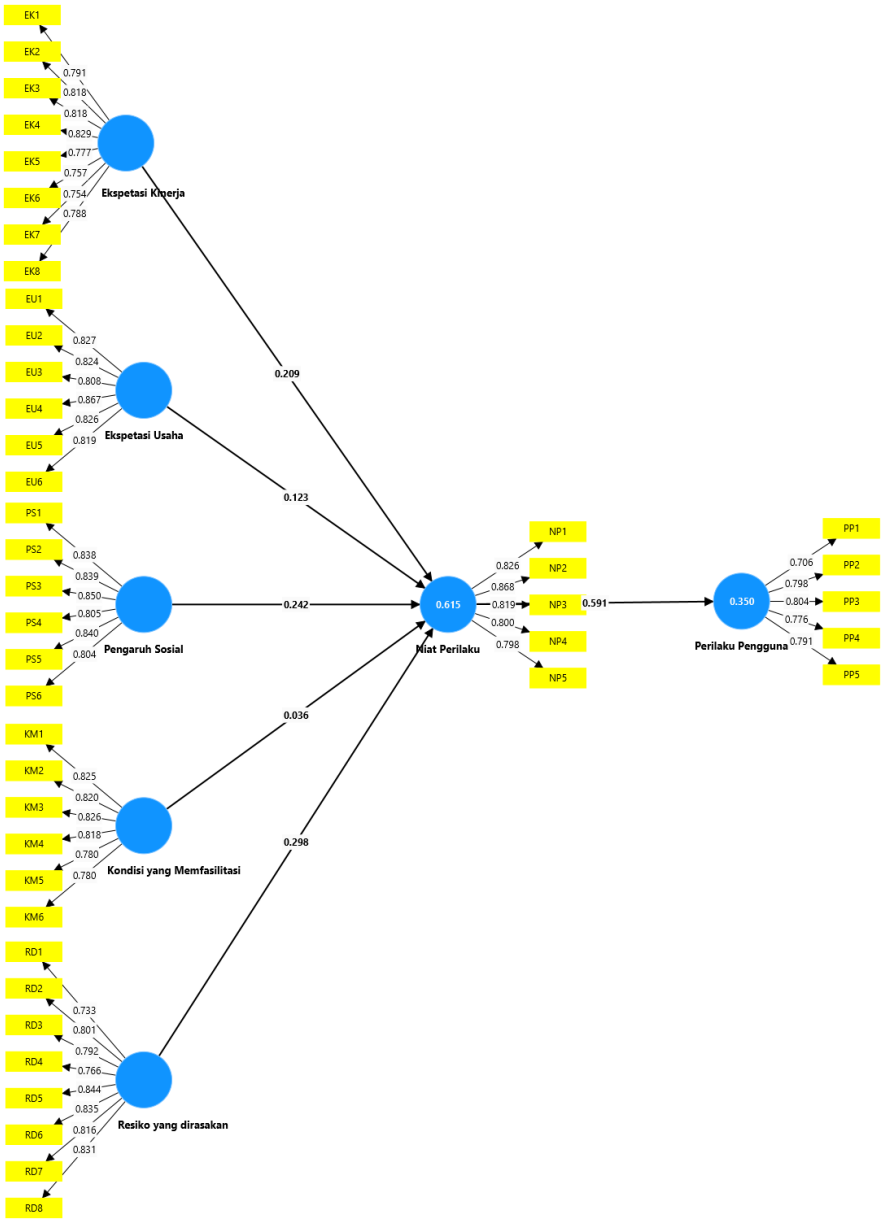
Dalam analisis SEM-PLS, suatu konstruk dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki *composite reliability* > 0,70 (lebih dari 0,70) serta nilai *cronbach's alpha* juga > 0,70 (lebih dari 0,70).

Tabel 4 14 Reliability

Variabel	*Cronbach's Alpha*	*Composite Reliability*
Ekspetasi Kinerja	0.915	0.931
Ekspetasi Usaha	0.909	0.929
Kondisi yang Memfasilitasi	0.894	0.919
Niat Perilaku	0.880	0.913
Pengaruh Sosial	0.909	0.930
Perilaku Pengguna	0.834	0.883
Persepsi Resiko	0.921	0.936

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas, pada setiap variabel memiliki nilai *composite reliability* lebih dari 0,70 dan juga untuk semua variabelnya telah memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,70. Oleh karena itu, semua variabel dalam penelitian ini dapat dinyatakan sebagai reliabel.



Gambar 4 1 Model Struktual

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Gambar diatas merupakan desain hubungan antara variabel-variabel laten. Hasil pengujian dan reliabilitas konstruk dijelaskan seperti gambar diatas. Gambar diatas juga menunjukkan bahwa semua indikator dari tiap variabelnya

memiliki nilai > 0,70 (lebih dari 0,70), maka dapat dikatakan bahwa indikator-indikator dari tiap variabel telah valid.

2. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Pada tahap evaluasi *inner model* akan dilakukan analisis untuk mendefinisikan hubungan antar variabel. Ada beberapa tahap analisis yang akan dilakukan yaitu VIF *(Variance Inflation Factor)*, R square, Q square, F square, dan pengujian hipotesis.

2.1. Multikolinier Antara Variabel Laten (VIF)

Untuk menguji nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yaitu menggunakan kolinearitas model. Pada nilai VIF, apabila nilainya lebih dari 5,00 maka menunjukkan bahwa ada masalah dengan kolinearitas. Hal ini dikarenakan jika nilai VIF tinggi atau lebih dari 5,00 dapat menyebabkan kesulitas dalam menginterpretasikan koefisien jalur. Begitu juga dengan sebaliknya, apabila nilai VIF kurang dari 5,00 maka menunjukkan bahwa tidak ada masalah dengan kolinearitasnya (Hair et al., 2019).

Tabel 4 15 Nilai VIF

Variabel	VIF
Ekspetasi Kinerja -> Niat Perilaku	2.945
Ekspetasi Usaha -> Niat Perilaku	3.249
Kondisi yang Memfasilitasi -> Niat Perilaku	3.027
Niat Perilaku -> Perilaku Pengguna	1.000
Pengaruh Sosial -> Niat Perilaku	2.256
Persepsi Resiko -> Niat Perilaku	2.219

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini hasil uji multikolinier yang didapatkan antar variabel laten adalah dibawah 5,00 atau lebih kecil dari 5,00.

Sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak ada mutikolinier antar variabel. Dengan begitu, maka dapat dilanjutkan untuk langkah penelitian selanjutnya.

2.1. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis ini dilakukan analisisnya denga memperhatikan nilai original sampel (O) agar dapat mengetahui hubungan antar variabel, t-statistic (T), dan p-values (P) agar mengetahui tingkat signifikan dari hubungan tersebut. Hasil pengujian hipotesis penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4 16 Hipotesis

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
Ekspektasi Kinerja -> Niat Perilaku	0.209	0,165	0.081	2.578	0.010
Ekspektasi Usaha -> Niat Perilaku	0.123	0,133	0.095	1.302	0.193
Kondisi yang Memfasilitasi -> Niat Perilaku	0.036	0,152	0.082	0.444	0.657
Niat Perilaku -> Perilaku Pengguna	0.591	0,696	0.049	12.097	0.000
Pengaruh Sosial ->	0.242	0,225	0.070	3.454	0.001

Niat Perilaku					
Persepsi Resiko -> Niat Perilaku	0.298	0,220	0.086	3.467	0.001

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas, hubungan antar variabel penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Ekspektasi Kinerja terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking*

   H_{01} : Ekspektasi Kinerja tidak berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.*

   H_{a1} : Ekspektasi Kinerja berpengaruh terhadap positif terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking*

   Ekspektasi Kinerja berpengaruh signifikan terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking* dengan *path coefficient* sebesar 0,209 dan nilai *t-statistics* 2,578 lebih besar dari 1,96 (2,578 > 1,96) serta nilai *p-values* 0,010 lebih kecil dari 0,05 (0,010 < 0,05). Sehingga setiap perubahan pada Ekspektasi Kinerja maka akan berpengaruh terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking*. Berdasarkan hasil penelitian maka: H_{a1} diterima, yaitu Ekspektasi Kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking*. Oleh karena itu, H_{a1} diterima sedangkan H_{01} ditolak.

2. Ekspektasi Usaha Terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking*

   H_{02} : Ekspektasi Usaha tidak berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.*

   H_{a2} : Ekspektasi Usaha berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.*

Ekspektasi Usaha berpengaruh tidak signifikan terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking* dengan *path coefficient* sebesar 0,123 dan nilai *t-statistics* 1.302 lebih kecil dari 1,96 (1.302 < 1,96) serta nilai *p-values* 0,193 lebih besar dari 0,05 (0,193 > 0,05). Sehingga setiap perubahan pada Ekspektasi Usaha maka tidak berpengaruh terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking*. Berdasarkan hasil penelitian maka: H_{02} yaitu Ekspektasi Usaha tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.* Oleh karena itu, H_{02} diterima sedangkan H_{a2} ditolak.

3. Pengaruh Sosial Terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking*

   H_{03} : Pengaruh Sosial tidak berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.*

   H_{a3} : Pengaruh Sosial berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.*

   Pengaruh Sosial berpengaruh signifikan terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking* dengan *path coefficient* sebesar 0,242 dan nilai *t-statistics* 3.454 lebih besar dari 1,96 (3,454 > 1,96) serta nilai *p-values* 0,001 lebih kecil dari 0,05 (0,001 < 0,05). Sehingga setiap perubahan pada Pengaruh Sosial maka akan berpengaruh terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.* Berikut hasil penelitian maka: H_{a3} diterima, yaitu Pengaruh Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.* Oleh karena itu, H_{a3} diterima sedangkan H_{03} ditolak.

4. Kondisi yang Memfasilitasi Terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking*

   H_{04} : Kondisi yang Memfasilitasi tidak berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.*

H_{a4} : Kondisi yang Memfasilitasi berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.*

Kondisi yang Memfasilitasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking* dengan *path coefficient* sebesar 0,036 dan nilai *t-statistics* 0,444 lebih kecil dari 1,96 (0,444 < 1,96) serta nilai *p-values* 0,657 lebih besar dari 0,05 (0,657 > 0,05). Sehingga setiap perubahan pada Pengaruh Sosial maka tidak berpengaruh terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.* Berikut hasil penelitian maka: H_{04} yaitu Kondisi yang Memfasilitasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.* Oleh karena itu, H_{04} diterima sedangkan H_{a4} ditolak.

5. Persepsi Resiko Terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking*

   H_{05} : Persepsi Resiko tidak berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.*

   H_{a5} : Persepsi Resiko berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.*

   Persepsi Resiko berpengaruh signifikan terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking* dengan *path coefficient* sebesar 0,298 dan nilai *t-statistics* 3.467 lebih besar dari 1,96 (3,467 > 1,96) serta nilai *p-values* 0,001 lebih kecil dari 0,05 (0,001 < 0,05). Sehingga setiap ada perubahan pada Persepsi Resiko maka akan berpengaruh terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.* Berikut hasil penelitian maka: H_{a5} diterima, yaitu Persepsi Resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.* Oleh karena itu, H_{a5} diterima sedangkan H_{05} ditolak.

6. Niat Perilaku Terhadap Perilaku Pengguna BSI *Mobile Banking*

   H_{06} : Niat Perilaku tidak berpengaruh positif terhadap Perilaku Pengguna BSI *Mobile Banking.*

H_{a6} : Niat Perilaku berpengaruh positif terhadap Perilaku Pengguna BSI *Mobile Banking.*

Niat Perilaku berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Pengguna BSI *Mobile Banking* dengan *path coefficient* sebesar 0,591 dan nilai *t-statistics* 12.097 lebih besar dari 1,96 (12,097 > 1,96) serta nilai *p-values* 0.000 lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Sehingga setiap ada perubaha pada Niat Perilaku maka akan berpengaruh terhadap Perilaku Pengguna BSI *Mobile Banking*. Berikut hasil penelitian maka: H_{a6} diterima, yaitu Niat Perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Pengguna BSI *Mobile Banking.* Oleh karena itu, H_{a6} diterima sedangkan H_{06} ditolak.

