ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGGUNAAAN *M-BANKING* BSI (STUDI KASUS PADA GEN Z DAN MILENIAL DI YOGYAKARTA)

ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING THE DECISION TO USE BSI M-BANKING (CASE STUDY ON GEN Z AND MILLENNIALS IN YOGYAKARTA)

Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam

Oleh:

Yasminah Nur Fitriah

20423055

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

JURUSAN STUDI ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGGUNAAAN *M-BANKING* BSI (STUDI KASUS PADA GEN Z DAN MILENIAL DI YOGYAKARTA)

ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING THE DECISION TO USE BSI M-BANKING (CASE STUDY ON GEN Z AND MILLENNIALS IN YOGYAKARTA)

Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam

Oleh:

Yasminah Nur Fitriah 20423055

Pembimbing:

Anom Garbo, SEI., MA.

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

JURUSAN STUDI ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Yasminah Nur Fitriah

NIM : 20423055

Program studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Fakultas Ilmu Agama Islam

Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan *M-banking* BSI (Studi Kasus pada Gen Z dan Milenial di Yogyakarta.

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penelitian skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternata ditemukan hari penulis skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 13 Agustus 2024



Yasminah Nur Fitriah

SURAT PENGESAHAN

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

Skripsi ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari	:	Senin
Tanggal	:	30 September 2024
Judul Skripsi	:	Analisis Fakto-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan M-Banking BSI (Studi Kasus pada Gen Z dan Milenial di Yogyakarta)
Disusun oleh	:	YASMINAH NUR FITRIAH
Nomor Mahasiswa	:	20423055

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua/Pembimbing	: Anom Garbo, SEI, ME	(.....)
Penguji I	: Fitri Eka Aliyanti, SHI., MA	(.....)
Penguji II	: Aqida Shohiha, S.E.I., M.E.	(.....)

Yogyakarta, 3 Oktober 2024
Dekan,

Dr. Drs. Asmuni, MA

NOTA DINAS

Hal : SKRIPSI

Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat No : 471/Dek/60/DAATI/FIAI/III/2024 pada tanggal 4 Maret 2024 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Yasminah Nur Fitriah

NIM : 20423055

Mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia

Program Studi : Ekonomi Islam

Tahun Akademik : 2023/2024

Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan *M-banking* BSI (Studi Kasus pada Gen Z dan Milenial di Yogyakarta.

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

Demikian semogaa dalam waktu dekat bisa diikutsertakan dalam munaqasah.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 13 Agustus 2024



Anom Garbo, S.E.I., ME

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertandatangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi :

Nama Mahasiswa : Yasminah Nur Fitriah

NIM : 20423055

Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan *M-banking* BSI (Studi Kasus pada Gen Z dan Milenial di Yogyakarta.

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, 13 Agustus 2024



Anom Garbo, S.E.I., ME

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin, Puji dan Syukur kepada Allah SWT. Yang telah memberikan nikmat yang sangat luar biasa kepada saya yaitu nikmat Kesehatan, kekuatan, serta membekali saya dengan ilmu pengetahuan sehingga tugas akhir saya dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada baginda Nabi Muhammad SAW. Dengan segala kerendahan hati, saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Dwi Budi Gunawan dan Ibu saya Parwanti. Yang tidak berhenti memberikan dukungan serta doanya kepada penulis dan yang memberi keyakinan bahwa penulis bisa sampai di titik ini. Terimakasih telah menjadi orang tua yang sempurna bagi penulis.
2. Kedua kakak saya, Tio Ardiawan dan Ekky Artha yang telah memberikan contoh bagi penulis agar dapat menyelesaikan study ini sampai mendapat gelar sarjana.
3. Nenek saya, Kawitni. Yang telah memerikan dukungan kepada penulis untuk mendapatkan gelar sarjana dan menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
4. Bripda Fani Kusuma, yang telah memberikan dukungan terhadap penulis dalam setiap kondisi, meyakinkan setiap langkah penulis bahwa penulis mampu melalui setiap proses dalam pengerjaan skripsi ini sampai penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dan mendengarkan keluh kesah penulis dalam melewati segala rintangan hidup di tengah penulisan skripsi ini sehingga penulis sampai menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman penulis semasa di perkuliahan, Nisaa Zahralaksmi, Yanis Dita Pratiwi, Hidayati Nailil Karomah, Dhinda Irga, dan Alfarabi Hazza. Yang telah memberikan dukungan kepada penulis dan ada setiap perjalanan penulis dari semasa awal perkuliahan sampai dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman penulis SMA, Izzah Aqilah Mukhlishoh dan Amelinda Salsabilla. Yang telah memberikan dukungan kepada penulis sejak penulis duduk di bangku SMA sampai penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Yang terakhir, untuk diri sendiri. Yang sudah mau berjuang dengan lia-liu yang tidak mudah, dengan setiap tetes air mata dalam melalui setiap rintangan hidup

hingga akhirnya sampai di titik ini. Terimakasih sudah mau berjuang sampai akhir dan terimakasih sudah berusaha untuk terus membuat kedua orang tua tersenyum. Dan selamat untuk gelar sarjana yang akan didapat semoga menjadi awal yang baik untuk masa depan.

HALAMAN MOTTO

Hadapi semua yang terjadi, ingat bahwa Allah melihat setiap langkah usahamu. Karena usaha tidak akan pernah menghianati hasil.\

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebaikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya. (Mereka berdoa), "Ya Tuhan kami, janganlah Engkau hukum kami jika kami lupa atau kami tersalah. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau bebankan kepada kami beban yang berat sebagaimana Engkau bebankan kepada orang-orang sebelum kami. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau pikulkan kepada kami apa yang tak sanggup kami memikulnya. Beri maaflah kami, ampunilah kami, dan rahmatilah kami. Engkaulah Penolong kami, maka tolonglah kami terhadap kaum yang kafir." (QS. Al Baqarah: 286)

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGGUNAAAN *M-BANKING* BSI (STUDI KASUS PADA GEN Z DAN MILENIAL DI YOGYAKARTA)

YASMINAH NUR FITRIAH

20423055

Penelitian ini merupakan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh model UTAUT2 terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* Bsi bagi gen z dan milenial di Yogyakarta yang sudah pernah atau sedang menggunakan *mobile banking* Bsi. Dengan mengidentifikasi adanya 7 faktor yaitu *performance expectancy* (ekspektasi kinerja), *effort expectancy* (ekspektasi usaha), *social influence* (pengaruh sosial), *facilitating condition* (kondisi pemfasilitas), *hedonic motivation* (motivasi hedonis), *price value* (nilai harga), dan *habit* (kebiasaan). Penelitian ini menggunakan *explanatory research* dengan metode kuantitatif. Sumber data mengunakan data primer berupa kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampling purposive dengan jumlah 124 responden. Teknik analisis data yang digunakan menggunakan teknik *SEM-PLS* dengan aplikasi *smartPLS 3.0*. Hasil dari penelitian ini pengaruh model UTAUT2 berpengaruh sebesar 73,1% terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* Bsi. Sedangkan pengaruh sosial (*Social Influence*) dan kondisi pemfasilitasi (*Facillitating Conditions*) tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* BSI.

Kata Kunci: *Mobile banking*; Keputusan Pengguna; Model UTAUT.

ABSTRACT

ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING THE DECISION TO USE BSI M-BANKING (CASE STUDY ON GEN Z AND MILLENNIALS IN YOGYAKARTA)

YASMINAH NUR FITRIAH

20423055

This study aims to analyze the influence of the UTAUT2 model on the decision to use Bsi mobile banking on gen z and millennials in Yogyakarta who have used or are using Bsi mobile banking. By identifying 7 factors, namely performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, and habit. This study uses explanatory research with quantitative methods. The data source uses primary data in the form of questionnaires. The sampling technique uses purposive sampling with a total of 124 respondents. The data analysis technique uses the SEM-PLS technique with the smartPLS 3.0 application. The results of this study indicate that the influence of the UTAUT2 model has an effect of 73.1% on the decision to use Bsi mobile banking. While social influence and facilitating conditions do not affect the decision to use BSI mobile banking.

Keywords: Mobile banking, Consumer Decisions, UTAUT Model.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

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

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0. 1 Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	**Nama**	**Huruf Latin**	**Nama**
أ	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	Żal	ż	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
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal

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

Tabel 0. 2 Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	**Nama**	**Huruf Latin**	**Nama**
ـَ	Fathah	a	a

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0. 3 Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...يْـَ	Fathah dan ya	ai	a dan u
...وْـَ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

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

C. *Maddah*

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

Tabel 0. 4 Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...اَـى	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
...ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
...وُ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

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

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

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

2. Ta' marbutah mati

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

3. 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

E. Syaddah (Tasydid)

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

F. 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.

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

G. 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

H. 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

I. 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:

- الْحَمْدُ 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

J. 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.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN III

SURAT PENGESAHAN IV

NOTA DINAS V

REKOMENDASI PEMBIMBING VI

HALAMAN PERSEMBAHAN VII

HALAMAN MOTTO IX

ABSTRAK X

***ABSTRACT* ..... XI**

DAFTAR ISI XVIII

DAFTAR GAMBAR XXII

DAFTAR TABEL XXIII

BAB I 1

PENDAHULUAN 1

A. LATAR BELAKANG 1

B. RUMUSAN MASALAH 4

C. TUJUAN PENELITIAN 5

D. MANFAAT PENELITIAN 5

E. SISTEMATIKA PENULIS 6

BAB II 8

A. LITERATURE REVIEW 8

B. KERANGKA TEORI 19

1. MODEL UTAUT (*UNIFIED THEORY ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY*) 19
2. KEPUTUSAN MENGGUNAKAN 21

3. GENERASI Z 22
4. GENERASI MILENIAL 23
C. HIPOTESIS 23
D. KERANGKA BERPIKIR (OPSIONAL) 28
BAB III 30
METODE PENELITIAN 30
A. DESAIN PENELITIAN 30
B. LOKASI PENELITIAN 30
D. OBJEK PENELITIAN 31
E. POPULASI DAN SAMPEL 31
F. SUMBER DATA 32
G. TEKNIK PENGUMPULAN DATA 33
H. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL 37
1. VARIABEL DEPENDEN (Y) 37
2. VARIABEL BEBAS (X) 37
I. INSTRUMEN PENELITIAN 38
J. UJI INSTRUMEN PENELITIAN 39
1. UJI VALIDITAS 39
2. UJI RELIABILITAS 39
K. TEKNIK ANALISIS DATA 40
BAB IV 42
ANALISIS DAN PEMBAHASAN 42
A. KARAKTERISTIK RESPONDEN PENELITIAN 42
1. KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN 43
2. KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN USIA 43
3. KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PENDIDIKAN 44

4. KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PENGHASILAN 44
B. ANALISIS DATA 45
1. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS 45
a. Uji Validitas 45
b. Reliabilitas angket penelitian 48
C. ANALISIS PARTIAL LEAST SQUARE 49
1. ANALISIS OUTER MODEL ATAU MEASUREMENT MODEL 50
a. Analisis signifikansi indikator (convergent validity) 50
b. Analisis korelasi indikator (Discriminant Validity) 52
c. Mengevaluasi Reliability dan Average Variance Extracted (AVE) 54
2. PENGUJIAN MODEL STRUKTURAL (INNER MODEL) 55
D. PEMBAHASAN 60
1. PENGARUH EKSPEKTASI KINERJA TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN *M-BANKING* BSI 60
2. PENGARUH EKSPEKTASI USAHA TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* BSI. 60
3. PENGARUH SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* BSI.61
4. PENGARUH KONDISI PEMFASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN *M-BANKING* BSI 62
5. PENGARUH MOTIVASI HEDONIS TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN *M-BANKING* BSI. 62
6. PENGARUH NILAI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN *M-BANKING* BSI. 63
7. PENGARUH KEBIASAAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN *M-BANKING* BSI.63
BAB V 65
KESIMPULAN DAN SARAN 65
A. KESIMPULAN 65

B. SARAN 66

DAFTAR PUSTAKA 67

LAMPIRAN 69

RIWAYAT HIDUP 88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir 28
Gambar 4. 1 Memberikan output estimasi untuk pengujian model struktural 56

DAFTAR TABEL

Tabel 0. 1 Tabel Transliterasi Konsonan xii
Tabel 0. 2 Tabel Transliterasi Vokal Tunggal xiii
Tabel 0. 3 Tabel Transliterasi Vokal Rangkap..... xiv
Tabel 0. 4 Tabel Transliterasi *Maddah* xiv
Tabel 2. 1 Perbedaan Jurnal Terdahulu..... 11
Tabel 3. 1 Kuesioner Pertanyaan Ekspektasi Kinerja 33
Tabel 3. 2 Kuesioner Pertanyaan Ekspektasi Usaha 34
Tabel 3 3 Kuesioner Pertanyaan Pengaruh Sosial..... 34
Tabel 3. 4 Kuesioner Pertanyaan Kondisi Pemfasilitas 35
Tabel 3. 5 Kuesioner Pertanyaan Motivasi Hedonis..... 35
Tabel 3. 6 Kuesioner Pertanyaan Nilai Harga..... 35
Tabel 3. 7 Kuesioner Pertanyaan Kebiasaan..... 36
Tabel 3. 8 Kuesioner Pertanyaan Keputusan Menggunakan *Mobile banking* BSi 36
Tabel 3 9 Skala Interval 39
Tabel 4. 1 Karateristik Responden Penelitian 43
Tabel 4. 2 Karateristik Responden Penelitian 43
Tabel 4. 3 Karateristik Responden Penelitian 44
Tabel 4. 4 Karateristik Responden Penelitian 44
Tabel 4. 5 Uji Validitas Ekspektasi Kinerja..... 45
Tabel 4. 6 Uji Validitas Ekspektasi Usaha..... 46
Tabel 4. 7 Uji Validitas Pengaruh Sosial 46
Tabel 4. 8 Uji Validitas Kondisi Pemfasilitas..... 46
Tabel 4. 9 Uji Validitas Motivasi Hedonis 47
Tabel 4. 10 Uji Validitas Nilai Harga 47
Tabel 4. 11 Uji Validitas Kebiasaan 47
Tabel 4. 12 Uji Validitas Keputusan Penggunaan 48
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliailitas..... 49
Tabel 4. 14 Outer Loadings (Measurement Model)..... 51
Tabel 4. 15 Nilai Discriminant Validity (Cross Loading) 53
Tabel 4. 16 Composite Reliability dan Average Variance Extracted 55

Tabel 4. 17 Nilai R-Square 55
Tabel 4. 18 Result For Inner Weights (Direct Effect)..... 57

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dengan berkembangnya teknologi dan informasi membuat teknologi semakin canggih. Hal ini menyebabkan munculnya transformasi digital. Dengan memanfaatkan elektronik masyarakat kini mampu untuk mengakses segala informasi. Sebagai dampak digitalisasi teknologi yang memudahkan masyarakat untuk mengetahui segala sumber informasi dalam segala bidang. Dengan begitu informasi dapat diketahui dengan mudah dan cepat. Hal ini kemudian dimanfaatkan untuk memunculkan inovasi dan kreativitas dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi. Dalam hal ini McQuail (2011:153) merumuskan perubahan utama yang berkaitan dengan munculnya media baru: (1) Digitalisasi dan konvergensi atas segala aspek media. (2) Interaksi dan konektivitas jaringan yang semakin meningkat. (3) Mobilitas dan delokasi yang mengirim dan menerima. (4) Adaptasi terhadap peranan publikasi dan khalayak. (5) Munculnya beragam bentuk baru ‘pintu’ (gateway)media. (6) Pemisahan dan pengaburan dari lembaga media.

Salah satu bentuk transformasi digital yang kemudian menyebabkan digitalisasi teknologi di bidang keuangan dan perbankan adalah munculnya perbankan digital. Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) nomor 12 /POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum, pengertian *digital banking* atau perbankan digital adalah layanan perbankan elektronik yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani nasabah secara lebih cepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*), serta dapat dilakukan secara mandiri sepenuhnya oleh nasabah, dengan memperhatikan aspek pengamanan. Oleh karena itu penggunaan variabel kemudahan dan keamanan dapat digunakan variabel untuk apakah berpengatuh terhadap minat penggunaan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia.

Dalam hal ini Bank Syariah Indonesia ikut serta berperan dalam membentuk digitalisasi teknologi dengan ikut memberikan layanan perbankan digital melalui layanan *mobile banking*. *Mobile banking* adalah layanan yang diberikan bank untuk melakukan berbagai transaksi perbankan melalui aplikasi perbankan yang diunduh dan di*install* melalui *smartphone*. Dalam layanannya terdapat beberapa fitur, seperti layanan informasi (saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga, dan lokasi cabang/ATM terdekat), layanan transaksi (transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi, internet)), dan pembelian (pulsa, tiket), dan berbagai fitur lainnya. Dengan adanua proses transaksi di *mobile banking* ini pengarub keberhasilan transaksi dapat digunakan sebagai variabel untuk diuji apakah berpengaruh terhadap minat pada penggunaan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan data Bank Indonesia (BI), sepanjang bulan April 2023 nilai transaksi *digital banking* di dalam negeri mencapai Rp4.264,8 triliun atau hampir Rp4,3 kuadriliun. Nilai itu mencakup berbagai transaksi *digital banking* atau perbankan digital sesuai klasifikasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK), yakni *internet banking*, SMS/*mobile banking*, dan *phone banking*.
Menurut SEVP Digital Banking BSI Saut Parulian Saragih, preferensi masyarakat terhadap penggunaan aplikasi digital terus mengalami peningkatan. Dan mengatakan bahwa nasabah BSI saat ini didominasi oleh generasi Z dan milenial dengan rentang umur 18-35 tahun. Selain itu, Yogyakarta merupakan salah satu kota yang memanfaatkan digitalisasi teknologi ini dalam budaya *cashless*. Hal ini terbukti dengan penjelasan penilaian Satgas Percepatan dan Perluasan Digital Daerah (P2DD) pusat yang menyatakan Yogyakarta mendapaatkan indeks ETP (Elektronifikasi Transaksi Pemerintah) sebesar 99,2% yang mana Yoyakarta adalah kota yang sudah memanfaatkan digital dalam bertransaksi. Sehingga dapat dikatakan bahwasannya Yogyakarta menjadi Kota dengan peringkat satu di Nasional dari sisi Indeks Elektronifikasi Transaksi Pemerintah Daerah (IETPD).

Oleh karena itu dalam penelitian ini sangat penting untuk mengetahui

faktor-faktor yang dapat mempengaruhi meningkatnya pengunaan *M-banking* oleh generasi Z dan milenial. Maka dalam hal ini peneliti menggunakan model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of The Technology) untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan M-Bankng. Model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of The Technology*) merupakan model pengembangan dari Venkatesh, dkk. yang mana model ini merupakan penggabungan 8 teori penerimaan teknologi. Kedelapan teori tersebut diantaranya adalah *theory of reasoned action* (TRA*), technology acceptance mode*l (TAM), *motivational model* (MM), *theory of planned behavior* (TPB), *combined TAM and TPB, model of PC utilization* (MPTU), *inovation diffusion theory* (IDIT), dan *social cognitive theory* (SCT). Venkatesh et al, (2003) dalam teori UTAUT2 mengidentifikasi adanya 7 faktor yang dapat mempengaruhi keinginan seseorang untuk menentukan perilaku dalam mengambil keputusan. Yakni 7 faktor tersebut diantaranya adalah :

1. *Performance expectancy* (ekspektasi kinerja) adalah pemahaman pengguna dalam perkembangan zaman dengan majunya teknologi informasi. Contoh dalam kasus ini semakin berkembangnya zaman maka dapat dilihat budaya cashless. Hanya dengan scan barcode kita dapat bertransaksi. Selain itu uga dengan pembelian online dengan pembayaran via transfer juga mendukung *mobile banking* banyak digunakan di zaman sekarang.
2. *Effort expectancy* (ekspektasi usaha) adalah kemudahan pengguna *mobile banking* ketika dapat mengakses *mobile banking*. Dengan tersedianya *mobile banking* pengguna dapat menggunakan fitur-fitur untuk memudahkan kita tanpa harus melakukan usaha yang berlebih. Contoh seperti tanpa mengambil uang terlebih dahulu dapat membeli barang/membeli makanan. Pengguna dapat melakukannya dimanapun bahkan dengan bersantai jika ingin membeli barang online. Dan juga tidak perlu repot-repot untuk membawa dompet dan uang yang banyak.
3. *Social influence* (pengaruh sosial) adalah karena faktor lingkungan yang semakin canggih membuat pengguna ingin melakukan sesuatu yang lebih mudah.

4. *Facilitating condition* (kondisi pemfasilitas) adalah mendukungnya infrastruktur yang tersedia. Seperti memiliki handphone, memiliki tabungan di bank Bsi, dan jaringan internet yang lancar.

5. *Hedonic Motivation* (Motivasi Hedonis) adalah ketika pengguna mendapatkan manfaat saat menggunaka teknologi. Seperti, kebahagiaan, kesenangan, hiburan, dan kepuasan.

6. *Price value* (Nilai Harga) adalah dimana pengguna dapat membandingkan harga yang dikeluarkan dari penggunaan teknologi tersebut jika dilakukan secara terus-menerus. Seperti, dalam bank konvensional memiliki biaya administrasi perbulannya maka itu dapat dijadikan tolak ukur pengguna dalam memutuskan untuk menggunakan bank tersebut. Namun, dalam bank BSI terdapat produk jasa yang tidak dikenakan biaya administrasi.

7. *Habit* (Kebiasaan) adalah penggunaan yang sudah terbiasa dalam menggunakan *mobile banking*. Seperti, sudah terbiasa dengan budaya *cashless* karena malas untuk membawa dompet dan juga sudah banyaknya transaksi online menggunakan *QRIS*.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan dibuat adalah sebagai berikut :

1. Apakah ekspektasi kinerja (*Performance expectancy*) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *M-banking* Bsi.