1. Evaluasi Kualitas dan Kecocokan Model

3.1. Nilai R Square

Dalam penelitian Hair et al., (2019) menyebutkan bahwa dalam nilai *R square* ada tiga pembagian yaitu:

- Nilai *R square* 0,75 kategori kuat
- Nilai *R square* 0,50 kategori moderat
- Nilai *R square* 0,25 kategori lemah

Nilai *R square* dari variabel dependen yang didapat pada penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4 17 R Square

Variabel	R-square	R-square adjusted
Niat Perilaku	0.615	0.606
Perilaku Pengguna	0.350	0.346

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas, hasil dari pengolahan data dihasilkan nilai *R square* pada variabel Niat Perilaku sebesar 0,615. Nilai tersebut menjelaskan bahwa kekuatan ekspektasi kinerja, ekspektasi

usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi dan resiko yang dirasakan dalam memprediksi niat perilaku sebesar 0,615 atau 61,5% termasuk dalam kategori moderat.

Sedangkan untuk nilai *R square* pada variabel Perilaku Pengguna sebesar 0,350. Nilai tersebut menjelaskan bahwa kekuatan niat perilaku dalam memprediksi perilaku pengguna adalah sebesar 0,350 atau 35,0% termasuk dalam kategori lemah.

3.2. Nilai F Square

Dalam penelitian Hair et al., (2019) menyatakan bahwa nilai *F square* terbagi menjadi tiga golongan yaitu:

- Nilai *F square* lebih dari 0,35 sebagai besar
- Nilai *F square* 0,02 sampai 0,15 sebagai sedang
- Nilai *F square* kurang dari 0,02 sebagai rendah

Tabel 4 18 F Square

Variabel	F Square
Ekspetasi Kinerja -> Niat Perilaku	0.039
Ekspetasi Usaha -> Niat Perilaku	0.012
Kondisi yang Memfasilitasi -> Niat Perilaku	0.001
Niat Perilaku -> Perilaku Pengguna	0.537
Pengaruh Sosial -> Niat Perilaku	0.067
Persepsi Resiko -> Niat Perilaku	0.104

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas, hasil yang diperoleh yaitu tingkatan nilai *F square* pada ekspektasi kinerja terhadap niat perilaku dengan nilai 0,039 termasuk golongan rendah.

Ekspektasi usaha terhadap niat perilaku memiliki nilai *F square* sebesar 0,12 maka berada pada tingkatan nilai golongan rendah.

Kondisi yang Memfasilitasi terhadap niat perilaku memiliki nilai *f square* sebesar 0,001 maka berada pada tingkatan nilai golongan rendah.

Niat perilaku terhadap perilaku pengguna memiliki nilai *f square* sebesar 0,537 maka berada pada tingkatan nilai golongan tinggi

Pengaruh sosial terhadap niat perilaku memiliki nilai *f square* sebesar 0,067 maka berada pada tingkatan nilai golongan rendah.

Persepsi resiko terhadap niat perilaku memiliki nilai *f square* sebesar 0,104 maka berada pada tingkatan nilai golongan moderat/sedang.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Ekspektasi Kinerja terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking*

Pada penelitian ini Ekspektasi Kinerja telah terbukti berpengaruh terhadap Niat Perilaku. Hasil uji hipotesis ini menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja terhadap niat perilaku memiliki nilai *path coefficient* sebesar 0,209 serta nilai *t-statistics* 2,578 dan *p-values* sebesar 0,010. Dalam uji hipotesis dapat dikatakan berpengaruh signifikan apabila nilai *t-statistics* > 1,96 dan nilai *p-values* < 0,05. Pada Ekspektasi Kinerja terhadap Niat Perilaku telah memenuhi syarat nilai *t-statistics* dan *p-values.* Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Ekspektasi Kinerja berpengaruh signifikan terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.*

Dalam penelitian ini, ekspektasi kinerja sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh et al., (2003) yang mana menyatakan bahwa Ekspektasi Kinerja berpengaruh signifikan terhadap Niat Perilaku, karena indikator yang ada pada variabel ini relevan dengan para pengguna BSI *mobile banking* yang mana para pengguna dapat merasakan manfaat dari pemakaian teknologi tersebut. Hal ini juga sesuai dengan penelitian dari Lock et al., (2021) yang juga menyatakan bahwa Ekspektasi Kinerja berpengaruh signifikan terhadap Niat Perilaku. Dalam penelitian tersebut juga menyebutkan bahwa tidak hanya ekspektasi kinerja saja yang berpengaruh terhadap niat perilaku, karena indikator-indikator yang ada pada variabel ini membuat variabel

ini relate dengan para pengguna mobile banking sehingga menjadi signifikan terhadap niat perilaku.

Penelitian yang dilakukan oleh J. Ye et al., (2020) juga menyatakan bahwa Ekspektasi Kinerja dapat berpengaruh positif signifikan terhadap Niat Perilaku. Hal ini selaras dengan beberapa penelitian terdahulu, dan karena itu dapat disimpulkan bahwa Ekspektasi Kinerja berpangaruh signifikan terhadap Niat Perilaku. Ekspektasi Kinerja memiliki hubungan dengan niat masyarakat Yogyakarta untuk menggunakan BSI *mobile banking,* karena dengan menggunakan BSI *mobile banking* maka dapat meningkatkan kinerja individu. Oleh karena itu, **Ekspektasi Kinerja berpengaruh signifikan terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.***

2. Ekspektasi Usaha terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking*

Pada penelitian ini Ekspektasi Usaha telah terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat Perilaku. Hasil uji hipotesis ini menunjukkan bahwa ekspektasi usaha terhadap niat perilaku memiliki nilai *path coefficient* sebesar 0,123 dan nilai *t-statistics* 1,302 serta *p-values* sebesar 0,193. Dalam uji hipotesis dapat dikatakan berpengaruh signifikan apabila nilai *t-statistics* >1,96 dan nilai *p-values* <0,05. Pada Ekspektasi Usaha terhadap Niat Perilaku tidak memenuhi syarat nilai *t-statistics* dan *p-values.* Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Ekspektasi Usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.*

Dalam penelitian ini, ekspektasi usaha tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh et al., (2003) yang mana menyatakan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku. Hal ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bilgah & Frimayasa, (2024), dan Sari et al., (2024) mereka menyatakan bahwa ekspektasi kinerja tidak berpengaruh positif terhadap niat perilaku, dikarenakan pada *mobile banking* sering terjadi

permasalahan pada sistem sehingga untuk indikator kemudahan pengguna pada variabel ini tidak berpengaruh untuk pengguna, dikarenakan para pengguna masih sering mengalami kesulitan dalam menggunakan *mobile banking*. Dikarenakan ekspektasi usaha tidak mempengaruhi minat masyarakat Yogyakarta untuk menggunakan BSI *mobile banking,* karena masyarakat Yogyakarta sudah memiliki keterampilan dalam menggunakan teknologi. Oleh karena itu, **Ekspektasi Usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking***.

3. Pengaruh Sosial terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking*

Pada penelitian ini Pengaruh Sosial telah terbukti berpengaruh terhadap Niat Perilaku. Hasil uji hipotesis ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial terhadap niat perilaku memiliki nilai *path coefficient* sebesar 0,242 serta nilai *t-statistics* 3,454 dan *p-values* sebesar 0,001. Dalam uji hipotesis dapat dikatakan berpengaruh signifikan apabila nilai *t-statistics* > 1,96 dan nilai *p-values* < 0,05. Pada Pengaruh Sosial terhadap Niat Perilaku telah memenuhi syarat nilai *t-statistics* dan *p-values.* Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Sosial berpengaruh signifikan terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.*

Dalam penelitian ini, pengaruh sosial sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh et al., (2003) yang mana menyatakan bahwa Pengaruh Sosial berpengaruh signifikan terhadap Niat Perilaku karena. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Amuntoda et al., (2024) yang menyatakan bahwa pengaruh sosial berpengaruh signifikan, karena dari lingkungan sekitar dapat mempengaruhi seorang individu untuk ikut menggunakan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Taufan & Wardani, (2023), dan Alim et al., (2024) juga menyatakan bahwa pengaruh dari lingkungan sekitar seperti teman, keluarga ataupun organisasi itu dapat mempengaruhi suatu individu untuk menggunkan *mobile banking.*

Adanya hubungan antara Pengaruh Sosial dengan niat masyarakat Yogyakarta untuk menggunakan BSI *mobile banking*, karena individu dapat dengan mudah mendapatkan informasi terkait BSI *mobile banking* lalu memiliki niat untuk menggunakannya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa **Pengaruh Sosial berpengaruh signifikan terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.***

4. Kondisi yang Memfasilitasi terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking*

Pada penelitian ini Kondisi yang Memfasilitasi telah terbukti tidak berpengaruh terhadap Niat Perilaku. Hasil uji hipotesis inimenunjukkan bahwa kondisi yang memfasilitasi terhadap niat perilaku memiliki nilai *path coefficient* sebesar 0,036 serta nilai *t-statisitcs* 0,444 dan *p-values* sebesar 0,657. Dalam uji hipotesis dapat dikatakan berpengaruh signifikan apabila nilai *t-statistics* >1,96 dan nilai *p-values* < 0,05. Pada Kondisi yang Memfasilitasi terhadap Niat Perilaku tidak memenuhi syarta nilai *t-statistics* dan *p-values.* Oleh karen itu, dapat disimpulkan bahwa Kondisi yang Memfasilitasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.*

Dalam penelitian ini, kondisi yang memfasilitasi tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh et al., (2003) yang menyatakan bahwa kondisi yang memfasilitasi berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku. Penelitian yang dilakukan oleh Idayani & Darmaningrat, (2024) menyatakan bahwa kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku. Variabel yang mempengaruhi niat perilaku hanyak ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial.

Hal ini juga selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Sholihah et al., (2023) dan Nugroho et al., (2023) yang juga menyatakan bahwa kondisi yang memfasilitasi tidak memiliki pengaruh terhadap niat perilaku BSI *mobile banking.* Penelitian tersebut menjelaskan

bahwa meskipun kondisi yang memfasilitasi memiliki jumlah yang baik, belum tentu membuat niat masyarakat Yogyakarta untuk menggunakan BSI *Mobile Banking.* Selain itu, kontrol perilaku persepsi juga tidak membuat pengguna *mobile banking* dapat memahami dengan cepat cara menggunakan teknologi tersebut. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa **Kondisi yang Memfasilitasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.***

5. Persepsi Resiko terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking*

Pada penelitian ini Persepsi Resiko telah terbukti berpengaruh terhadap Niat Perilaku. Hasil uji hipotesis ini menunjukkan bahwa Persepsi Resiko terhadap Niat Perilaku memiliki nilai *path coefficient* sebesar 0,298 serta nilai *t-statistics* 3.467 dan *p-values* sebesar 0,001. Dalam uji hipotesis dapat dikatakan berpengaruh signifikan apabila nilai *t-statistics* >1,96 dan nilai *p-values* <0,05. Pada Persepsi Resiko terhadap Niat Perilaku telah memenuhi syarat nilai *t-statistics* dan *p-values.* Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Persepsi Resiko berpengaruh signifikan terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.*

Dalam penelitian ini, persepsi resiko tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Gbongli et al., (2016) yang mana menyatakan bahwa setiap indikator dari resiko yang dirasakan tidak dapat berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan. Persepsi Resiko akan berpengaruh terhadap kestabilan *mobile banking* dan membuat individu tidak nyaman untuk menggunakan *mobile banking.*

Dalam penelitian Sudarsono et al., (2024) menyatakan bahwa persepsi resiko memiliki pengaruh terhadap niat perilaku. Persepsi Resiko membuat individu menggunakan *mobile banking* secara hati-hati pada fitur layanan transaksi yang tersedia. Persepsi Resiko juga memiliki pengaruh yang buruk dalam menggunakan *mobile banking,* akan tetapi itu tidak membuat para nasabah tidak menggunakan *mobile*

banking. Karena bagi mereka menggunakanan *mobile banking* tidak dilakukan secara terus-menerus.