2. Apakah ekspektasi Usaha (Effort expectancy) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *M-banking* Bsi.

3. Apakah pengaruh sosial (*Social Influence*) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *M-banking* Bsi.

4. Apakah kondisi pemfasilitasi (*Facillitating Conditions*) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *M-banking* Bsi.

5. Apakah motivasi hedonis (*Hedonic Motivation*) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *M-banking* BSI.

6. Apakah nilai harga (*Price value*) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *M-banking* Bsi.

7. Apakah kebiasaan (*Habit*) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *M-banking* Bsi.

8. Apakah penerapan model UTAUT2 dapat mempengaruhi keputusan menggunakan *M-banking* Bsi.

C. Tujuan Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini memiliki beberapa tujuan sebagai berikut :

1. Menganalisis apakah ekspektasi kinerja (*Performance expectancy*) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *M-banking* Bsi.

2. Apakah ekspektasi usaha (Effort expectancy) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *M-banking* Bsi.

3. Apakah pengaruh sosial (*Social Influence*) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *M-banking* Bsi.

4. Apakah kondisi pemfasilitasi (*Facillitating Conditions*) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *M-banking* Bsi.

5. Apakah motivasi hedonis (*Hedonic Motivation*) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *M-banking* Bsi.

6. Apakah nilai harga (*Price value*) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *M-banking* Bsi.

7. Apakah Kebiasaan (*Habit*) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *M-banking* Bsi.

8. Apakah penerapan model UTAUT2 dapat mempengaruhi keputusan menggunakan *M-banking* Bsi.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

a. Mahasiswa

Meningkatkan kemampuan dalam menganalisis dan mengidentifikasi pengaruh Model UTAUT2 terhadap keputusan menggunakan *M-banking* Bsi pada *gen z* dan milenial di Yogyakarta.

b. Dosen

Sebagai sarana penilaian bagi mahasiswa untuk mengukur kemampuan dalam menganalisis sebuah penelitian.

2. Manfaat Teoritis

a. Mahasiswa

Sebagai sarana menambah pengetahuan dan wawasan melalui sumber-sumber yang dibaca dan dipelajari dalam menyusun penelitian ini.

b. Dosen

Dapat menambah referensi empiris dari teori penelitian yang didapat dari mahasiswa dalam peneliti

E. Sistematika Penulis

Penelitian ini terdiri dari 5(lima) bab yang disusun secara sistematis untuk memudahkan dalam membaca dan memahami hubungan dan isi yang terkandung dalam setiap bab. Adapun sistematika yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN TEORITIK

Bab ini terdiri dari literatur review yang mana merupakan penelitian-penelitian terdahulu yang berisi tentang bahasan hasil dari penelitian. Selain itu juga terdapat landasan teori yang mndasari tiap-tiap variabel yang didapat melalui jurnal-jurnal maupun buku yang berisi penjelasan dari beberapa tokoh-tokoh. Dalam bab ini juga disajikan kerangka penelitian dan hipotesis yang akan diuji.

BAB III: METOE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari desain yang digunakan dalam penelitian ini, deskripsi operasional variabel penelitian, jumlah sampel dari populasi yang digunakan, metode pengumpulan data, dan metode analisis data yang digunakan untu menguji.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan hasil dan pembahasan dari penelitian yang telah diuji menggunakan metoe analisis data pada bab sebelumnya. Yang mana terdiri dari karakteristik responden yang didapat, hasil analisis data, dan pembahasan dari analisis data.

BAB V: KESIPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan akhir yang didapat dari hasil penelitian di bab sebelumnya dan saran yang diberikan penulis terhadap pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitin ini.

BAB II
KAJIAN TEORITIK

A. Literature Review

Dalam penelitian ini terdapat telaah pustaka yang bertujuan untuk menunjukkan bahwa penelitian ini merupakan kelanjutan, peningkatan, atau penyempurnaan dari penelitian yang sudah dilakukan atau penelitian terdahulu dan untuk menghindari adanya duplikasi dan plagiarisme dalam penelitian. Peneliti telah melakukan telaah pustaka melalui beberapa jurnal yang menggunakan metode UTAUT2 untuk mengukur penggunaan mobil banking, diantaranya sebagai berikut:

Pertama, penelitian oleh Oktaviana dan Siregar (2021) berjudul *"Pengruh Faktor Model UTAUT (UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND TECHNOLOGY) Terhadap Niat Generasi Milenial dalam Menggunakan Mobile banking Di Indonesia"*. Penelitian ini menunjukan *Performance expectancy* (ekspektasi kinerja), *Effort expectancy* (ekspektasi usaha), social influence (kondisi sosial), dan facilitating condition berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *mobile banking*. Dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa semakin tinggi resiko yang dirasakan oleh konsumen semakin rendah niat konsumen untuk menggunakan *mobile banking*. (Oktaviana dan Siregar (2021)).

Kedua, penelitian oleh Chaidir, Ro'is, dan Jufri (2021) berjudul *"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)"*. Tujuan penelitian ini adalah membuktikan bahwa harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, jenis kelamin, dan usia berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku menggunakan *m-banking*. Dalam penelitian ini ditemukan hasil bahwa harapan kinerja, dukungan sosial, dan kondisi fasilitas berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku menggunakan *m-banking*. Sedangkan harapan usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku

menggunakan *m-banking*.

Ketiga, penelitian oleh Abdullah M.Baabullah, Ali Abdullah Alawan, Nripendra P.Rana, Hatice Kizgin, dan Pushp Patil (2019) dalam jurnal internasional berjudul *"Consumer use of mobile banking (M-banking) in Saudi Arabia: Towards an Integrated model".* Dalam penelitian ini menggunakan penggabungan teori UTAUT2 dan *D&M IS Success Model* yang dilakukan di Saudi Arabia dengan menggunakan bank saudi. Analisis data yang digunakan adalah *Structur Equating Modeling Partial Least Square* (SEM-PLS). Dalam penelitian ini ditemukan bahwa ekpektasi kinerja, kondisi pemfasilitas, motivasi hedonis, dan kebiasaan berpengaruh signifikan dalam perilaku penggunaan, sedangkan ekspektasi usaha tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku penggunaan.

Keempat, oleh Cindy Igustisari, Dwi Rosa Indah, dan Putri Eka Sevtiyuni (2023) berjudul *"Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Perilaku Pengguna BSB Mobile banking di Kota Palembang".* Dalam penelitian ini menggunakan model UTAUT2 dengan menambahkan penggunaan *trust* dan *perceived risk.* Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah *Social Influence* dan *Hedonic Motivation* berpengaruh positif terhadap niat perilaku pengguna BSB *Mobile banking*. Sedangkan *performance expectancy, effort expectancy, facilitating condition,* dan *price value* tidak berpengaruh terhadap niat perilaku pengguna BSB *mobile banking*.

Kelima, oleh Fadhil Bima Anandia dan Esy Nur Aisyah (2023) berjudul *"Analisis Penerapan Model UTAUT2 Terhadap Penggunnaan Mobile banking Pada Bank Syariah".* Penelitian ini menghasilkan bahwa variabel ekspektasi kinerja (*Performance expectancy*), ekspektasi usaha (Effort expectancy), Motivasi hedonis (*Hedonic Motivation*), Nilai Harga (*Price value*), dan Kebiasaan (*Habit*) tidak berpengaruh positif terhadap niat berperilaku. Dalam penelitian ini yang berpengaruh positif hanyalah fasilitas pendukung (*Facilitating conditioons*) yang berpengaruh terhadap niat nasabah bank syariah di Kota Surabaya untuk menggunakan *mobile banking*.

Keenam, oleh Rahma Nur Azizah Pohan, Mustapa Khamal Rokan, dan Wahyu Syarvina (2023) berjudul *"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengguna Mobile banking Pada Layanan BSI Mobile banking Dengan Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT)".* Dalam penelitian ini ditemukan bahwa harapan kerja tidak berpengaruh positif terhadap layanan Bsi mobile, sedangkan harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas berpengaruh positif terhadap layanan pada Bsi.

Ketujuh, oleh Muhammad Khaerul Muttaqien, Moh Khoiruk Anam, Tajudin Mas'ud, dan Hamli Syaifullah (2023) berjudul *"Penerimaan Mobile banking di Kalangan Nasabah Perbankan Syariah"* dengan menggunakan model UTAUT dan biaya sebagai variabel tambahan. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa harapan kinerja, harapan usaha, dan kondisi yang memfasilitasi berpengaruh signifikan terhadap niat untuk menggunakan *mobile banking*. Sedangkan pengaruh sosial dan biaya tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *mobile banking*.

Kedelapan, oleh Aniek Susilowati, Bambang Rianto, Natasya Wijaya, dan Lim Sanny (2021) berjudul *"Effect of UTAUT 2 Model on the Use of BCA Mobile banking in Indonesia".* Dalam penelitian ini ditambah 3 variabel bebas yaitu *hedonic motivation* (motivasi hedonik), *price value* (nilai harga), dan *Habit* (kebiasaan) sebagai variabel tambahan. Dalam penelitian ini ditemukan hasil bahwa *habit* (kebiasaan) dan *facilitating condition* (kondisi fasilitas) yang berpengaruh signifikan terhadap pelanggan untuk menggunakan BCA *m-banking*. Yang mana usianya rentang dari 17-23 tahun. Dalam penelitian ini terbukti bahwa nasabah BCA menggunakan *mobile banking* bukan untuk mendapatkan kesenangan dan kenyamanan, tetapi karena terpengaruhi dari segi ketersediaan fasilitas. Seperti sumber daya, infrastruktur (*smartphone*, koneksi internet), dan inovasi teknologi yang menyertai. Terbukti bahwa dalam penelitian ini *Hedonic Motivation* (motivasi hedonik) terbukti tidak berpengaruh terhadap pelanggan untuk menggunakan BCA *m-banking.*

Dalam jurnal penelitian yang terlampir diatas memiliki perbedaan dengan

penelitian ini. Yang mana penulis akan mensajikannya dalam bentuk tabel guna mencegah adanya plagiasi dalam penelitian terdahulu. Tabel peredaan jurnal terdahulu dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2. 1 Perbedaan Jurnal Terdahulu

No	Penulis, Tahun, Judul	Identitas Sumber	Metode Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Oktaviana dan Siregar, 2021, Pengaruh Faktor Model UTAUT (UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND TECHNOLOGY) Terhadap Niat Generasi Milenial dalam Menggunakan *Mobile banking* di Indonesia	Jurnal EK&BI, Vol. 4, No. 2, Desember 2021	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengambilan populasi nasabah BSI cabang Sumatera Utara dan Yogyakarta. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah non-probably sampling dengan rentang umur 20-40 tahun. Dengan jumlah sampel sebanyak 250 responden.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengambilan populasi nasabah yang pernah atau sedang menggunakan *mobile banking* BSI pada generasi z dan milenial di Yogyakarta. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah sampling purposive. Dengan rentang umur

No	Penulis, Tahun, Judul	Identitas Sumber	Metode Penelitian	Perbedaan Penelitian
				15-45 tahun. Dengan jumlah sampel sebanyak 124 responden.
2	Chaidir, Ro'is, dan 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)	Jurnal Elastisitas (Jurnal Ekonomi Pembangunan), Vol. 3, No. 1, Maret 2021	Penelitian ini merupakan jenis penelitian esplanasi atau pengujian hipotesis dengan metode survey pengambilan data melalui studi pustaka, observasi, dan komunikasi dengan responden melalui *smartphone.* Dengan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan pengambilan	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengambilan populasi nasabah yang pernah atau sedang menggunakan *mobile banking* BSI pada generasi z dan milenial di Yogyakarta. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah sampling purposive. Dengan

No	Penulis, Tahun, Judul	Identitas Sumber	Metode Penelitian	Perbedaan Penelitian
			populasi nasabah pengguna *mobile banking* di Nusa Tenggara Barat. Teknik yang digunakan dengan *judgement sampling.*	rentang umur 15-45 tahun. Dengan jumlah sampel sebanyak 124 responden.
3	Abdullah M.Baabullah, Ali Abdullah Alawan, Nripendra P.Rana< Hatice Kizgin, dan Pushp Paul, 2019, Concumer use of *mobile banking* (*M-banking*) in Saudi Arabia: Towards an Integrated model.	Jurnal Internasional Manajemen Informasi, Vol. 44, 38-52.	Penelitian ini merupakan penelitian Kuantitatif deskriptif yang menggunakan penggabungan teori Model UTAUT2 dan D&M IS Success Model yang dilakukan di Saudi Arabia. Teknik yang digunakan adalah convenience	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengambilan populasi nasabah yang pernah atau sedang menggunakan *mobile banking* BSI pada generasi z dan milenial di Yogyakarta. Metode yang

No	Penulis, Tahun, Judul	Identitas Sumber	Metode Penelitian	Perbedaan Penelitian
			sampling dengan survei kuesioner. Sampel yang digunakan sebanyak 700 responden dengan populasi nasabah yang telah menggunakan *mobile banking*.	digunakan pada penelitian ini adalah sampling purposive. Dengan rentang umur 15-45 tahun. Dengan jumlah sampel sebanyak 124 responden.
4	Cindy Igustisari, Dwi Rosa Indah, dan Putri Eka Sevtiyuni, 2024, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Perilaku Pengguna BSB Mobile Bnnking di Kota Palembang	Jurnal JUPITER, Vol. 16, No. 1, April 2024, Hal. 313-324	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Dengan menambahkan *Trust* dan Perceived Risk sebagai variabel tambahan. Pengumpulan data menggunakan	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengambilan populasi nasabah yang pernah atau sedang menggunakan *mobile banking* BSI pada generasi z dan

No	Penulis, Tahun, Judul	Identitas Sumber	Metode Penelitian	Perbedaan Penelitian
			data primer penyebaran kuesioner melalui google form dengan Lemeshow jumlah sampel 100 responden. Populasi yang digunakan adalah nasabah BSB Mobile di Kota Palembang.	milenial di Yogyakarta. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah sampling purposive. Dengan rentang umur 15-45 tahun. Dengan jumlah sampel sebanyak 124 responden.
5	Fadhil Bima Anandia dan Esy Nur Aisyah, 2023, Analisis Penerapan Model UTAUT2 Teerhadap Penggunaan *Mobile banking* pada Bank Syariah	Management Studies and Enterpreneurship Journal, Vol, 4, No. 1, Hal. 264-275	Penelitian ini merupakan penelitian Kuantitatif Deskriptif. Dengan menggunkan populasi warga Kota Surabaya dengan sampel 125 responden dan maksimal 250 responden.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengambilan populasi nasabah yang pernah atau sedang menggunakan *mobile banking* BSI pada

No	Penulis, Tahun, Judul	Identitas Sumber	Metode Penelitian	Perbedaan Penelitian
				generasi z dan milenial di Yogyakarta. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah sampling purposive. Dengan rentang umur 15-45 tahun. Dengan jumlah sampel sebanyak 124 responden.
6	Rahma Nur Azizah Pohan, Mustapa Khamal Rokan, dan Wahyu Syarvina, 2023, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan *Mobile banking* pada Layanan	Jurnal Manajemen Akutansi (JUMMSI), Vol. 3, N0. 2, April 2023, Hal. 798-806	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder. Dengan teknik yang digunakan adalah field research.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengambilan populasi nasabah yang pernah atau sedang menggunakan *mobile banking*

No	Penulis, Tahun, Judul	Identitas Sumber	Metode Penelitian	Perbedaan Penelitian
	BSI *Mobile banking* dengan Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance And Use of Technology (UTAUT)		Populasi yang digunakan adalah mahasiswa FEBI di Universitas Islam Negri Sumatera Utara.	BSI pada generasi z dan milenial di Yogyakarta. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah sampling purposive. Dengan rentang umur 15-45 tahun. Dengan jumlah sampel sebanyak 124 responden.
7	Muhamad Khaerul Muttaqien, Moh Khoiruk Anam, Tajudin Mas'ud, dan Hamli Syaifullah, 2023, Penerimaan *Mobile banking*	Al-Kharaj, Vol. 5, No. 4, Hal. 1922-1931	Penelitian ini menggunakan metode UTAUT2 dengan biaya sebagai variabel tanbahan. Metode yang digunakan dengan	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengambilan populasi nasabah yang pernah atau sedang menggunakan

No	Penulis, Tahun, Judul	Identitas Sumber	Metode Penelitian	Perbedaan Penelitian
	di Kalangan Nasabah Perbankan Syariah		menggunakan survei. Sampel yang digunakan sebanyak 160 responden.	*mobile banking* BSI pada generasi z dan milenial di Yogyakarta. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah sampling purposive. Dengan rentang umur 15-45 tahun. Dengan jumlah sampel sebanyak 124 responden.
8	Aniek Susilowati, Bambang Rianto, Natasya Wijaya, dan Lim Sanny, 2021, Effect of UTAUT2 Model on the Use of BCA	Turkish Journal of Computer and Mathematics Education, Vol. 12, No. 3, hal. 5378-5387	Penelitian ini menggunakan pengguna BCA *Mobile banking* dan pengguna rekening BCA untuk dijadikan populasi dengan jumlah sampel	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengambilan populasi nasabah yang pernah atau sedang

No	Penulis, Tahun, Judul	Identitas Sumber	Metode Penelitian	Perbedaan Penelitian
	Mobile banking in Indonesia		sebanyak 413 responden.	menggunakan *mobile banking* BSI pada generasi z dan milenial di Yogyakarta. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah sampling purposive. Dengan rentang umur 15-45 tahun. Dengan jumlah sampel sebanyak 124 responden.

B. Kerangka Teori

1. Model UTAUT (*Unified Theory Acceptance and Use Of Technology*)

Model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of The Technology*) merupakan model pengembangan dari Venkatesh, dkk. yang mana model ini merupakan penggabungan 8 teori penerimaan teknologi. Kedelapan teori tersebut diantaranya adalah *theory of reasoned action* (TRA), *technology acceptance mode*l (TAM), *motivational model* (MM),

theory of planned behavior (TPB), *combined TAM and TPB*, *model of PC utilization* (MPTU), *inovation diffusion theory* (IDIT), dan *social cognitive theory* (SCT). Venkatesh et al, (2003) dalam teori UTAUT2 mengidentifikasi adanya 7 faktor yang dapat mempengaruhi keinginan seseorang untuk menentukan perilaku dalam mengambil keputusan. Yakni 7 faktor menurut Venkatesh et al adalah sebagai berikut :

a. *Performance expectancy* (ekspektasi kinerja) adalah pemahaman oengguna dalam perkembangan zaman dengan majunya teknologi informasi. Performance Expectancy atau Ekspektasi Kinerja merupakan tingkat kepercayaan individu bahwa melalui penggunaan sistem dapat membantu dirinya guna memperoleh manfaat dalam aktivitasnya (Venkatesh, V., Moris, M.G., Davis, G.B 2003).

b. *Effort expectancy* (ekspektasi usaha) adalah kemudahan pengguna *mobile banking* ketika dapat mengakses *mobile banking*. kemudahan penggunaan suatu sistem dapat mengurangi upaya berupa tenaga dan waktu seseorang dalam beraktivitas (Venkatesh, V., Moris, M.G., Davis, G.B 2003).

c. *Social influence* (pengaruh sosial) adalah karena faktor lingkungan yang semakin canggih membuat pengguna ingin melakukan sesuatu yang lebih mudah (Venkatesh, V., Moris, M.G., Davis, G.B 2003)..

d. *Facilitating condition* (kondisi pemfasilitas) adalah mendukungnya infrastruktur yang tersedia. Seperti memiliki handphone, memiliki tabungan di bank Bsi, dan jaringan internet yang lancar (Venkatesh, V., Moris, M.G., Davis, G.B 2003).

e. *Hedonic Motivation* (Motivasi Hedonis) adalah kesenangan yang didapat ketika pengguna teknologi menggunakannya dan terbukti memainkan peran penting dalam penerimaan dan penggunaanya sehingga menyebabkan pengguna teknologi enggan unuk berpindah ke teknologi yang lainnya. Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Friezen (2012) mendefinisikan motivasi hedonis sebagai perasaan senang atau bahagia yang diperoleh dari penggunaan suatu teknologi, dan menunjukkan bahwa

hal tersebut mempunyai peranan penting dalam faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi.

f. *Price value* (Nilai Harga) adalah pertukaran kognitif yang didapat dari pengguna teknologi antara manfaat yang dirasakan dari aplikasi *mobile banking* dan biaya moneter yang dikeluarkan ketika memanfaatkan dan atau menggunakan aplikasi *mobile banking*. Ketika manfaat yang dirasakan lebih besar dari biaya yang dikeluarkan, konsumen menunjukkan minat untuk mengadopsi teknologi tertentu (Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Friezen 2012).

g. *Habit* (Kebiasaan) adalah menunjukkan tingkat kecenderungan orang mengadopsi teknologi secara otomatis sebagai hasil pembelajaran sebelumnya dengan menggunakan kebiasaan penggunaan mereka sebagai pengukur (Bilgah & Frimayasa, 2024). Menurut Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Friezen (2012) habit atau kebiasaan dicirikan sebagai perilaku yang berasal dari pengalaman penggunaan teknologi sebelumnya.

2. Keputusan Menggunakan

Menurut George R. Terry (2005:14) pengambilan keputusan adalah sebuah pemilihan alternatif perilaku (kelakuan) tertentu dari dua atau lebih alternatif yang ada. Sedangkan menurut Stoner (2006:40) mengatakan bahwa pengambilan keputusan adalah proses yang digunakan untuk memilih suatu tindakan sebagai cara untuk memecahkan permasalahan. Menurut James A.F Stoner (2006:32) keputusan terdiri dari 3 pengertian:

a. Ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan.

b. Ada beberapa alternatif yang harus dipilih salah satu yang terbaik.

c. Ada tujuan yang ingin dicapai dan keputusan itu semakin mendekatkan pada tujuan tersebut.

Maka dapat disimpulkan bahwasannya keputusan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pemilihan alternatif yang dilakukan pengguna *m-banking* Bsi untuk memecahkan masalah tertentu dengan melalui pertimbangan-

pertimbangan yang kemudian keputusan itu terpilih yakni menggunakan *m-banking* Bsi sendiri.