Penelitian yang dilakukan oleh Pokhrel, (2024) menyatakan bahwa persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku. Variabel resiko merupakan variabel yang sangat penting, karena dapat mempengaruhi individu untuk menggunakan *mobile banking* atau tidak. Persepsi Resiko berbahaya untuk *mobile banking,* namun setiap individu memiliki toleransi yang berbeda-beda. Sehingga dalam penelitian ini persepsi resiko memiliki hubungan terhadap niat masyarakat Yogyakarta untuk menggunakan BSI *mobile banking.* Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa **Persepsi Resiko berpengaruh signifikan terhadap Niat Perilaku BSI *Mobile Banking.***

6. Niat Perilaku terhadap Perilaku Pengguna BSI *Mobile Banking*

Pada penelitian ini Niat perilaku telah terbukti berpengaruh terhadap Perilaku Pengguna. Hasil uji hipotesis ini menunjukkan bahwa niat perilaku terhadap perilaku pengguna memiliki nilai *path coefficient* sebesar 0,591 serta nilai *t-statistics* 12,097 dan *p-values* sebesar 0,000. Dalam uji hipotesis dapat dikatakan berpengaruh signifikan apabila nilai *t-statistics* >1,96 dan nilai *p-values* <0,05. Pada Niat Perilaku terhadap Perilaku Pengguna telah memenuhi syarat nilai *t-statistics* dan *p-values.* Oleh karena itu dapat, disimpulkan bahwa Niat Perilaku berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Pengguna BSI *Mobile Banking.*

Dalam penelitian ini, niat perilaku sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh et al., (2003) yang menyatakan bahwa niat perilaku berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengguna. Sama halnya dengan penelitian dari Taufan & Wardani, (2023), Alim et al., (2024) dan J. Ye et al., (2020) mereka juga menyatakan bahwa niat perilaku memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pengguna *mobile banking.*

Penelitian yang dilakukan oleh Alviandi, (2024) menjelaskan bahwa dengan adanya niat perilaku untuk menggunakan mobile banking, maka pengguna nasabah akan meningkat. Layanan dari *mobile banking* ini akan digunakan oleh nasabah untuk transaksi, karena para nasabah merasakan manfaat dari penggunaan *mobile banking* tersebut. Sehingga menyatakan bahwa niat perilaku itu berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna.

Hal tersebut selaras dengan penelitian-penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa niat perilaku berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa, **Niat Perilaku berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Pengguna.**

NIAT PERILAKU DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Niat dalam islam sangat menentukan nilai atau makna perilaku seorang muslim. Dalam konteks perilaku, niat berperan penting dalam menentukan apakah suatu tindakan dianggap ibadah atau sekedar aktivitas duniawi. Dalam Islam, setiap aktivitas yang didasari oleh niat yang benar memiliki nilai ibadah yang memberikan dimensi spiritual pada motivasi seseorang. Hadis tentang niat terdapat dalam kitab Shahih Al-Bukhari seperti berikut:

حَدَّثَنَا الْحُمَيْدِيُّ عَبْدُ اللَّهِ بْنُ الزُّبَيْرِ قَالَ حَدَّثَنَا سُفْيَانُ قَالَ حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ سَعِيدٍ الْأَنْصَارِيُّ قَالَ أَخْبَرَنِي مُحَمَّدُ بْنُ إِبْرَاهِيمَ التَّيْمِيُّ أَنَّهُ سَمِعَ عَلْقَمَةَ بْنَ وَقَّاصٍ اللَّيْثِيَّ يَقُولُ سَمِعْتُ عُمَرَ بْنَ الْخَطَّابِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَلَى الْمِنْبَرِ قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ وَإِنَّمَا لِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى فَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ إِلَى دُنْيَا يُصِيبُهَا أَوْ إِلَى امْرَأَةٍ يَنْكِحُهَا فَهِجْرَتُهُ إِلَى مَا هَاجَرَ إِلَيْهِ

Terjemah: Telah menceritakan kepada kami al-Humaidi Abdullah bin al-Zubair dia berkata, telah menceritakan kepada kami Sufyan ia berkata, bahwa telah menceritakan kepada kami Yahya bin Sa'id al-Anshari ia berkata, telah mengabarkan kepada kami Muhammda bin Inrahim At-Taimi, bahwa dia pernah mendengar Alqamah bin Waqash al-Laitsi

berkata; saya pernah mendengar Umar bin Al Khathab diatas mimbar berkata; saya mendengar Rasulullah Shallallhu ‘alahi Wassalam bersabda: “Semua perbuatan tergantung pada niatnya, dan (balasan) bagi tiap-tiap orang (tergantung) apa yang diniatkan; Barangsiapa niat hijrahnya karena dunia yang ingin digapainya atau karena seorang perempuan yang ingin dinikahinya, maka hijrahnya adalah kepada apa yang dia niatkan”

Hadis tentang niat memiliki relevansi yang sangat besar dalam membangun motivasi individu dalam kehidupan modern. Dalam konteks saat ini, niat yang benar dalam menjadi landasan penting dalam menghadapi tantangan hidup yang kompleks. Dengan niat yang ikhlas, seseorang dapat mengarahkan motivasinya untuk mencapai tujuan yang bermanfaat tanpa terjebak pada ambisi yang bersifat duniawi semata. Hadis ini mengajarkan bahwa nilai dari setiap tindakan tidak hanya terletak pada hasil, tetapi juga pada niat yang mendasarinya. Dalam kehidupan professional, misalnya niat yang tulus untuk melayani masyarakat dapat memotivasi seseorang bekerja dengan integritas (Tasbih, 2024).

Hal ini relevan dengan niat menggunakan mobile banking, yang mana niat ini bisa tercermin dalam bagaimana kita menggunakan teknologi tersebut. Seperti jika niat dalam menggunakan mobile banking adalah untuk mempermudah pembayaran zakat, sedekah atau infaq maka itu adalah niat yang baik dan sesuai dengan ajaran islam. Begitu pula dengan memanfaatkan mobile banking untuk transaksi yang jujur, transparan, dan menghindari riba juga dapat dianggap sebagai niat yang baik dalam Islam.

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan hasil analisis data yang didapatkan, maka kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut:

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan memiliki jumlah responden asli yang didapatkan sebanyak 223 orang, akan tetapi ada beberapa responden yang tidak sesuai dengan kriteria responden, maka penelitian ini menggunakan 214 responden orang yang telah memenuhi kriteria sebagai responden. Sampel yang digunakan dalam penelitian yaitu metode purposive sampling, karena metode tersebut menentukan sampelnya dengan menyesuaikan kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Olah data kuesioner yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan SmartPLS 4 dengan analisis PLS SEM.

1. Ekspektasi Kinerja berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta untuk menggunakan BSI *Mobile Banking.*
2. Ekspektasi Usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta untuk menggunakan BSI *Mobile Banking.*
3. Pengaruh Sosial berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta untuk menggunakan BSI *Mobile Banking.*
4. Kondisi yang Memfasilitasi tidak berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta untuk menggunakan BSI *Mobile Banking.*
5. Persepsi Resiko berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta untuk menggunakan BSI *Mobile Banking.*

6. Niat Perilaku berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengguna masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta untuk menggunakan BSI *Mobile Banking.*

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terdapat saran untuk Bank Syariah Indonesia untuk terus menigkatkan layanan BSI *mobile banking* agar para nasabah dapat menggunakan layanan tersebut dengan mudah dan nyaman. Ketika layanan BSI *mobile banking* membuat para nasabah nyaman untuk menggunakannya, maka hal tersebut dapat meningkatkan niat dan penggunaan BSI *mobile banking.* Selain itu, untuk para masyarakat yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta, ditingkatkan Kembali niat penggunaannya terhadap layanan BSI *mobile banking.* Dengan menggunakan BSI *mobile banking* maka akan meningkatkan kinerja sehingga membuat para masyarakat DIY nyaman dan simple karena tidak membutuhkan banyak waktu apabila ingin bertransaksi.

DAFTAR PUSTAKA

Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapannya Dalam Penelitian. *Education Journal*, *2*(2), 1–6.

Alim, M. N., Hidayat, W., & Amalia, R. (2024). Pengaruh Penerimaan Teknologi Dengan Metode Utaut Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Di Bsi Tangerang. *I-BEST: Islamic Banking & Economic Law Studies*, *3*(1), 12–32. https://doi.org/10.36769/ibest.v3i1.489

Alviandi, L. (2024). Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Perilaku Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, *6*. https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i6.3171

Amuntoda, H. A., Putra, M. R., Angel, R., & Tungga, V. C. K. (2024). *ANALISIS ADOPSI MOBILE BANKING DALAM KOMUNITAS JUAL BELI AKUN GAME DI INDONESIA : PENDEKATAN MODEL UTAUT*. *1*(2), 36–45.

Andrayani, K. F., & Solekah, N. A. (2021). Determinasi Kepuasan Nasabah Elektronik Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (Pendekatan E-Service Quality). *Widyagama National Conference On Economics and Business*, *Wnceb*, 1–10. https://infobanknews.com

Arimbi Dewayanti, Ari Kusiyanti, Admaja Dwi Herlambang, 2018. (2018). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Dengan Menggunakan UTAUT (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology) (Studi Pada Pengguna Mobile Banking BRI KCP Universitas Brawijaya). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, *2*(10), 2548-964X. http://j-ptiik.ub.ac.id

Atieq, M. Q., & Nurpiani, E. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, *2*(1), 401–423. https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.109

Bank Syariah. (2021). *December*.

Batubara, M. C., & Anggraini, T. (2022). Analisis Pengaruh Layanan Digital terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *7*(2), 706–725. http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index

Bendi, R. K. J. B., & Andayani, S. (2013). *Jurnal Hoaq -teknologi informasi*. *2*(1), 144–151.

Bharata, W., & Widyaningrum, P. W. (2020). Analisis Penerimaan Teknologi Mobile Banking Terhadap Use Behavior Melalui Pendekatan Model Utaut 2 (Studi Pada Nasabah KCU BCA Malang). *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *3*(2), 139. https://doi.org/10.25273/capital.v3i2.6080

Bilgah, & Frimayasa, A. (2024). *Analisis Pendekatan Model Utaut 2 Terhadap Penerimaan Penggunaan E-Banking Livin Pada Bank Mandiri*. *4*, 8492–8503.

Blut, M., Yee, A. Y. L., Chong, L., Tsigna, Z., & Venkatesh, V. (2021). Meta-analysis of the unified theory of acceptance and use of technology. *Journal of the Association for Information Systems, Forthcoming*, *23*(1), 13–95. https://aisel.aisnet.org/jais/vol23/iss1/10

Chaidir, T., Ro'is, I., & Akhmad Jufri. (2021). Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Pada Bank Konvensional dan Bank Syariah di Nusa Tenggara Barat: Pembuktian Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, *3*(1), 61–76. https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i1.37

Channel, D. (2023). *Örgütsel Davranı ş Ara ş tırmaları Dergisi*. 105–120.

Cruz, P., Neto, L. B. F., Muñoz-Gallego, P., & Laukkanen, T. (2010). Mobile banking rollout in emerging markets: Evidence from Brazil. *International Journal of Bank Marketing*, *28*(5), 342–371. https://doi.org/10.1108/02652321011064881

Fathul Romadoni, M., & Albanna, H. (2023). Analisis Perilaku Masyarakat Untuk Ber-Ziswaf Secara Digital Melalui Layanan M-Banking Syariah Menggunakan Modifikasi Utaut. *Jurnal Magister Ekonomi Syariah*, *1*(2

Desember), 17–32. https://doi.org/10.14421/jmes.2022.012-02

Gbongli, K., Ackah, O., & Peng, Y. (2016). Selection and ranking of perceived risk associated with mobile banking in West Africa. An AHP Approach from customers' perspective. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, *7*(1). http://www.ijser.org

Ghalandari, K. (2012). The Effect of Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence and Facilitating Conditions on Acceptance of E-Banking Services in Iran: the Moderating Role of Age and Gender. *Middle-East Journal of Scientific Research*, *12*(6), 801–807. https://doi.org/10.5829/idosi.mejsr.2012.12.6.2536

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). The Results of PLS-SEM Article information. *European Business Review*, *31*(1), 2–24.

Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Mena, J. A. (2012). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *40*(3), 414–433. https://doi.org/10.1007/s11747-011-0261-6

Ho, J. C., Wu, C. G., Lee, C. S., & Pham, T. T. T. (2020). Factors affecting the behavioral intention to adopt mobile banking: An international comparison. *Technology in Society*, *63*(August), 101360. https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101360

Hormati, A. (2012). Nomor 1 Halaman 1-160 Malang. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma JAMAL*, *3*(April), 1–24.

Idayani, R. W., & Darmaningrat, E. W. T. (2024). *Evaluation of Factors Affecting Student Acceptance of Zedemy using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*. Procedia Computer Science.

Junaedi, E., & Neneng, N. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Pt. Bank Syariah Indonesia Di Tangerang. *I-BEST: Islamic Banking & Economic Law Studies*, *2*(1), 13–32. https://doi.org/10.36769/ibest.v2i1.338

Kriti Priya Gupta, R. M. and U. G. (2019). Article information : About Emerald

www.emeraldinsight.com. *Journal of Asia Business Studies*, *32*(10), 91–100. https://doi.org/10.1108/JABS-07-2017-0111%0ADownloaded

Kurniawati, H. A., Arif, A., & Winarno, W. A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, *4*(1), 24. https://doi.org/10.19184/ejeba.v4i1.4563

Laturette, K., Widianingsih, L. P., & Subandi, L. (2021). Literasi Keuangan Pada Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, *9*(1), 131–139. https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p131-139

Le, H. B. H., Ngo, C. T., Trinh, T. T. H., & Nguyen, T. T. P. (2020). Factor affecting customers' decision to use mobile banking service: A case of thanh hoa province, Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, *7*(2), 205–212. https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no2.205

Lee, M. C. (2009). Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit. *Electronic Commerce Research and Applications*, *8*(3), 130–141. https://doi.org/10.1016/j.elerap.2008.11.006

Liempepas, I., Meichael, & Sihombing, S. O. (2019). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Niat Penggunaan Berkelanjutan : Studi Empiris Pada Mobile Banking BCA. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, *10*(2), 306–336.

Lock, M., Yee, S., & Abdullah, M. S. (2021). A Review of UTAUT and Extended Model as a Conceptual Framework in Education Research. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Matematik Malaysia*, *11*, 1–20.

Lutfiah, D., & Dalimunte, A. A. (2022). Analysis of the Implementation of BSI Mobile Services on Customer Satisfaction at BSI KCP Medan Pulo Brayan. *Journal of Indonesian Management (JIM)*, *2*(2), 205–212. https://doi.org/10.53697/jim.v2i2.611

Mauliddina, P., Mustika, D., & Dariati, A. M. (2022). The Effect of Mobile banking Service Quality on Customer Satisfaction with Indonesian Sharia Bank(BSI) at Thursina Hospital. *Http://Www.Journal*

Staihubbbulwathan.Id/Index.Php/Finest/Index Vol.6, No. 1 2022, *6*(1), 79–97. http://www.journal.staihubbulwathan.id/index.php/finest/index

Murjani. (2022). Prosedur Penelitian Kuantitatif. *Cross-Border*, *5*(1), 688–713. https://journal.iaisambas.ac.id/index.php/Cross-Border/article/view/1141

Mustaqim, R. N., Kusyanti, A., & Aryadita, H. (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Penggunaan E-Commerce XYZ Menggunakan Model UTAUT (Unified Theory Acceptance and Use Of Technology)*. *2*(7), 2584–2593.

Muttaqien, M. K., Anam, M. K., Mas'ud, T., & Syaifullah, H. (2023). Penerimaan Mobile Banking di Kalangan Nasabah Perbankan Syariah. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, *5*(4), 1922–1931. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i4.2600

Nikolopoulou, K., Gialamas, V., & Lavidas, K. (2020). Acceptance of mobile phone by university students for their studies: an investigation applying UTAUT2 model. *Education and Information Technologies*, *25*(5), 4139–4155. https://doi.org/10.1007/s10639-020-10157-9

Nugroho, A. P., Atmaja, F. F., Mutaalimah, S., Andriansyah, Y., & Achiria, S. (2021). The Effect of Price, Product Quality and Religiosity on Purchasing Behavior of Halal-Labeled Sariayu Beauty Products. *Proceedings of the 2nd Southeast Asian Academic Forum on Sustainable Development (SEA-AFSID 2018)*, *168*(March). https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210305.062

Nugroho, A. P., Izzat, D., & Suhasti, W. (2019). Peran Identitas Agama Terhadap Niat Menggunakan Kosmetik Halal : Perluasan Theory of Planned Behavior. *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, *2*(2), 89. https://doi.org/10.12928/ijiefb.v2i2.921

Nugroho, A. P., Zulni, D. A., & Andriansyah, Y. (2023). Exploring the Adoption of Digital Wallets Among Islamic Millennials in Yogyakarta, Indonesia Using an Extended Utaut Model: the Role of Islamic Consumption Ethics. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, *101*(14), 5528–5540.

Nugroho, T., Winarno, W. W., & Haryono, K. (2020). Analisis Pengaruh Dimensi

Budaya Terhadap Penggunaan Aplikasi Trasnportasi Online Menggunakan UTAUT2 dan Budaya Hofstede. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, *4*(2), 377. https://doi.org/10.30865/mib.v4i2.2062

Nurdin, et al. (2020). Nurdin, N., Ningrum, R., Bachmid, S., Jalil, A. (2020). *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu*, *3*(1).

Onibala. (2021). Analisis Penerapan Model UTAUT2 Terhadap E-Kinerja pada Pemerintah Provinsi Sulawesi utara. *E-Journal Teknik Informatika*, *2*, 1–13. http://repo.unsrat.ac.id/2974/

Pichler, S., Kohli, C., & Granitz, N. (2021). DITTO for Gen Z: A framework for leveraging the uniqueness of the new generation. *Business Horizons*, *64*(5), 599–610. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.02.021

Pokhrel, S. (2024). Behavioral Intention to Adopt Islamic Banking Digital services: A Modified UTAUT2 approach. *Αγαη*, *15*(1), 37–48.

Purwanto, E., & Loisa, J. (2020). The Intention and Use Behaviour of the Mobile Banking System in indonesia: UTAUT Model. *Technology Reports of Kansai University* , *July*, 2757-2767. https://www.researchgate.net/publication/343230847

Rachmadi, A., Dwi Herlambang, A., & Ferghyna. (2020). Pengaruh Facilitating Conditions dan Behavioral Intention terhadap Use Behavior pada Pengguna Aplikasi BNI Mobile Banking. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, *4*(9), 3201–3208. http://j-ptiik.ub.ac.id

Raza, S. A., Shah, N., & Ali, M. (2019). Acceptance of mobile banking in Islamic banks: evidence from modified UTAUT model. *Journal of Islamic Marketing*, *10*(1), 357–376. https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0038

Rita, R., & Fitria, M. H. (2021). Analisis Faktor-Faktor UTAUT dan Trust Terhadap Behavioral Intention Pengguna BNI Mobile Banking Pada Pekerja Migran Indonesia. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, *4*(2), 926–939. https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.453

Rizani, R., Hamdi, F., Sharfina Permata Noor, E., Agama Kuala Kurun, P.,

Antasari Banjarmasin, U., & Syekh Muhammad Nafis Tabalong, S. (2024). *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence,Economic and Legal Theory (IJIJEL) PENERAPAN PRINSIP SYARIAH DALAM PRODUK PERBANKAN SYARIAH*. *2*(1), 109–138. https://shariajournal.com/index.php/IJIJEL

Ruangkanjanases, A., & Wongprasopchai, S. (2018). *Organizational Business Excellence ADOPTION OF MOBILE BANKING SERVICES : AN EMPIRICAL*. *1*(1), 1–12.

Sari, A. P., Sukardi, B., & Abadi, M. K. R. (2024). Adoption of User Satisfaction With the Utaut2 Model in Using Indonesia Sharia Mobile Banking. *FINANSIA : Jurnal Akuntansi Dan Perbankan Syariah*, *7*(1), 21–40. https://doi.org/10.32332/finansia.v7i1.8165

Sari, A. P., Sukardi, B., Kurnia, M., & Abadi, R. (2024). *ADOPTION OF USER SATISFACTION WITH THE UTAUT2 MODEL IN USING INDONESIA SHARIA MOBILE BANKING*. *7*(1).

Shankar, A., Jebarajakirthy, C., & Ashaduzzaman, M. (2020). How do electronic word of mouth practices contribute to mobile banking adoption? *Journal of Retailing and Consumer Services*, *52*(August 2018), 101920. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101920

Shankar, A., & Rishi, B. (2020). Convenience matter in mobile banking adoption intention? *Australasian Marketing Journal*, *28*(4), 273–285. https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2020.06.008

Sholihah, E., Antari, I. S. W., Rochimawati, R. F., & Ulwiyyah. (2023). Determinants of BSI mobile banking adoption intentions: DeLone & McLean and UTAUT Model integration with religiosity. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, *5*(1), 1–17. https://doi.org/10.20885/ajim.vol5.iss1.art1

Stewart, D. (2009). Mobile banking. *ABA Bank Marketing*, *41*(5).

Styarini, F., & Riptiono, S. (2020). Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk dan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah*

Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA), *2*(4), 670–680. https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i4.590

Sudarsono, H., Hasanah, L. lak N. El, Shidiqie, J. S. A., & Supriani, I. (2024). Antecedents of Muslim Students' Adoption of Mobile Banking: An Extended TAM and UTAUT Approach. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, *20*(1), 114–128. https://doi.org/10.33830/jom.v20i1.7514.2024

Sukhov, A., Friman, M., & Olsson, L. E. (2023). Unlocking potential: An integrated approach using PLS-SEM, NCA, and fsQCA for informed decision making. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *74*(January), 103424. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103424

Supardi, S. (1993). Populasi dan Sampel Penelitian. *Unisia*, *13*(17), 100–108. https://doi.org/10.20885/unisia.vol13.iss17.art13

Szymkowiak, A., Melović, B., Dabić, M., Jeganathan, K., & Kundi, G. S. (2021). Information technology and Gen Z: The role of teachers, the internet, and technology in the education of young people. *Technology in Society*, *65*(January). https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101565

Tamilmani, K., Rana, N. P., Wamba, S. F., & Dwivedi, R. (2021). The extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2): A systematic literature review and theory evaluation. *International Journal of Information Management*, *57*(April 2020), 102269. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102269

Tasbih, T. (2024). *Motivasi dalam Perspektif Hadis : Studi Kontekstual terhadap Hadis tentang Niat*. *11*(2), 109–123.