1. *Mobile banking*

Mobile banking merupakan salah satu jasa pelayanan perbankan yang disediakan oleh bang termasuk bank syariah agar nasabah dapat bertransaksi setiap saat, tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. *Mobile banking* bertujuan meningkatkan pelayanan kepada nasabah, memenuhi keinginan pasar, memberi kemudahan kepada nasabah untuk melakukan transaksi. Ada beberapa layanan yang digunakan nasabah dalam *mobile banking* antara lain untuk mengirim uang (transfer) anta r rekening bank, untuk membayar tagihan telepon rumah, listrik, angsuran kredit rumah, mobil, motor, atau pinjaman apapun setiap bulan atau asuransi jiwa, asuransi mobil, dan transaksi non-finansial lainnya. Dalam perbankan syariah tidak diperbolehkan mengandung unsur riba, sebagaimana firman Allah menjelaskan tentang larangan riba dalam Q.S Al- Imran [3]: 130 sebagai berikut. Terjemahnya:

"*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan".*

Dalam kalangan mahasiswa *mobile banking* sangatlah bermanfaat terutama mahasiswa yang hidup diera globalisasi seperti sekarang ini yang menuntut mahasiswa melakukan aktivitasnya dengan cepat dan efisiensi. *Mobile banking* dapat memudahkan pembayaran spp bagi mahasiswa khususnya Universitas Islam Indonesia sehingga tidak usah mengantri lama-lama.

3. Generasi Z

Generasi Z adalah generasi setelah generasi Milenial atau generasi Y. Yang mana pada generasi ini lebih mengalami kecenderungan untuk lebih sering memanfaatkan kecanggihan teknologi di era kemajuan IPTEK. Seperlima dari generasi Z ditemukan mengalami gejala negatif saat mereka tidak menggunakan smartphone yang mereka miliki. Yang mana mereka mengalami

ketergantungan terhadap smartphone yang mereka miliki (Sachs, 2018). Generasi Z merupakan generasi yang sudah terbiasa dengan perkembangan teknologi dan sudah sering menikmati kemajuan teknologi (Setiawan dan Salender, 2021, pp. 25-26). Di Indonesia rentang tahun generasi Z digunakan untum tahun kelahiran 1997-2012. Yang mana ditetapkan secara resmi oleh Badan Pusat Statistik (BPS). Maka rentang umur Generasi Z adalah dari rentang umur 12-27 tahun.

4. Generasi Milenial

Generasi milenial disebut juga dengan generasi Y. Yang mana pada generasi ini menurut Oktavianus (2017) mempunyai karakteristik sebagai berikut: rasa percaya diri, optimis, ekspresif, bebas, dan menyukai tantangan. Menurut (Zemke et al:2013) generasi milenial lebih menyukai komunikasi dengan teknologi serta menginginkan rapat dengan teknologi. Menurut Rudiwanto (2018) mengungkapkan bahwa generasi milenial adalah generasi yang cukup familiar terhadap perkembangan teknologi. Menurut Pella (2020) menjelaskan bahwa gen Y atau generasi milenial adalah generasi yang lahir pada tahun 1981-1999. Karakteristik generasi milenial adalah sangat melek teknologi (Lowe, Levit, dan Wilson, 2008). Maka dapat disimpulkan dengan menggunakan penjelasan Pella (2020) maka rentang umur generasi milenial (Y) adalah rentang umur 25-43 tahun.

C. Hipotesis

1. Pengaruh Ekspektasi Kinerja Terhadap Keputusan Menggunakan *M-banking* Bsi

Menurut kinerja Venkatesh et al. (2012), harapan kinerja atau *Performance expectancy* adalah tingkat seorang individu memiliki kepercayaan bahwa menggunakan sistem akan membantu dalam memperoleh keuntungan dalam kinerja.

Berdasarkan penjelasan dari Venkatesh et al., maka dengan semakin pengguna *m-banking* mendapat keuntungan seperti dapat bertransaksi, menabung, mentransfer uang dsb hanya dengan menggunakan smartphone dimana saja dan kapan saja, maka akan semakin berpengaruh terhadap keputusan pengguna dalam menggunakan *mobile banking*. Chaidir, Ro'is, dan Jufri (2021) dalam penelitiannya juga menemukan bahwasannya ekspektasi kinerja juga berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Hal ini juga didukung dengan penelitian Oktaviana & Siregar (2021) yang menyatakan bahwa ekspektasi kinerja dapat berpengaruh terhadap niat nasabah Bsi untuk menggunakan *mobile banking*. Sehingga dalam penelitian ini :

H1: Pengaruh ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* Bsi.

2. Pengaruh Ekspektasi Usaha Terhadap Keputusan Menggunakan *mobile banking* Bsi.

Ekspektasi usaha atau *Effort expectancy* adalah tingkat kemudahan yang dirasakan seseorang individu dalam penggunaan sistem (Venkatesh et al., 2012). Berdasarkan penjelasan dari Venkatesh et al. (2003) bahwa semakin pengguna mendapat kemudahan dari sistem *mobile banking* seperti dapat bertransaksi hanya dengan menscan qris tanpa harus membawa uang yang banyak, membeli baranng onlline di online shop yang tidak diketahui tempatnya karena jauh, serta memudahkan untuk meminimalisir pencurian uang maka akan semakin berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *mobile banking*.

Didukung dengan hasil penelitian oleh Anjani & Mukhlis (2022) yang menyatakan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap niat mahasiswa yang menggunakan *m-banking* BRI dalam menggunakan *mobile banking*. Selain itu ditemukan dalam penelitian terbaru oleh Rahma Nur Azizah Pohan, Mustapa Khamal Rokan, dan Wahyu Syarvina (2023) yang menemukan bahwaannya ekspektasi usaha juga berpengaruh positif

terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Sehingga dalam penelitian ini :

H2: **Pengaruh ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* Bsi.**

3. **Pengaruh Sosial Terhadap Keputusan Menggunakan *mobile banking* Bsi.**

Pengaruh sosial atau *Social influence* adalah usaha seseorang individu atau lebih dalam mengubah kepercayaan, persepsi, dan tingkah laku orang lain (Venkatesh et al., 2012). Berdasarkan penjelasan dari Venkatesh et al. (2003) bahwa semakin sosial berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* seperti faktor-faktor lingkungan (pertemanan, zaman yang semakin maju dsb) membuat masyarakat/pengguna mengambil keputusan untuk menggunakan *mobile banking*.

Didukung oleh penelitian Chaidir, Ro'is, dan Jufri (2021) menytakan bahwa pengaruh sosial dapat mempengaruhi mahasiswa dalam niat berperilaku untuk menggunakan *mobile banking*. Sehingga dalam penelitian ini:

H3: Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* Bsi.

4. **Pengaruh Kondisi Pemfasilitas Terhadap Keputusan Menggunakan *M-banking* Bsi**

Kondisi pemfasilitas (*Facilitating condition)* adalah mendukungnya infrastruktur yang tersedia. Seperti tersedianya infrastruktur yang memadai (smartphone), memiliki tabungan di bank Bsi, dan jaringan internet yang lancar. Maka akan semakin mempengaruhi keputusan pengguna dalam menggunakan *mobile banking*. Hal ini didukung oleh penelitian Shadiq & Sudarsono (2022) yang menyatakan bahwa kondisi yang memfasilitasi mempengaruhi niat nasabah dalam menggunakan Bsi *mobile banking*.

Didukung dengan penelitian yang ditemukan oleh Fadhil Bima Anandia dan Esy Nur Aisyah (2023) yang menemukan diantara variabel ekspektasi kinerja (*Performance expectancy*), ekspektasi usaha (Effort expectancy), Motivasi hedonis (*Hedonic Motivation*), Nilai Harga (*Price value*), dan Kebiasaan (*Habit*) hanya Kondisi pemfasilitas (*Facilitating condition)* yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Sehingga dalam penelitian ini :

H4: Pengaruh kondisi pemfasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* Bsi.

5. Pengaruh Motivasi Hedonis Terhadap Keputusan Menggunakan *M-banking* Bsi.

Motivasi Hedonis adalah kesenangan yang diperoleh dari penggunaan teknologi dan telah terbukti memainkan peran dalam menerima dan menggunakan teknologi (Vankatesh et al., 2012). Berdasarkan Baabullah et al., ketika pelanggan menemukan bahwa teknologi memberi kebahagiaan, kesenangan, hiburan maka pengguna teknologi akan cenderung tidak mengubah niatnya untuk menggunakan teknologi yang lain. Sehingga Motivasi Hedonis dapat memberi pengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*.

Hal ini sesuai dengan penelitian Baabullah et al., (2019) di Saudi Arabia yang menyatakan bahwa motivasi hedonis berpengaruh pada perilaku penggunaan bank saudi. Selain itu ditemukan juga peneletian oleh Cindy Igustisari, Dwi Rosa Indah, dan Putri Eka Sevtiyuni (2023) ditemukan bahwasanya pengaruh hedonis berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan *mobile banking*. Dalam penelitian Cindy Igustisari, Dwi Rosa Indah, dan Putri Eka Sevtiyuni (2023) ditemukan bahwasannya pengaruh hedonis juga berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*. Sehingga dalam penelitian ini

H5: Pengaruh motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap Keputusan Menggunakan *M-banking* Bsi.

6. Pengaruh Nilai Harga Terhadap Keputusan Menggunakan *M-banking* Bsi.

Nilai Harga (*Price value*) adalah pertukaran kognitif konsumen dan manfaat yang dirasakan dari aplikasi *mobile banking* dengan biaya yang dikeluarkan untuk menggunakannya (Venkatesh et al., 2012). Dalam penelitian Baabullah et al., (2019) menjelaskan bahwasannya pengguna teknologi akan membandingkan harga yang mereka keluarkan untuk menggunakan teknologi tersebut jika dilakukan secara terus-menerus.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Baabullah et al., (2019) ditemukan bahwa nilai harga berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna dalam menggunakan *mobile banking* bank saudi. Sehingga dalam penelitian ini :

H6: Pengaruh nilai harga berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan Bsi *mobile banking*.

7. Pengaruh Kebiasaan Terhadap Keputusan Menggunakan *M-banking* Bsi.

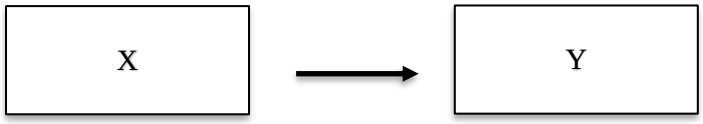
Kebiasaan (*Habit*) adalah sejauh mana pengguna teknologi melakukan perilaku secara otomatis karena sebuah pembelajaran (Venkatesh et al., 2012). Maka dapat disimpulkan bahwa ketika pengguna teknologi melakukan transaksi pembayaran atau pembelian secara online dengan *mobile banking* secara terus-menerus akan membuat nilai kebiasaan (*Habit*) dapat berpengaruh positif.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Baabullah et al., (2019) di Saudi Arabia terhadap penggunaan bank saudi yang menemukan bahwa kebiasaan berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna. Sehingga dapat dalam penelitian ini :

H7: Pengaruh Kebiasaan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan *mobile banking*.