Taufan, S., & Wardani, D. (2023). Analisis penerimaan bank digital dengan UTAUT 2 pasca pandemi. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, *6*(2), 265–284. https://doi.org/10.36407/jmsab.v6i2.785

Utami, N. I., Karman, A., & Syarifudin, M. (2022). Analisis Intensi Penggunaan Mobile Banking dengan Pendekatan Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT). *OIKONOMIKA : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, *3*(1), 45–72. https://doi.org/10.53491/oikonomika.v3i1.353

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information: Towar a Unified View. *MIS Quarterly*, *27*(3), 425–478. https://www.jstor.org/stable/30036540

Venkatesh, V., Thong, J. y. ., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology by Viswanath Venkatesh, James Y.L. Thong, Xin Xu :: SSRN. *MIS Quarterly*, *36*(1), 157–178. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2002388

Vinzi, E. V., Chin, W. W., Henseler, J., & Wang, H. (2010). *Handbook of Partial Least Square*. https://doi.org/10.1007/978-3-540-32827-8

Ye, J., Zheng, J., & Yi, F. (2020). A study on users' willingness to accept mobility as a service based on UTAUT model. *Technological Forecasting and Social Change*, *157*(March), 120066. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120066

Ye, N. (2004). Dimensions of Consumer Perceived Risk in Online Shopping. *Journal of Electronic Science and Technology of China*, *2*(3).

Yuliana, P. D., & Aprianingsih, A. (2022). Factors involved in adopting mobile banking for Sharia Banking Sector using UTAUT 2. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, *26*(1), 184–207. https://doi.org/10.26905/jkdp.v26i1.6858

LAMPIRAN

KUESIONER

PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan nama saya Salsa Bila Putri Utami (20423178) mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia, Angkatan 2020. Saat ini saya sedang melakukan penelitian guna menyempurnakan tugas akhir mengenai Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Perilaku Pengguna Nasabah BSI Mobile Banking Menggunakan UTAUT 2 (Studi Pada Generasi Z). Dengan kerendahan hati, kami mengharapkan kesediaan waktu saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian dengan kriteria responden sebagai berikut:

1. Responden menetap di Yogyakarta dan telah menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.
2. Responden merupakan Generasi Z baik mahasiswa maupun yang sudah bekerja.
3. Responden merupakan Generasi Z (kelahiran tahun 1997-2007) yang telah menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

Adapun jawaban dari saudara/i akan dirahasiakan sebagaimana mestinya. Atas kesediaan saudara/i kami ucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya dalam membantu penelitian ini.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabaraktuh.

Hormat Kami

Tim Penelitian

Salsa Bila Putri Utami

LEMBAR PERSETUJUAN RESPONDEN (INFORMED CONSENT)

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Responden : ……

Umur : ……

Menyatakan bersedia menjadi subyek (responden) dalam penelitian dari:

Nama : Salsa Bila Putri Utami

Nim : 20423178

Judul Skripsi : **PENGARUH RESIKO YANG DIRASAKAN TERHADAP PERILAKU NASABAH BSI MOBILE BANKING MENGGUNAKAN UTAUT 2 (STUDI PADA GENERASI Z)**

Saya telah diberikan penjelasan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan penelitian diatas dan saya telah diberikan kesempatan untuk bertanya mengenai hal-hal yang belum dimengerti dan telah mendapatkan jawaban dan pertanyaan yang sudah diberikan.

Berdasarkan lembar ini, saya menyatakan secara sadar dan sukarela untuk ikut sebagai responden dalam penelitian ini serta bersedia menjawab semua pertanyaan dengan sadar dan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, ……..2024

(Responden)

IDENTITAS RESPONDEN

Mohon kesediaan Saudara/I mengisi daftar pertanyaan berikut:

1. Nama Lengkap: …….
2. Email: ……..
3. Jenis Kelamin:
    - Laki-laki
    - Perempuan
4. Usia:
    - 17-20 tahun
    - 21-24 tahun
    - 25-27 tahun
5. Nomor Telpon: ……
6. Jenis Pekerjaan:
    - Mahasiswa/Pelajar
    - Bekerja
    - Lain-lain
7. Apakah anda nasabah Bank Syariah Indonesia?
    - Ya
    - Tidak
8. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia
    - 1-2 tahun
    - 3-4 tahun
    - Lain-lain
9. Apakah anda sudah menggunakan BSI mobile banking?
    - Ya
    - Tidak
10. Sudah berapa lama anda menggunakan BSI mobile banking
    - 1-2 tahun
    - 3-4 tahun
    - Lain-lain
11. Apakah anda sedang berada di Yogyakarta?

- Ya
- Tidak

12. Domisili anda:
    - Sleman
    - Kota Yogyakarta
    - Bantul
    - Gunung Kidul
    - Kulon Progo

KUESIONER PENELITIAN

Berilah jawaban pertanyaan dengan memilih kolom yang tersedia sesuai kondisi yang dialami dengan ketentuan berikut:

A. Pilihlah kolom jawaban yang tersedia mulai dari 1 hingga 10 sesuai dengan pendapat anda.
B. Apabila setuju, maka berikan tanda yang menunjukkan nilai yang semakin tinggi ke kanan. Semakin mendekati angka 10 maka anda setuju dengan pernyataan yang diajukan.
C. Apabila anda tidak setuju maka berikan tanda pada angka yang menunjukkan nilai yang semakin rendah ke kiri. Semakin mendekati angka 1 maka anda semakin tidak setuju dengan pernyataan yang diajukan.
D. Tidak ada jawaban yang benar ataupun salah. Semua pernyataan disesuaikan dengan kondisi dan keadaan masing-masing responden.

1. EKSPEKTASI KINERJA

Keuntungan Relatif

1. Bagi saya BSI mobile banking lebih bermanfaat dibandingkan metode perbankan tradisional.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju

2. Saya lebih banyak mendapatkan keuntungan dengan menggunakan BSI mobile banking.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Persepsi Kegunaan

3. Menggunakan BSI mobile banking membuat aktivitas perbankan saya lebih mudah.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

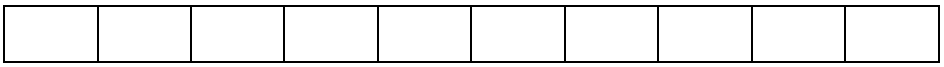
4. BSI mobile banking memungkinkan saya menyelesaikan transaksi perbankan lebih cepat.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Motivasi Ekstrinsik

5. Menggunakan BSI mobile banking membantu saya mendapatkan intensif dari bank.



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

6. Saya menggunakan BSI mobile banking karena dapat menghemat biaya transaksi.

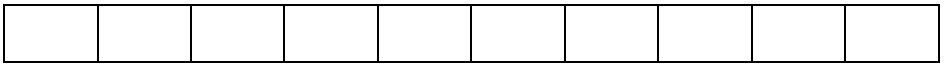


1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

Ekspektasi Hasil

7. Saya berharap peningkatan keamanan transaksi dengan menggunakan BSI mobile banking.



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

8. Saya berharap dapat menghindari kesalahan transaksi dengan menggunakan BSI mobile banking.



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

2. EKSPEKTASI USAHA

Kemudahan Pengguna

9. Saya tidak mengalami kesulitan saat menggunakan BSI mobile banking.

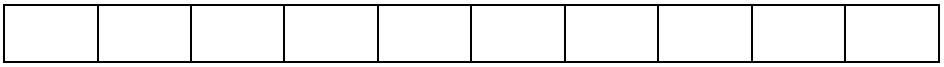


1 2 3 4 5 6 7 8 9

10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

10. Dengan mudah saya dapat mengingat cara menggunakan fitur-fitur layanan BSI mobile banking.

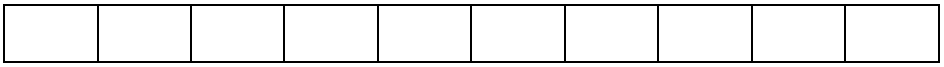


1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

Persepsi Kemudahan Pengguna

11. Saya tidak memerlukan banyak usaha dalam menggunakan BSI mobile banking.



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

12. BSI mobile banking sangat mudah untuk saya gunakan.



1 2 3 4 5 6 7 8 9

10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

Kompleksitas

13. Menurut saya, menggunakan BSI mobile banking lebih efektif dari segi waktu.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

14. Secara keseluruhan, saya merasa BSI mobile banking tidak sulit untuk digunakan.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

3. VARIABEL PENGARUH SOSIAL

Norma Subjektif

15. Orang-orang penting disekitar saya berpikir bahwa saya harus menggunakan BSI mobile banking.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

16. Orang-orang yang mempengaruhi perilaku saya berpendapat bahwa saya harus menggunakan BSI mobile banking.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

Faktor Sosial

17. Teman-teman saya mendorong saya untuk menggunakan BSI mobile banking.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

18. Keluarga saya mendukung penggunaan BSI mobile banking.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Citra

19. Menggunakan BSI mobile banking meningkatkan citra saya di lingkungan sosial.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

20. Saya akan memiliki lebih banyak kebanggan jika menggunakan BSI mobile banking daripada tidak menggunakannya.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

4. VARIABEL KONDISI YANG MEMFASILITASI

Kompatibilitas

21. BSI mobile banking kompatibel dengan teknologi lain yang saya gunakan.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

22. Saya dapat dengan mudah mengintegrasikan BSI mobile banking kedalam rutinitas saya.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

Kondisi Yang Memfasilitasi

23. Saya memiliki perangkat yang diperlukan (smartphone) untuk menggunakan BSI mobile banking.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

24. Saya memiliki koneksi internet yang memadai untuk menggunakan BSI mobile banking.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

Kontrol Perilaku Persepsi

25. Menggunakan BSI mobile banking sepenuhnya berada dalam kendali saya.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

26. Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan BSI mobile banking.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

5. VARIABEL PERSEPSI RESIKO

Resiko Kinerja

27. Saya khawatir ada kesalahan transaksi saat menggunakan BSI mobile banking.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

28. Saya tidak khawatir bahwa BSI mobile banking akan berfungsi tidak sesuai dengan ekspektasi saya.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

Resiko Finansial

29. Saya tidak takut akan kehilangan uang karena BSI mobile banking merupakan layanan yang bertanggung jawab.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

30. Saya merasa BSI mobile banking tidak akan mendatangkan kerugian secara finansial.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

Resiko Keamanan

31. Saya tidak khawatir menggunakan BSI mobile banking karena memiliki sistem keamanan yang baik.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

32. Saya tidak khawatir akan terjadi peretasan karena BSI mobile banking dilengkapi oleh sistem keamanan yang baik untuk melindungi data pribadi.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

Resiko Privasi

33. Saya menghindari menggunakan BSI mobile banking karena informasi pribadi dapat disalahgunakan.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

34. Saya merasa penggunaan BSI mobile banking dapat mengancam privasi saya.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

6. VARIABEL NIAT PERILAKU

Niat Pembelian Ulang

35. Saya akan merekomendasikan layanan BSI mobile banking kepada orang terdekat.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

36. Saya berniat untuk terus menggunakan BSI mobile banking.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

Komunikasi Positif Dalam Hal Pemasaran

37. Pemasaran tentang layanan BSI mobile banking relevan dengan minat saya.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

Kualitas Layanan

38. Bagi saya, layanan BSI mobile banking sangat cepat.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

39. Saya merasa aman dengan bertransaksi melalui BSI mobile banking.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

7. VARIABEL PERILAKU PENGGUNA

Waktu Penggunaan

40. Kadang kala saya menggunakan BSI mobile banking untuk bertransaksi.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat Tidak Setuju — Sangat Setuju