D. Kerangka Berpikir (opsional)

Kerangka pemikiran dibuat agar dapat mempermudah dalam menjelaskan pemahaman dalam penelitian ini. Kerangka pemikiran penelitian ini sebagai berikut :

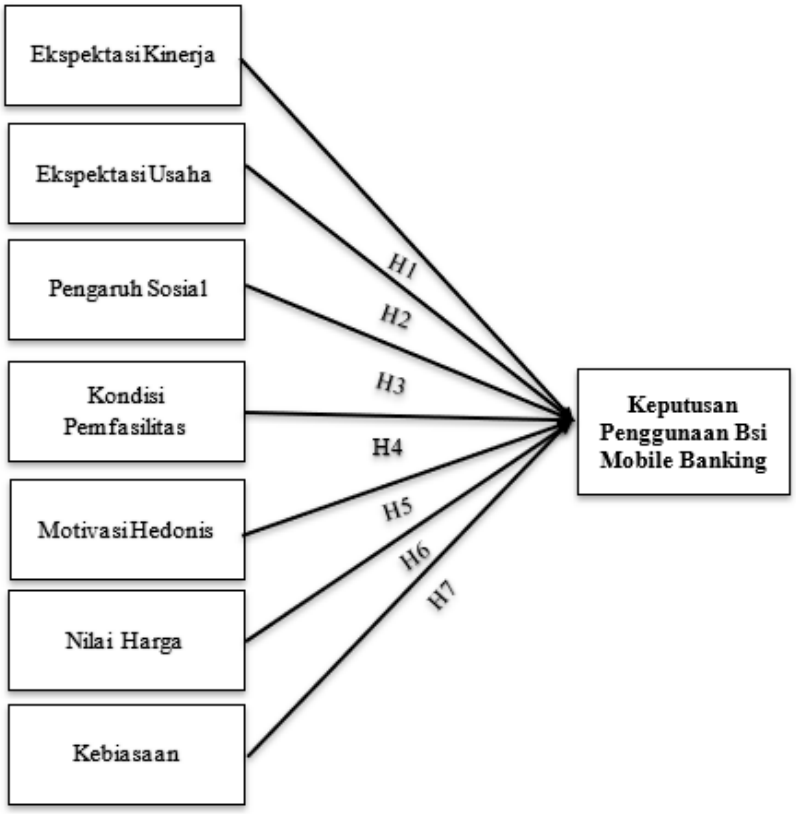


Keterangan :

X : Variabel X Model UTAUT2

Y : Variabel Y Keputusan Penggunaan *Mobile banking* Gen Z dan Milenial

⟶ : Pengaruh yang diharapkan



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

Keterangan :

H1 : Ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan Bsi *Mobile banking*.

H2 : Ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan Bsi *Mobile banking*.

H3 : Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan Bsi *Mobile banking*.

H4 : Kondisi pemfasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan Bsi *Mobile banking*.

H5 : Motivasi Hedonis berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan Bsi *Mobile banking*.

H6 : Nilai Harga berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan Bsi *Mobile banking.*

H7 : Kebiasaan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan Bsi *Mobile banking.*

BAB III

Metode Penelitian

A. Desain Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan penjelasan explanatory research. Engel dan Schutt, Jackson, Marlow, Pierson dan Thomas menjelaskan bahwa explanatory research berusaha mengidentifikasi penyebab, memastikan kausalitas antar faktor dan menentukan efek pada perilaku fenomena sosial, dan untuk memprediksi bagaimana satu fenomena akan berubah atau bervariasi dalam kaitannya dengan variabel lain. Misalnya, untuk memahami dan menjelaskan penyebab kondisi sosial seperti tunawisma. Ini harus mengarah pada penjelasan mengapa peristiwa terjadi dan untuk membangun mengelaborasi, memperluas, menguji atau merevisi suatu teori (Strydom 2013). Dalam hal ini penggunaan explanatory research akan menyajikan penjelasan serta menjelaskan hubungan antar variabel. Serta dalam penjelasan ini akan menyajikan apakah teori atau hipotesis yang sudah ada sebeleumnya dapat diterima atau ditolak.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:16) metode penelitian kuantitaf dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunkan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Maka penelitian ini akan menghasilkan suatu penjelasan yang disajikan dalam bentuk angka, tabel, dan ataupun grafik.

B. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kota Yogyakarta sebagai lokasi atau tempat dilaksanakannya proses peneletian untuk mencari responden. Yang mana dilihat bahwasannya Yogyakarta merupakan Kota dengan peringkat satu di Nasional dari sisi Indeks Elektronifikasi Transaksi

Pemerintah Daerah (IETPD).

C. Waktu Pelaksanaan Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian ini untuk pengambilan data kuesioner oleh responden dilakukan pada bulan Mei sampai dengan Juni 2024 dengan rentang watu selama kurang lebih 2 bulam.

D. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan generasi z dan milenial dengan rentang umur 12-43 tahun dengan ketentuan generasi z dan milenial dan pernah atau sedang menggunakan Bsi *Mobile banking*. Dengan acuan pernyataan SEVP Digital Banking BSI Saut Parulian Saragih, yang mengatakan bahwa nasabah BSI saat ini didominasi oleh generasi Z dan milenial.

E. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian menurut Sugiyono (2019:126) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; subjek/objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah generasi z dan milenial yang sudah pernah atau sedang menggunakan Bsi *Mobile banking*.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajarai semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) (Sugiyono, 2019:127).

Selanjutnya teknik penelitian yang digunakan adalah sampling purposive. Berdasarkan yang diketahui bahwasannya *gen z* dan milenial memiliki di kota Yogyakarta memiliki jumlah yang sangat banyak dari tahun ke tahunnya. Dalam populasi ini tidak dapat diukur dengan data. Maka pada hal ini peneliti menggunakan rumus SEM-AMOS dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

Sampel = Jumlah indikator x 5

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

Sampel = 24 x 5

= 120 sampel

Dapat disimpulkan bahwa sampel minimum yang digunakan adalah 120 sampel untuk menguji setiap hipotesis diterima atau tidak. Peneliti akan menggunakan sampel sebanyak 123 responden dengan kriteria tertentu berdasarkan pertimbangan dan kecocokan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Yang mana kriteria yang akan masuk sebagai berikut:

1. Warga Negara Indonesia.
2. Laki/perempuan dengan rentang umur 12-43 tahun.
3. Pelajar/Mahasiswa, Karyawan.
4. Pernah memiliki/memiliki rekening Bsi.
5. Pernah menggunakan/sedang menggunakan *M-banking* Bsi.

F. Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari responden generasi z dan milenial. Menurut Arikunto dan Sudjana dalam (Khairinal, 2016:338) data Primer adalah pengumpulan data penelitian dilakukan dengan teknik observasi, angket, wawancara, dan studi dokumentasi.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui angket dengan menggunakan kuesioner berupa *google form* untuk diisi oleh responden. Menurut Sugiyono (2017:142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Menurut Sugiyono (2019:199) Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk jawabnya. Menurut Winarno (2013:99) angket tertutup yaitu angket yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih.

Pertanyaan kuesioner yang disebarkan oleh responden memiliki indikatro 3 sampai 4 dalam setiap variabelnya. Diantara pertanyaan setiap variabelnya adalah sebagai berikut :

1. Ekspektasi Kinerja

Tabel 3. 1 Kuesioner Pertanyaan Ekspektasi Kinerja

No	Pertanyaan
1.	Saya merasa *Mobile banking* BSI berguna dalam kehidupan saya sehari-hari.
2.	Menggunakan *Mobile banking* BSI meningkatkan peluang saya untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi saya.
3.	*Mobile banking* BSI membantu saya menyelesaikan tugas dengan lebih cepat.
4.	Menggunakan *Mobile banking* BSI meningkatkan produktivitas saya

Sumber: Adopsi dari Baabdullah et al. (2019)

2. Ekspektasi Usaha

Tabel 3. 2 Kuesioner Pertanyaan Ekspektasi Usaha

No	Pertanyaan
1.	Mempelajari cara menggunakan *Mobile banking* BSI mudah bagi saya.
2.	Fitur-fitur *Mobile banking* BSI jelas dan dapat dimengerti.
3.	Saya merasa *Mobile banking* BSI mudah digunakan.
4.	Mudah bagi saya untuk menjadi ahli dalam menggunakan *Mobile banking* BSI

Sumber: Adopsi dari Baabdullah et al. (2019)

3. Pengaruh Sosial

Tabel 3 3 Kuesioner Pertanyaan Pengaruh Sosial

No	Pertanyaan
1.	Orang-orang yang penting bagi saya berpendapat bahwa saya sebaiknya menggunakan *Mobile banking* BSI
2.	Orang-orang di lingkungan [ergaulan saya berpendapat bahwa saya sebaiknya menggunakan *Mobile banking* BSI
3.	Orang yang pendapatnya saya hargai lebih suka saya menggunakan *Mobile banking* BSI

Sumber: Adopsi dari Baabdullah et al. (2019)

4. Kondisi Pemfasilitas

Tabel 3. 4 Kuesioner Pertanyaan Kondisi Pemfasilitas

No	Pertanyaan
1.	Saya memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menggunakan *Mobile banking* BSI
2.	Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan *Mobile banking* BSI
3.	*Mobile banking* BSI kompatibel dengan teknologi lain yang saya gunakan
4.	Saya bisa mendapatkan bantuan dari orang lain ketika saya mengalami kesulitan dalam menggunakan *Mobile banking* BSI

Sumber: Adopsi dari Baabdullah et al. (2019)

5. Motivasi Hedonis

Tabel 3. 5 Kuesioner Pertanyaan Motivasi Hedonis

No	Pertanyaan
1.	Menggunakan *Mobile banking* BSI itu menyenangkan.
2.	Saya menikmati penggunaan *Mobile banking* BSI
3.	Menggunakan *Mobile banking* itu menghibur

Sumber: Adopsi dari Baabdullah et al. (2019)

6. Nilai Harga

Tabel 3. 6 Kuesioner Pertanyaan Nilai Harga

No	Pertanyaan
1.	Biaya penggunaan *Mobile banking* BSI terjangkau.

No	Pertanyaan
2.	Biaya penggunaan *Mobile banking* BSI sepadan dengan manfaatnya.
3.	Dengan biaya yang ditetapkan Biaya penggunaan *Mobile banking* BSI bernilai lebih baik dibandingkan pesaingnya

Sumber: Adopsi dari Baabdullah et al. (2019)

7. Kebiasaan

Tabel 3. 7 Kuesioner Pertanyaan Kebiasaan

No	Pertanyaan
1.	Penggunaan *Mobile banking* BSI sudah menjadi kebiasaan bagi saya.
2.	Saya memilki ketergantungan menggunakan *Mobile banking* BSI
3.	Saya merasa harus selalu menggunakan *Mobile banking* BSI
4.	Menggunakan *Mobile banking* BSI sudah menjadi hal yang lumrah bagi saya.