41. Waktu yang saya butuhkan dalam menggunakan BSI mobile banking sangat cepat.

1 2 3 4 5 6 7 8 9

10

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Frekuensi Penggunaan

42. Saya menggunakan BSI mobile banking dalam keseharian saya dalam bertransaksi.

1 2 3 4 5 6 7 8 9

10

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

43. Saya selalu menggunakan BSI mobile banking untuk segala bentuk transaksi.

1 2 3 4 5 6 7 8 9

10

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Variasi Yang Digunakan

44. Saya sering menggunakan fitur layanan BSI mobile banking.

1 2 3 4 5 6 7 8 9

10

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

OUTPUT SPSS

Ekspektasi Kinerja

EK1	EK2	EK3	EK4	EK5	EK6	EK7	EK8	Total EK
8	8	8	8	8	8	8	8	64
10	9	10	10	9	10	10	10	78
9	9	9	8	7	8	8	8	66
9	9	9	9	8	8	8	9	69
10	7	10	10	6	7	10	9	69
9	8	8	9	8	9	9	9	69
10	10	10	10	10	9	9	9	77
9	10	9	9	10	10	10	9	76
9	9	10	9	9	10	10	10	76
7	7	7	7	4	5	9	9	55
10	8	10	10	9	9	10	10	76
8	9	9	9	3	8	10	9	65
9	8	8	9	7	9	8	7	65
9	10	9	10	7	9	9	10	73
10	8	10	10	5	6	8	8	65
10	7	7	8	7	10	9	8	66
9	10	9	8	8	10	10	9	73
9	9	9	9	9	9	9	8	71
9	9	10	9	8	7	10	10	72
7	7	8	8	6	7	9	9	61
10	8	9	9	3	5	8	8	60
8	7	8	9	6	7	10	10	65
10	9	9	9	8	8	9	8	70
8	8	8	9	8	7	10	10	68
7	7	8	7	6	9	9	8	61
7	7	7	8	7	8	8	8	60
10	10	10	10	10	10	10	10	80
8	9	10	10	8	9	10	10	74
8	8	8	8	8	8	8	8	64
10	10	10	10	9	10	10	10	79
5	7	7	5	5	5	5	5	44
8	8	8	7	8	9	8	8	64
8	9	9	8	9	10	9	9	71
10	10	10	10	9	10	10	10	79
9	9	9	9	8	10	10	10	74
7	6	6	5	6	7	7	7	51

Correlations

		EK1	EK2	EK3	EK4	EK5	EK6	EK7	EK8	Total EK
EK1	Pearson Correlation	1	.553**	.708**	.792**	.394*	.425**	.524**	.471**	.761**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.018	.010	.001	.004	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36
EK2	Pearson Correlation	.553**	1	.726**	.608**	.589**	.594**	.473**	.507**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.004	.002	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36
EK3	Pearson Correlation	.708**	.726**	1	.823**	.422*	.372*	.599**	.617**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.010	.026	.000	.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36
EK4	Pearson Correlation	.792**	.608**	.823**	1	.376*	.377*	.693**	.713**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.024	.023	.000	.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36
EK5	Pearson Correlation	.394*	.589**	.422*	.376*	1	.757**	.380*	.411*	.739**
	Sig. (2-tailed)	.018	.000	.010	.024		.000	.022	.013	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36
EK6	Pearson Correlation	.425**	.594**	.372*	.377*	.757**	1	.516**	.430**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.026	.023	.000		.001	.009	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36
EK7	Pearson Correlation	.524**	.473**	.599**	.693**	.380*	.516**	1	.893**	.787**
	Sig. (2-tailed)	.001	.004	.000	.000	.022	.001		.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36

EK8	Pearson Correlation	.471**	.507**	.617**	.713**	.411*	.430**	.893**	1	.780**
	Sig. (2-tailed)	.004	.002	.000	.000	.013	.009	.000		.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Total EK	Pearson Correlation	.761**	.803**	.813**	.831**	.739**	.751**	.787**	.780**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.900	8

Ekspektasi Usaha

EU1	EU2	EU3	EU4	EU5	EU6	Total EU
8	8	8	8	8	8	48
10	10	9	10	10	10	59
10	9	9	10	9	10	57
9	9	9	9	9	9	54
7	9	9	9	9	10	53
8	8	9	9	9	9	52
10	9	9	10	10	9	57
9	10	10	9	9	9	56
9	8	9	9	9	8	52
5	5	4	5	5	5	29
10	10	10	10	10	10	60
9	7	8	8	8	8	48
10	10	10	9	8	9	56
9	10	10	10	9	9	57
7	6	7	7	6	7	40
10	8	9	10	7	8	52
10	10	10	10	10	10	60
9	10	9	9	8	10	55
6	7	8	8	9	8	46
9	9	9	9	9	9	54
9	9	9	9	7	8	51
8	8	8	9	8	7	48
7	7	8	7	6	6	41
10	10	9	9	9	9	56
7	8	8	7	7	8	45
7	8	7	7	7	8	44
10	10	10	10	10	10	60
7	8	8	7	7	9	46
8	7	7	8	7	8	45
10	8	7	9	10	10	54
6	6	7	5	5	5	34
8	7	7	10	8	8	48
9	10	9	9	10	10	57
10	10	10	10	10	10	60
7	8	8	8	9	8	48
8	8	8	7	6	7	44

Correlations

		EU1	EU2	EU3	EU4	EU5	EU6	Total EU
EU1	Pearson Correlation	1	.769**	.730**	.839**	.684**	.724**	.880**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36
EU2	Pearson Correlation	.769**	1	.878**	.751**	.737**	.831**	.918**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36
EU3	Pearson Correlation	.730**	.878**	1	.756**	.674**	.711**	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36
EU4	Pearson Correlation	.839**	.751**	.756**	1	.819**	.794**	.920**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36
EU5	Pearson Correlation	.684**	.737**	.674**	.819**	1	.857**	.889**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36
EU6	Pearson Correlation	.724**	.831**	.711**	.794**	.857**	1	.913**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	36	36	36	36	36	36	36
Total EU	Pearson Correlation	.880**	.918**	.875**	.920**	.889**	.913**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	36	36	36	36	36	36	36

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.952	6

Pengaruh Sosial

PS1	PS2	PS3	PS4	PS5	PS6	Total PS
8	5	6	6	6	7	38
10	10	9	10	10	9	58
8	8	7	8	8	8	47
8	8	8	9	8	8	49
8	7	7	7	7	5	41
9	9	9	8	9	9	53
9	9	9	10	9	10	56
8	9	8	9	8	9	51
8	9	9	8	9	9	52
5	5	5	6	4	3	28
8	8	8	8	8	8	48
9	8	8	9	7	6	47
9	8	5	10	7	6	45
8	9	9	8	9	10	53
8	8	7	8	6	6	43
7	8	9	7	10	7	48
9	9	9	9	9	9	54
8	7	9	10	10	9	53
5	5	4	5	6	6	31
9	9	9	9	9	9	54
7	7	5	7	3	3	32
7	7	7	6	5	6	38
8	7	7	7	8	7	44
8	6	2	10	8	8	42
8	7	8	7	7	8	45
7	7	8	7	8	8	45
10	10	10	10	10	10	60
9	8	8	7	8	10	50
7	8	7	8	8	7	45
7	4	2	3	1	4	21
4	5	4	5	4	5	27
3	5	5	3	5	5	26
10	9	10	10	8	8	55
10	10	10	3	7	10	50
8	7	5	9	9	9	47
7	6	6	5	5	5	34

Correlations

		PS1	PS2	PS3	PS4	PS5	PS6	Total PS
PS1	Pearson Correlation	1	.778**	.620**	.614**	.583**	.655**	.817**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36
PS2	Pearson Correlation	.778**	1	.839**	.594**	.732**	.730**	.909**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36
PS3	Pearson Correlation	.620**	.839**	1	.404*	.707**	.680**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.014	.000	.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36
PS4	Pearson Correlation	.614**	.594**	.404*	1	.709**	.505**	.754**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.014		.000	.002	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36
PS5	Pearson Correlation	.583**	.732**	.707**	.709**	1	.836**	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36
PS6	Pearson Correlation	.655**	.730**	.680**	.505**	.836**	1	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.000		.000
	N	36	36	36	36	36	36	36
Total PS	Pearson Correlation	.817**	.909**	.836**	.754**	.908**	.869**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	36	36	36	36	36	36	36

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.918	6

Kondisi yang Memfasilitasi

KM1	KM2	KM3	KM4	KM5	KM6	Total KM
10	8	7	8	8	8	49
10	10	10	10	10	10	60

8	8	10	9	9	9	53
8	8	10	9	9	9	53
10	10	10	10	10	10	60
9	9	9	9	9	9	54
9	10	10	10	10	9	58
9	9	9	9	10	10	56
9	9	9	9	9	9	54
4	4	4	6	6	6	30
9	10	10	10	10	10	59
8	8	9	9	9	9	52
8	8	8	10	9	10	53
9	9	10	10	10	10	58
8	9	10	10	10	10	57
9	7	10	7	8	8	49
7	7	8	7	8	8	45
8	8	7	8	9	10	50
7	7	9	8	9	8	48
8	8	8	8	8	8	48
9	9	10	10	9	10	57
8	7	10	9	9	7	50
7	7	8	8	7	8	45
8	8	10	10	9	9	54
8	7	9	9	9	7	49
7	7	8	8	7	7	44
10	10	10	10	10	10	60
9	9	10	10	8	8	54
8	7	7	8	8	7	45
10	7	10	10	10	10	57
5	6	5	6	6	6	34
5	5	5	5	5	5	30
10	9	9	10	10	10	58
9	10	10	10	10	10	59
9	8	10	10	8	9	54
6	6	7	8	6	7	40

Correlations

		KM1	KM2	KM3	KM4	KM5	KM6	Total KM
KM1	Pearson Correlation	1	.829**	.773**	.784**	.811**	.774**	.907**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000

	N	36	36	36	36	36	36	36
KM2	Pearson Correlation	.829**	1	.748**	.816**	.826**	.828**	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36
KM3	Pearson Correlation	.773**	.748**	1	.836**	.800**	.709**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36
KM4	Pearson Correlation	.784**	.816**	.836**	1	.836**	.822**	.927**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36
KM5	Pearson Correlation	.811**	.826**	.800**	.836**	1	.873**	.935**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36
KM6	Pearson Correlation	.774**	.828**	.709**	.822**	.873**	1	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	36	36	36	36	36	36	36
Total KM	Pearson Correlation	.907**	.919**	.892**	.927**	.935**	.908**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	36	36	36	36	36	36	36

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.960	6

Resiko yang Dirasakan

RD1	RD2	RD3	RD4	RD5	RD6	RD7	RD8	Total RD
6	6	6	7	6	5	6	6	48
10	10	10	10	10	8	8	9	75
5	8	8	8	9	9	9	9	65
5	9	8	9	9	9	9	9	67
4	5	5	5	5	5	5	5	39
8	8	9	9	9	9	9	8	69
9	9	10	9	9	10	10	9	75
9	9	10	9	9	9	8	9	72
9	9	9	9	9	10	8	9	72
6	4	3	6	6	6	6	6	43
8	9	9	8	9	9	9	9	70
6	8	7	8	7	7	7	7	57
7	7	9	7	8	7	6	7	58
9	8	9	9	9	9	9	9	71
8	8	7	8	8	8	8	8	63
10	8	10	8	9	9	10	8	72
9	8	7	9	8	8	10	10	69
9	9	9	10	9	9	9	8	72
9	7	7	7	7	7	7	7	58
8	8	9	9	9	9	8	8	68
5	7	8	8	8	7	7	7	57
8	6	6	6	7	7	8	7	55
7	7	7	8	8	8	9	9	63
7	7	8	8	7	7	8	8	60
7	7	7	7	7	7	7	8	57
7	8	7	8	7	7	8	7	59
10	8	10	10	10	10	10	10	78
6	9	7	8	8	7	7	8	60
7	7	8	8	7	7	8	8	60
5	3	1	5	7	4	5	8	38
4	5	5	4	5	4	5	6	38
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	10	8	8	8	9	9	8	65
7	8	7	7	8	8	8	8	61
10	9	6	9	9	9	9	9	70
6	7	7	8	6	6	6	6	52

Correlations

		RD1	RD2	RD3	RD4	RD5	RD6	RD7	RD8	Total RD
RD1	Pearson Correlation	1	.530**	.591**	.673**	.676**	.665**	.656**	.611**	.774**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36
RD2	Pearson Correlation	.530**	1	.809**	.838**	.770**	.830**	.737**	.653**	.878**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36
RD3	Pearson Correlation	.591**	.809**	1	.782**	.734**	.796**	.687**	.547**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36
RD4	Pearson Correlation	.673**	.838**	.782**	1	.846**	.843**	.789**	.744**	.923**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36
RD5	Pearson Correlation	.676**	.770**	.734**	.846**	1	.892**	.805**	.864**	.927**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36
RD6	Pearson Correlation	.665**	.830**	.796**	.843**	.892**	1	.894**	.785**	.950**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36
RD7	Pearson Correlation	.656**	.737**	.687**	.789**	.805**	.894**	1	.823**	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36

RD8	Pearson Correlation	.611**	.653**	.547**	.744**	.864**	.785**	.823**	1	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Total RD	Pearson Correlation	.774**	.878**	.859**	.923**	.927**	.950**	.901**	.838**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.954	8

Niat Perilaku

NP1	NP2	NP3	NP4	NP5	Total NP
9	8	8	8	8	41
10	9	9	10	10	48
9	9	9	9	9	45
9	8	8	9	8	42
6	8	7	7	5	33
9	9	9	9	10	46
9	9	10	10	9	47
9	9	9	9	9	45
9	8	8	8	9	42
5	3	4	4	4	20
10	10	10	10	10	50
8	8	6	8	8	38
6	9	7	10	8	40
9	10	9	9	9	46
8	8	8	8	8	40
8	8	10	9	7	42
9	9	8	10	7	43
8	8	9	6	9	40
7	6	5	9	6	33
9	6	7	8	7	37
8	7	4	6	8	33
7	7	7	7	7	35
8	8	8	7	8	39
9	9	9	8	8	43
8	8	8	8	8	40
7	8	7	8	7	37
10	10	10	10	10	50
8	9	9	7	7	40
8	8	7	8	8	39
5	4	5	7	9	30
5	6	6	6	6	29
7	7	5	5	7	31
10	10	10	10	10	50
10	10	10	10	10	50
7	8	6	8	8	37
6	5	6	5	6	28

Correlations

		NP1	NP2	NP3	NP4	NP5	Total NP
NP1	Pearson Correlation	1	.775**	.764**	.694**	.734**	.896**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36
NP2	Pearson Correlation	.775**	1	.812**	.752**	.679**	.916**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36
NP3	Pearson Correlation	.764**	.812**	1	.691**	.647**	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36
NP4	Pearson Correlation	.694**	.752**	.691**	1	.646**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36
NP5	Pearson Correlation	.734**	.679**	.647**	.646**	1	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	36	36	36	36	36	36
Total NP	Pearson Correlation	.896**	.916**	.897**	.860**	.833**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	36	36	36	36	36	36

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.927	5

Perilaku Pengguna

PP1	PP2	PP3	PP4	PP5	Total PP
9	8	8	7	8	40
9	10	8	8	9	44
8	9	9	9	9	44
8	9	9	9	9	44
7	7	7	7	7	35
9	9	9	9	10	46
10	10	9	9	9	47
8	9	9	10	9	45
9	9	9	10	10	47
7	6	5	6	6	30
10	10	10	8	8	46
9	8	7	7	7	38
10	10	10	10	10	50
9	10	9	9	9	46
9	10	9	10	7	45
7	8	9	10	8	42
8	9	8	10	9	44
9	10	10	7	9	45
8	7	7	7	8	37
9	9	6	7	7	38
7	8	7	6	6	34
7	7	6	7	7	34
8	7	7	7	7	36
9	9	9	9	9	45
8	7	9	8	8	40
8	7	7	8	7	37
10	10	10	10	10	50
9	8	8	7	8	40
8	7	8	8	8	39
9	9	8	8	8	42
7	7	7	7	8	36
7	6	3	4	4	24
10	10	10	10	10	50
10	10	10	10	10	50

8	6	4	3	5	26
6	5	6	5	5	27

Correlations

		PP1	PP2	PP3	PP4	PP5	Total PP
PP1	Pearson Correlation	1	.819**	.658**	.535**	.675**	.787**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36
PP2	Pearson Correlation	.819**	1	.806**	.750**	.783**	.914**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36
PP3	Pearson Correlation	.658**	.806**	1	.851**	.878**	.943**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36
PP4	Pearson Correlation	.535**	.750**	.851**	1	.853**	.907**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36
PP5	Pearson Correlation	.675**	.783**	.878**	.853**	1	.938**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	36	36	36	36	36	36
Total PP	Pearson Correlation	.787**	.914**	.943**	.907**	.938**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	36	36	36	36	36	36

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.937	5

ANALISIS SEM

Outer Loading

Outer loadings - Matrix

Copy to Excel/Word | Copy to R

	Ekspetasi Kinerja	Ekspetasi Usaha	Kondisi yang Memfasilitasi	Niat Perilaku	Pengaruh Sosial	Perilaku Pengguna	Resiko yang dirasakan
EK1	0.791						
EK2	0.818						
EK3	0.818						
EK4	0.829						
EK5	0.777						
EK6	0.757						
EK7	0.754						
EK8	0.788						
EU1		0.827					
EU2		0.824					
EU3		0.808					
EU4		0.867					
EU5		0.826					
EU6		0.819					
KM1			0.825				
KM2			0.820				
KM3			0.826				
KM4			0.818				
KM5			0.780				

Reset 90%

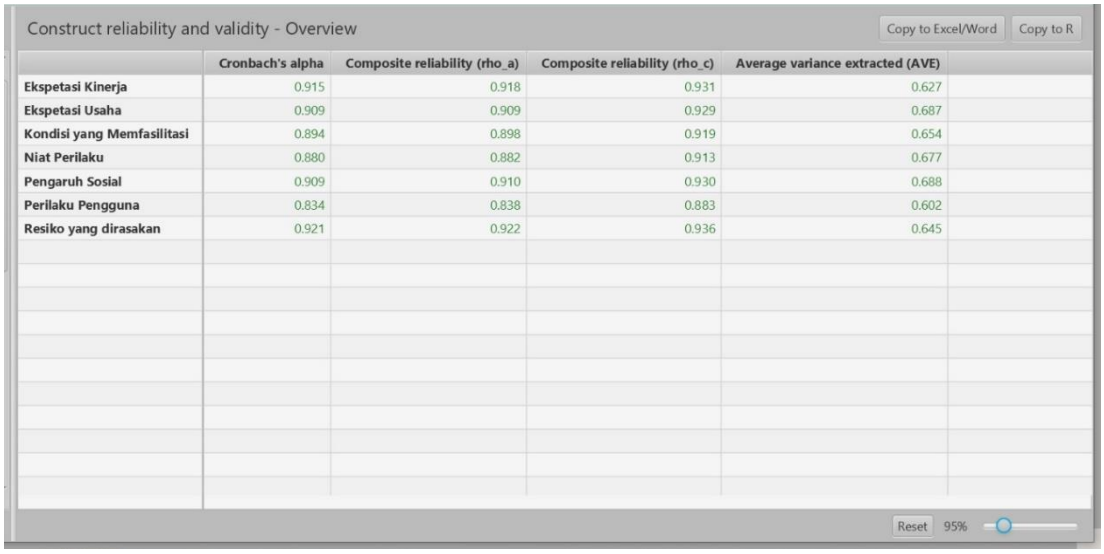
Outer loadings - Matrix

Copy to Excel/Word | Copy to R

	Ekspetasi Kinerja	Ekspetasi Usaha	Kondisi yang Memfasilitasi	Niat Perilaku	Pengaruh Sosial	Perilaku Pengguna	Resiko yang dirasakan
KM4			0.818				
KM5			0.780				
KM6			0.780				
NP1				0.826			
NP2				0.868			
NP3				0.819			
NP4				0.800			
NP5				0.798			
PP1						0.706	
PP2						0.798	
PP3						0.804	
PP4						0.776	
PP5						0.791	
PS1					0.838		
PS2					0.839		
PS3					0.850		
PS4					0.805		
PS5					0.840		
PS6					0.804		
RD1							0.733
RD2							0.801
RD3							0.792
RD4							0.766
RD5							0.844
RD6							0.835
RD7							0.816
RD8							0.831

Reset 65%

Reliability & AVE



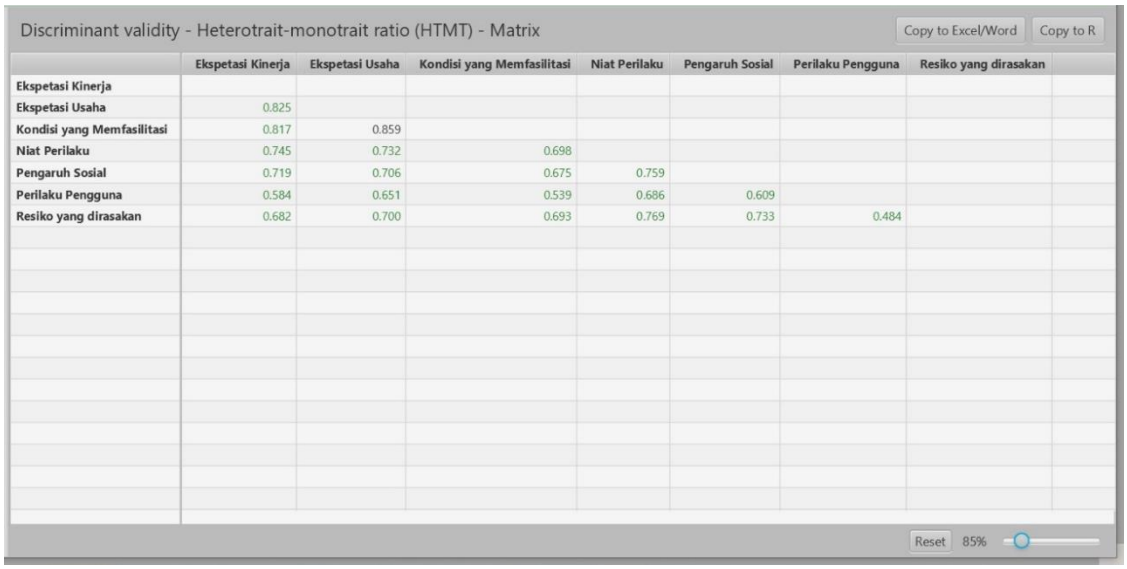
Construct reliability and validity - Overview

Copy to Excel/Word | Copy to R

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Ekspetasi Kinerja	0.915	0.918	0.931	0.627
Ekspetasi Usaha	0.909	0.909	0.929	0.687
Kondisi yang Memfasilitasi	0.894	0.898	0.919	0.654
Niat Perilaku	0.880	0.882	0.913	0.677
Pengaruh Sosial	0.909	0.910	0.930	0.688
Perilaku Pengguna	0.834	0.838	0.883	0.602
Resiko yang dirasakan	0.921	0.922	0.936	0.645

Reset 95%

HTMT



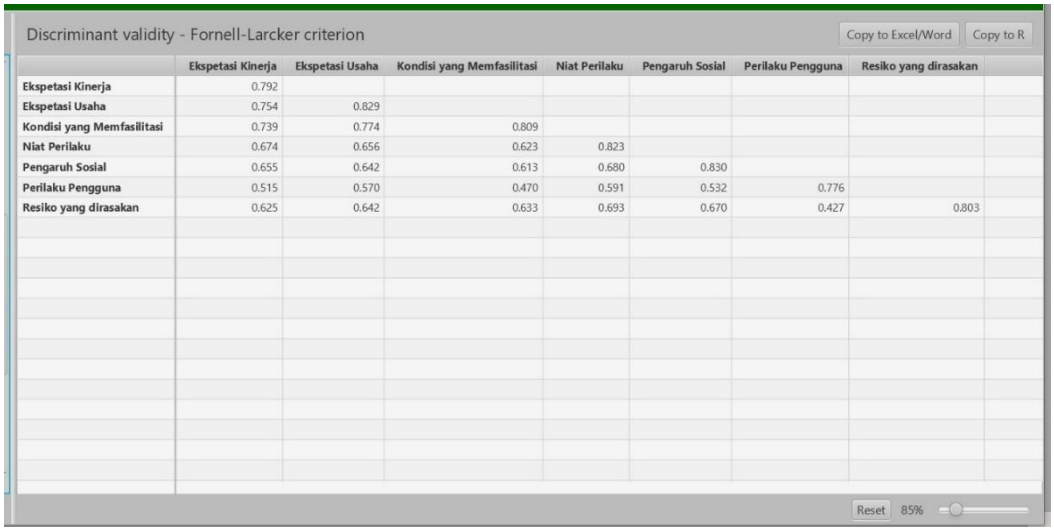
Discriminant validity - Heterotrait-monotrait ratio (HTMT) - Matrix

Copy to Excel/Word | Copy to R

	Ekspetasi Kinerja	Ekspetasi Usaha	Kondisi yang Memfasilitasi	Niat Perilaku	Pengaruh Sosial	Perilaku Pengguna	Resiko yang dirasakan
Ekspetasi Kinerja							
Ekspetasi Usaha	0.825						
Kondisi yang Memfasilitasi	0.817	0.859					
Niat Perilaku	0.745	0.732	0.698				
Pengaruh Sosial	0.719	0.706	0.675	0.759			
Perilaku Pengguna	0.584	0.651	0.539	0.686	0.609		
Resiko yang dirasakan	0.682	0.700	0.693	0.769	0.733	0.484	

Reset 85%

Fornell Larcker



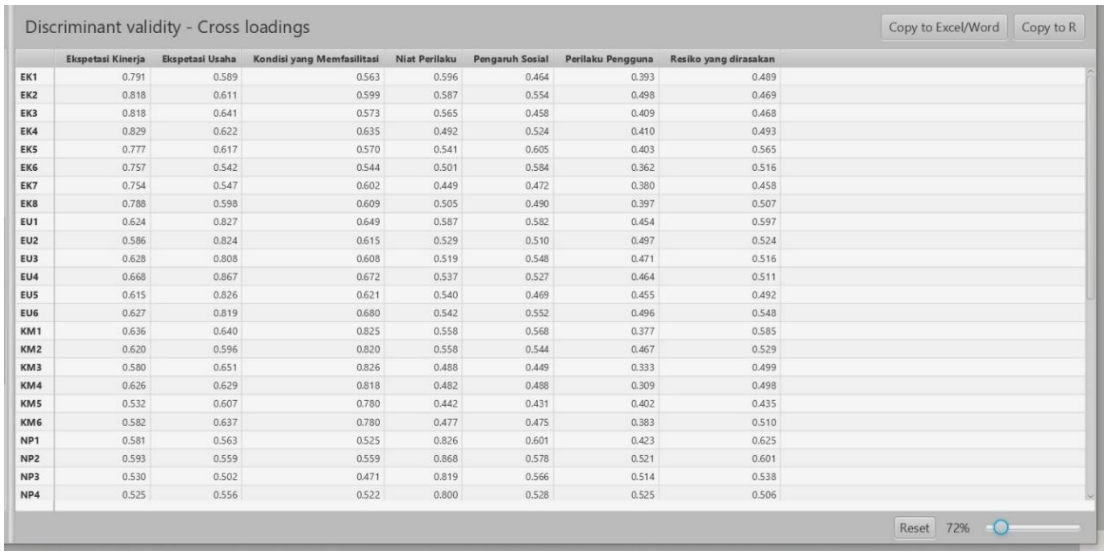
Discriminant validity - Fornell-Larcker criterion

Copy to Excel/Word | Copy to R

	Ekspetasi Kinerja	Ekspetasi Usaha	Kondisi yang Memfasilitasi	Niat Perilaku	Pengaruh Sosial	Perilaku Pengguna	Resiko yang dirasakan
Ekspetasi Kinerja	0.792						
Ekspetasi Usaha	0.754	0.829					
Kondisi yang Memfasilitasi	0.739	0.774	0.809				
Niat Perilaku	0.674	0.656	0.623	0.823			
Pengaruh Sosial	0.655	0.642	0.613	0.680	0.830		
Perilaku Pengguna	0.515	0.570	0.470	0.591	0.532	0.776	
Resiko yang dirasakan	0.625	0.642	0.633	0.693	0.670	0.427	0.803

Reset 85%

Cross Loading



Discriminant validity - Cross loadings

Copy to Excel/Word | Copy to R

	Ekspetasi Kinerja	Ekspetasi Usaha	Kondisi yang Memfasilitasi	Niat Perilaku	Pengaruh Sosial	Perilaku Pengguna	Resiko yang dirasakan
EK1	0.791	0.589	0.563	0.596	0.464	0.393	0.489
EK2	0.818	0.611	0.599	0.587	0.554	0.498	0.469
EK3	0.818	0.641	0.573	0.565	0.458	0.409	0.468
EK4	0.829	0.622	0.635	0.492	0.524	0.410	0.493
EK5	0.777	0.617	0.570	0.541	0.605	0.403	0.565
EK6	0.757	0.542	0.544	0.501	0.584	0.362	0.516
EK7	0.754	0.547	0.602	0.449	0.472	0.380	0.458
EK8	0.788	0.598	0.609	0.505	0.490	0.397	0.507
EU1	0.624	0.827	0.649	0.587	0.582	0.454	0.597
EU2	0.586	0.824	0.615	0.529	0.510	0.497	0.524
EU3	0.628	0.808	0.608	0.519	0.548	0.471	0.516
EU4	0.668	0.867	0.672	0.537	0.527	0.464	0.511
EU5	0.615	0.826	0.621	0.540	0.469	0.455	0.492
EU6	0.627	0.819	0.680	0.542	0.552	0.496	0.548
KM1	0.636	0.640	0.825	0.558	0.568	0.377	0.585
KM2	0.620	0.596	0.820	0.558	0.544	0.467	0.529
KM3	0.580	0.651	0.826	0.488	0.449	0.333	0.499
KM4	0.626	0.629	0.818	0.482	0.488	0.309	0.498
KM5	0.532	0.607	0.780	0.442	0.431	0.402	0.435
KM6	0.582	0.637	0.780	0.477	0.475	0.383	0.510
NP1	0.581	0.563	0.525	0.826	0.601	0.423	0.625
NP2	0.593	0.559	0.559	0.868	0.578	0.521	0.601
NP3	0.530	0.502	0.471	0.819	0.566	0.514	0.538
NP4	0.525	0.556	0.522	0.800	0.528	0.525	0.506

Reset 72%

Discriminant validity - Cross loadings

Copy to Excel/Word | Copy to R

	Ekspetasi Kinerja	Ekspetasi Usaha	Kondisi yang Memfasilitasi	Niat Perilaku	Pengaruh Sosial	Perilaku Pengguna	Resiko yang dirasakan
NP1	0.581	0.563	0.525	0.826	0.601	0.423	0.625
NP2	0.593	0.559	0.559	0.868	0.578	0.521	0.601
NP3	0.530	0.502	0.471	0.819	0.566	0.514	0.538
NP4	0.525	0.556	0.522	0.800	0.528	0.525	0.506
NP5	0.539	0.517	0.485	0.798	0.522	0.447	0.580
PP1	0.502	0.481	0.462	0.428	0.422	0.706	0.374
PP2	0.471	0.495	0.457	0.514	0.485	0.798	0.385
PP3	0.338	0.407	0.347	0.428	0.381	0.804	0.320
PP4	0.272	0.343	0.239	0.420	0.392	0.776	0.257
PP5	0.400	0.471	0.307	0.488	0.375	0.791	0.313
PS1	0.513	0.512	0.506	0.588	0.838	0.398	0.566
PS2	0.554	0.536	0.512	0.576	0.839	0.466	0.566
PS3	0.503	0.497	0.482	0.565	0.850	0.435	0.566
PS4	0.540	0.570	0.526	0.540	0.805	0.457	0.533
PS5	0.553	0.542	0.467	0.538	0.840	0.421	0.568
PS6	0.596	0.541	0.559	0.572	0.804	0.470	0.537
RD1	0.446	0.457	0.431	0.524	0.505	0.293	0.733
RD2	0.509	0.549	0.511	0.567	0.593	0.370	0.801
RD3	0.440	0.483	0.499	0.599	0.496	0.370	0.792
RD4	0.528	0.554	0.545	0.549	0.556	0.353	0.766
RD5	0.568	0.564	0.546	0.574	0.523	0.331	0.844
RD6	0.496	0.509	0.487	0.555	0.547	0.360	0.835
RD7	0.477	0.473	0.492	0.525	0.500	0.299	0.816
RD8	0.551	0.532	0.551	0.549	0.586	0.360	0.831

Reset 72%

VIF

Collinearity statistics (VIF) - Inner model - List

Copy to Excel/Word | Copy to R

	VIF
Ekspetasi Kinerja -> Niat Perilaku	2.945
Ekspetasi Usaha -> Niat Perilaku	3.249
Kondisi yang Memfasilitasi -> Niat Perilaku	3.027
Niat Perilaku -> Perilaku Pengguna	1.000
Pengaruh Sosial -> Niat Perilaku	2.256
Resiko yang dirasakan -> Niat Perilaku	2.219

R Square

R-square - Overview

	R-square	R-square adjusted	
Niat Perilaku	0.615	0.606	
Perilaku Pengguna	0.350	0.346	

Hipotesis

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values

Copy to Excel/Word | Copy to R

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
Ekspetasi Kinerja -> Niat Perilaku	0.209	0.210	0.081	2.578	0.010
Ekspetasi Usaha -> Niat Perilaku	0.123	0.128	0.095	1.302	0.193
Kondisi yang Memfasilitasi -> Niat Perilaku	0.036	0.036	0.082	0.444	0.657
Niat Perilaku -> Perilaku Pengguna	0.591	0.598	0.049	12.097	0.000
Pengaruh Sosial -> Niat Perilaku	0.242	0.244	0.070	3.454	0.001
Resiko yang dirasakan -> Niat Perilaku	0.298	0.293	0.086	3.467	0.001

F Square

f-square - Matrix

Copy to Excel/Word | Copy to R

	Ekspetasi Kinerja	Ekspetasi Usaha	Kondisi yang Memfasilitasi	Niat Perilaku	Pengaruh Sosial	Perilaku Pengguna	Resiko yang dirasakan
Ekspetasi Kinerja				0.039			
Ekspetasi Usaha				0.012			
Kondisi yang Memfasilitasi				0.001			
Niat Perilaku						0.537	
Pengaruh Sosial				0.067			
Perilaku Pengguna							
Resiko yang dirasakan				0.104			

RIWAYAT HIDUP

Salsa Bila Putri Utami lahir di Bekasi pada tanggal 07 Juli 2001. Penulis terlahir sebagai anak ke 1 dari 3 bersaudara dari Bapak Ade Mukarim dan Ibu Awat Nurhayani. Saat ini penulis bertempat tinggal di Jl. Tuban RT 015/ RW 003, Kelurahan Tegalrejo, Kecamatan Kelumpang Hilir, Kabupaten Kotabaru, Kalimantan Selatan. Penulis menempuh Pendidikan formal di SD Sinar Kencana pada tahun 2007-2013, SMP Negeri 1 Kelumpang Hilir 2013-2016, lalu di SMA Darul Hijrah 2016-2020, dan Pendidikan selanjutnya di Universitas Islam Indonesia Fakultas Ilmu Agama Islam dengan Program Studi Ekonomi Islam tahun Angkatan 2020. Penulis dapat dihubungi melalui E-mail: salsabilaputriutami3@gmail.com