Sumber: Adopsi dari Baabdullah et al. (2019)

8. Keputusan Menggunakan *Mobile banking* BSI

Tabel 3. 8 Kuesioner Pertanyaan Keputusan Menggunakan *Mobile banking* BSi

No	Pertanyaan
1.	Saya selalu menggunakan *Mobile banking* BSI untuk mengecek saldo dan mutasi.
2.	Saya selalu menggunakan *Mobile banking* BSI untuk melakukan transfer uang.

No	Pertanyaan
3.	Saya selalu menggunakan *Mobile banking* BSI untuk membayar tagihan.
4.	Saya selalu menggunakan *Mobile banking* BSI untuk mengisi dompet digital atau e money.

Sumber: Modifikasi dari Baabdullah et al. (2019)

H. Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Dependen (Y)

Menurut (Sugiyono, 2012) variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen atau variabel terikat. Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Maka dalam penelitian ini menggunakan keputusan menggunakan *M-banking* Bsi sebagai variabel dependen penelitian.

2. Variabel Bebas (X)

Variabel independen (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya dan timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2012). Yang mana dalam penelitian ini menggunakan variabel bebas (X) sebagi berikut:

a. *Performance expectancy* (ekspektasi kinerja)

Harapan kinerja atau *Performance expectancy* adalah tingkat seorang individu memiliki kepercayaan bahwa menggunakan sistem akan membantu dalam memperoleh keuntungan dalam kinerja (Ventakes et al., 2003).

b. *Effort expectancy* (ekspektasi usaha)

Ekspektasi usaha atau *Effort expectancy* adalah tingkat kemudahan yang dirasakan seseorang individu dalam penggunaan sistem (Venkatesh et al., 2003).

c. *Social influence* (pengaruh sosial)

Pengaruh sosial atau *Social influence* adalah usaha seseorang individu atau lebih dalam mengubah kepercayaan, persepsi, dan tingkah laku orang lain (Venkatesh et al., 2003).

d. *Facilitating condition* (kondisi pemfasilitas)

Kondisi pemfasilitas atau *Facilitating condition* adalah mendukungnya infrastruktur yang tersedia. Seperti memiliki handphone, memiliki tabungan di bank Bsi, dan jaringan internet yang lancar (Venkatesh et al., 2003).

e. *Hedonic Motivation* (Motivasi Hedonis)

Motivasi Hedonis adalah kesenangan yang didapat ketika pengguna teknologi menggunakannya dan terbukti memainkan peran penting dalam penerimaan dan penggunaanya (Venkatesh et al., 2003).

f. *Price value* (Nilai Harga)

Nilai Harga adalah pertukaran kognitif yang didapat dari pengguna teknologi antara manfaat yang dirasakan dari aplikasi *mobile banking* dan biaya moneter yang dikeluarkan ketika memanfaatkan dan atau menggunakan aplikasi *mobile banking* (Venkatesh et al., 2003).

g. *Habit* (Kebiasaan)

Kebiasaan adalah ketika pengguna teknologi cenderung melakukan perilaku secara otomatis secara berulang karena pembelajaran (Venkatesh et al., 2003).

I. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:156) Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Penelitian ini menggunakan instrumen berupa angket tertutup atau kuesioner dengan bentuk skala bertingkat. Instrumen ini merupakan alat bantu dalam penelitian untuk memudahkan dalam memperoleh data dan untuk mengumpulkan data-data dari responden. Dalam hal ini peneliti membagikan google form berupa kuesioner berupa skala bertingkat dengan pertanyaan pertanyaan yang mencakup rentang sangat setuju sampai sangat tidak setuju.

Tabel 3 9 Skala Interval

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

J. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019:175) Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Ketika instrumen penelitian tidak valid maka hasil penelitian ini juga tidak dapat digunakan. Menurut (Sugiyono: 2020; 180) yang harus dipenuhi yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut:

a. Jika r > 0,30 maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah valid
b. Jika r < 0,30 maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Khairinal (2016:347) Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih berulang kali hasilnya tetap sama disebut reliabel. Menurut Sugiyono (2019:176) Hasil penelitian yang reliabel, bila terdapat kesamaan data dalam waktu

yang berbeda. Indeks pengukuran reliabilitas angket menurut Khairinal (2016:349) yaitu:

a. Jika alpha > 0.90 maka reliabilitas sempurna.
b. Jika alpha antar 0.70-0.90 maka reliabilitas tinggi.
c. Jika alpha 0.50-0.70 maka reliabilitas moderat.
d. Jika alpha < 0.50 maka reliabilitas rendah.
e. Jika alpha rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

K. Teknik Analisis Data

Penelitian ini mempergunakan analisis regresi parsial *(partial Least Square-Structural Equation Model (PLS-SEM)* untuk menguji hipotesis. Masing-masing hipotesis dianlisis menggunakan software smartPLS 3.0 untuk menguji hubungan antar variable.*Partial Least Square (PLS)* adalah tekhnik statistika multivariate yang melakuksn pembandingan antara variable dependen berganda dan variable independen berganda. PLS adalah salah satu metode statistic SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelsaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data, seperti ukuran sample penelitian kecil, adanya data yang hilang dan multikolonieritas.

Pemilihan metode PLS_SEM didasarkan pada pertimbangan bahwa dalam penelitian initerdapat variable laten/eksogen yang dibentuk dengan indicator Reflektif maupun formatif dan membentuk efek moderating. Model reflektif mengasumsikan bahwa konstruk atau variable laten mempengaruhi indicator, dimana arah hubungan kausalitas dari konstruk ke indicator atau manifest. Model formatif mengasumsikan bahwa indikator-indikator mempengaruhi konstruk, dimana arah hubungan kausalitas dari indikator ke konstruk (Ghozali, 2021).

Partial Least Square merupakan metode analisis yang *powerful* dan sering disebut sebagai *soft modeling* karena meniadakan asumsi-asumsi *OLS (ordinary Least Square)* regresi, seperti data harus terdistribusi normal secara

multivariate dan tidak adanya problem *multikolonieritas* antar variable eksogen (Wold,1985 dalam , Ghozali, 2021).

Analisis PLS_SEM biasanya terdiri dari dua sub model yakni model pengukuran (*measurement model*) atau sering disebut *outer model* dan model structural (structural model) atau sering disebut *inner model*.

Outermodel menunjukan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Sedangkan *inner model* menunjukan hubungan atau kekuatan estimasi antar variable laten atau konstruk berdasarkan *substantive theory*.

BAB IV
ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yang mana data yang dihasilkan berbentuk angka. Data yang dihasilkan menggunakan software SPSS untuk uji validitas dan reliabilitas dan menggunakan software SmartPLS untuk menguji antar variabel. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah penggunaan model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of The Technology*) 2 yang mana merupakan model pengembangan dari Venkatesh, dkk. yang dari 8 teori penerimaan teknologi. Kedelapan teori tersebut diantaranya adalah *theory of reasoned action* (TRA*), technology acceptance mode*l (TAM), *motivational model* (MM), *theory of planned behavior* (TPB), *combined TAM and TPB, model of PC utilization* (MPTU), *inovation diffusion theory* (IDIT), dan *social cognitive theory* (SCT). Venkatesh et al, (2003) dalam teori UTAUT2 mengidentifikasi adanya 7 faktor didalamnya yang dapat mempengaruhi keinginan seseorang untuk menentukan perilaku dalam mengambil keputusan. Diantara 7 faktor tersebut yakni ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi pemfasilitas, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan. Dari ke-7 variabel ini akan diuji apakah dapat mempengaruhi keputusan penggunaan terhadap BSI *mobile banking*. Penelitian ini menggunakan data primer dengan penyebaran kuesioner dengan jumlah responden 124. Yang mana responden tersebut merupakan pengguna atau pernah menggunakan BSI *mobile banking*. Dari penelitian ini menggunakan kuesioner dengan jumlah indikatro 3 sampai 4 item indikator setiap variabelnya dengan menggunakan skala linkert 1-5.

A. Karakteristik Responden Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, peneliti mendapatkan responden sebanyak 124 responden. Responden yang didapat peneliti meruoakan hasil penyebaran data primer dengan cara pembagian gform yang berisi pertanyaan mengenai setiap variabel. Yang didalamnya terdapat pilihan dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju, peneliti menggunakan skala linkert untuk digunakan responden dalam memilih skala pada setiap variabel pada

penelitian ini.

Karakteristik responden penelitian adalah berdasarkan jenis Kelamin, Usia, Pendidikan, dan Penghasilan. Dari hasil analisis yang didapat dari karakteristik responden yang digunakan peneliti, peneliti mendapatkan hasil sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 1 Karateristik Responden Penelitian

Karakteristik	Indikator	F	%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	26	20.97
	Perempuan	98	79.03

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dalam hasil penyebaran kuesioner oleh peneliti, peneliti mendapat responden dengan karakteristi berdasarkan jenis kelamin sebanyak 124 responden. Dalam jenisnya terbagi menjadi 2, yaitu laku-laki dan perempuan. Yang mana dalam hasilnya terdapat jumlah laki-laki sebanyak 26 responden (20.97%) dan perempuan sebanyak 98 responden (79%).

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4. 2 Karateristik Responden Penelitian

Karakteristik	Indikator	f	%
Usia	15 - 25 Thn	94	75.81
	26 -35 Thn	20	16.13
	36 -45 Thn	10	8.06

Dari tabel 4.2 dapat dilihat bahwa dari hasil penyebaran responden, peneleti membedakan karakteristik responden berdasarkan usia kedalam 3 golongan. Dapat dilihat peneliti mendapat responden dengan rentang umur 15-25 tahun sebanyak 94 (75.81%) yang mana dalam penelitian ini rentang umur tersebut merupakan generasi Z. Kemudian untuk generasi milenial, dengan rentang umur 26-35 tahun peneliti

mendapat 20 responden (16.13%). Dan untuk generasi milenial dengan rentang umur 36-45 tahun sebanyak 10 (8.06%).

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4. 3 Karateristik Responden Penelitian

Karakteristik	Indikator	f	%
Pendidikan	SMA/Sederajat	71	57.26
	Diploma	4	3.23
	Sarjana	47	37.90
	Pasca Sarjana	2	1.61

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwasannya dari penyebaran kuesioner, peneliti mendapatkan responden dengan karakteristik berdasarkan pendidikan SMA/Sederajat sebanyak 71 responden (57.26%). Untuk pendidikan diploma sebanyak 4 responden (3.23%). Kemudian untuk pendidikan sarjana sebanyak 47 (37.90%). Dan untuk pasca sarjana sebanyak 2 responden (1.61%).

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Tabel 4. 4 Karateristik Responden Penelitian

Karakteristik	Indikator	f	%
Penghasilan	≤ 2 Juta Rupiah	97	78.23
	3 – 5 Juta	18	14.52
	6 –10 Juta	7	5.65
	11 – 15 Juta	1	0.81
	> 16 Juta	1	0.81

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwasannya hasil penyebaran kuesioner oleh peneliti mendapat responden dengan karakteristik berdasarkan penghasilan ≤ 2 Juta Rupiah sebanyak 97 responden (78.23%). Sedangkan dengan penghasilan 3 – 5 Juta sebanyak 18 responden (14.52%). Responden dengan penghasilan 6-10 juta

sebanyak 1 responden (0.81%). Dan untuk responden dengan penghasilan diata 16 juta sebanyak 1 responden (0.81%).

B. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menunjukkan tingkat kesahihan atau validitas item tersebut. Item dikatakan valid jika skor tersebut mempunyai kesejajaran dengan skor totalnya (Arikunto, 2019 : 61). Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasi antara skor yang diperoleh untuk masing-masing pertanyaan dengan skor total.

Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan program SPSS. Dalam penelitian ini pengujian validitas hanya dilakukan terhadap responden. Pengambilan keputusan berdasarkan pada nilai rhitung (*Corrected Item-Total Correlation*) > r tabel sebesar 0,201, untuk df = 100–2 = 98; α = 0,05 maka item/ pertanyaan tersebut valid dan sebaliknya. Untuk lebih lengkapnya uji validitas kuisoner dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 5 Uji Validitas Ekspektasi Kinerja

Variabel	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	R Tabel	Keterangan
Ekspektasi Kinerja	PE1	0.790	0,201	Valid
	PE2	0.871	0,201	Valid
	PE3	0.836	0,201	Valid
	PE4	0.807	0,201	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Tabel 4. 6 Uji Validitas Ekspektasi Usaha

Variabel	**Indikator**	**Corrected Item-Total Correlation**	**R Tabel**	**Keterangan**
Ekspektasi Usaha	EE1	0.893	0,201	Valid
	EE2	0.836	0,201	Valid
	EE3	0.887	0,201	Valid
	EE4	0.780	0,201	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Tabel 4. 7 Uji Validitas Pengaruh Sosial

Variabel	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	R Tabel	Keterangan
Pengaruh Sosial	SI1	0.847	0,201	Valid
	SI2	0.853	0,201	Valid
	SI3	0.861	0,201	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Tabel 4. 8 Uji Validitas Kondisi Pemfasilitas

Variabel	**Indikator**	**Corrected Item-Total Correlation**	**R Tabel**	**Keterangan**
Kondisi Pemfasilitas	FC1	0.817	0,201	Valid
	FC2	0.821	0,201	Valid
	FC3	0.804	0,201	Valid
	FC4	0.684	0,201	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Tabel 4. 9 Uji Validitas Motivasi Hedonis

Variabel	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	R Tabel	Keterangan
Motivasi Hedonis	HM1	0.759	0,201	Valid
	HM2	0.860	0,201	Valid
	HM3	0.675	0,201	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Tabel 4. 10 Uji Validitas Nilai Harga

Variabel	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	R Tabel	Keterangan
Nilai Harga	PV1	0.856	0,201	Valid
	PV2	0.879	0,201	Valid
	PV3	0.813	0,201	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Tabel 4. 11 Uji Validitas Kebiasaan

Variabel	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	R Tabel	Keterangan
Kebiasaan	HB1	0.809	0,201	Valid
	HB2	0.925	0,201	Valid
	HB3	0.857	0,201	Valid
	HB4	0.810	0,201	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Tabel 4. 12 Uji Validitas Keputusan Penggunaan

Variabel	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	R Tabel	Keterangan
Keputusan Penggunaan	USE1	0.724	0,201	Valid
	USE2	0.873	0,201	Valid
	USE3	0.803	0,201	Valid
	USE4	0.764	0,201	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwasannya data yang diambil dari kuesioner yang dibagikan kepada responden dengan jumlah sampel 98 untuk diambil ke validitasannya oleh peneliti dengan uji validitas, bahwa variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi pemfasilitas, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, keputusan penggunaan menunjukkan bahwa seluruh indikator variabel penelitian memiliki nilai r hitung > r tabelyang sebesar 0,201. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi pemfasilitas, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, keputusan penggunaan dikatakan valid seluruhnya dan dapat digunakan untuk penelitian berikutnya.

b. Reliabilitas angket penelitian

Instrumen dikatakan reliabel atau dapat dipercaya apabila isntrumen cukup dapat menunjukkan kekonstanan hasil pengukuran, sehingga dapat membuktikan bahwa alat ukur tersebut benar-benar dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya (Arikunto, 2019). Untuk mengetahui reliabilitas instrumen penelitian digunakan rumus Alpha. Menurut Nunally, jika nilai Cronbach Alpha lebih kecil dari 0,60 termasuk dalam tingkat reliabilitasnya kurang baik, di atas 0,7 sampai 0,8 adalah tingkat reliabilitasnya dapat diterima, sedangkan yang baik

adalah jika di atas 0,8 (Ghozali, 2019).

Hasil uji reliabilitas kuisioner penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliailitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Indikator	Keterangan
Ekspektasi Kinerja	0.924	4	Keandalan baik
Ekspektasi Usaha	0.935	4	Keandalan baik
Pengaruh Sosial	0.928	3	Keandalan baik
Kondisi Pemfasilitas	0.901	4	Keandalan baik
Motivasi Hedonis	0.877	3	Keandalan baik
Nilai Harga	0.926	3	Keandalan baik
Kebiasaan	0.936	4	Keandalan baik
Keputusan Penggunaan	0.907	4	Keandalan baik

Sumber: Olah Data SPSS

Dari tabel 4.13 dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha seluruh variabel yaitu variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi pemfasilitas, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, dan keputusan penggunaan pada penelitian ini lebih dari atau diatas 0,8. Sehingga dapat dikatakan bahwa setiap variabel memiliki keandala baik atau reliabel. Yang mana dapat disimpulkan bahwa variabel yang digunakan oleh peneliti dapat digunakan kembali pada oenelitian berikutnya.

C. Analisis Partial Least Square

Model evaluasi PLS dilaksanakan melalui penilaian outer model dan inner model. Outer model merupakan spesifikasi model pengukuran memerlukan pertimbangan sifat hubungan antara konstruk dan ukuran. Inner model (model struktural) juga memiliki dua jenis variabel eksogen dan endogen. (Ghozali, 2019). Tahap-tahap tersebut adalah sebagai berikut :

1. Analisis Outer Model atau Measurement Model

a. Analisis signifikansi indikator (*convergent validity*)

Validitas konvergen dan diskriminan adalah dua aspek mendasar dari validitas konstruk. Validitas konvergen mengacu pada seberapa erat hubungan skala baru dengan variabel lain dan ukuran lain dari konstruksi yang sama. Konstruk tersebut tidak hanya harus berkorelasi dengan variabel-variabel yang berkaitan, tetapi juga tidak boleh berkorelasi dengan variabel-variabel yang berbeda dan tidak berkaitan. Penentuan yang terakhir ini disebut sebagai validitas diskriminan. Namun menurut Chin, 1998 (dalam Ghozali, 2019) untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup memadai. Dalam penelitian ini akan digunakan batas loading factor sebesar 0,5.

Tabel 4. 14 *Outer Loadings (Measurement Model)*

	Ekspektasi Kinerja	Ekspektasi Usaha	Kebiasaan	Keputusan Penggunaan BSI *M-banking*	Kondisi Pemfasilitas	Motivasi Hedonis	Nilai Harga	Pengaruh Sosial
EE1		0.945						
EE2		0.906						
EE3		0.940						
EE4		0.873						
FC1					0.897			
FC2					0.890			
FC3					0.880			
FC4					0.821			
HB1			0.906					
HB2			0.961					
HB3			0.922					
HB4			0.900					
HM1						0.918		
HM2						0.948		
HM3						0.779		
PE1	0.869							
PE2	0.919							
PE3	0.909							
PE4	0.895							
PV1							0.935	
PV2							0.948	
PV3							0.887	
SI1								0.926
SI2								0.920
SI3								0.937
USE 1				0.829				
USE 2				0.932				
USE 3				0.907				

	Ekspektasi Kinerja	Ekspektasi Usaha	Kebiasaan	Keputusan Penggunaan BSI *M-banking*	Kondisi Pemfasilitas	Motivasi Hedonis	Nilai Harga	Pengaruh Sosial
USE 4				**0.877**				

Sumber: SmartPLS diolah

Hasil pengolahan dengan menggunakan SmartPLS dapat dilihat pada Tabel 4.14. Nilai outer model atau korelasi antara konstruk dengan variabel pada awalnya sudah memenuhi convergen validity karena seluruh indikator yang memiliki nilai loading factor di atas 0,50. Maka dapat disimpulkan bahwasannya hubungan antara variabel laten dengan indikator dikatakan berhubungan erat dengan variabel latennya atau dapat menyerap atau menjelaskan informasi mengenai variabel latennya.

b. Analisis korelasi indikator (Discriminant Validity)

Validitas konvergen dan diskriminan adalah dua aspek mendasar dari validitas konstruk. Validitas konvergen mengacu pada seberapa erat hubungan skala baru dengan variabel lain dan ukuran lain dari konstruksi yang sama. Konstruk tersebut tidak hanya harus berkorelasi dengan variabel-variabel yang berkaitan, tetapi juga tidak boleh berkorelasi dengan variabel-variabel yang berbeda dan tidak berkaitan. Penentuan yang terakhir ini disebut sebagai validitas diskriminan. Hasil pengujian discriminant validity diperoleh sebagai berikut :

Tabel 4. 15 Nilai *Discriminant Validity (Cross Loading)*

	Ekspektasi Kinerja	Ekspektasi Usaha	Kebiasaan	Keputusan Penggunaan BSI *M-banking*	Kondisi Pemfasilitas	Motivasi Hedonis	Nilai Harga	Pengaruh Sosial
EE1	0.646	**0.945**	0.603	0.556	0.693	0.721	0.817	0.507
EE2	0.551	**0.906**	0.486	0.509	0.712	0.687	0.737	0.424
EE3	0.640	**0.940**	0.575	0.611	0.663	0.701	0.748	0.490
EE4	0.509	**0.873**	0.554	0.547	0.655	0.597	0.645	0.432
FC1	0.574	0.665	0.589	0.521	**0.897**	0.654	0.588	0.603
FC2	0.457	0.677	0.518	0.474	**0.890**	0.560	0.597	0.589
FC3	0.528	0.622	0.534	0.454	**0.880**	0.557	0.596	0.532
FC4	0.694	0.618	0.642	0.573	**0.821**	0.689	0.588	0.550
HB1	0.769	0.626	**0.906**	0.726	0.648	0.796	0.592	0.653
HB2	0.772	0.532	**0.961**	0.738	0.663	0.721	0.523	0.711
HB3	0.717	0.511	**0.922**	0.709	0.575	0.678	0.493	0.650
HB4	0.657	0.568	**0.900**	0.712	0.549	0.640	0.504	0.559
HM1	0.702	0.664	0.755	0.686	0.626	**0.918**	0.605	0.615
HM2	0.717	0.696	0.736	0.604	0.677	**0.948**	0.759	0.556
HM3	0.524	0.602	0.518	0.467	0.596	**0.779**	0.684	0.463
PE1	**0.869**	0.692	0.724	0.597	0.641	0.761	0.710	0.563
PE2	**0.919**	0.494	0.677	0.530	0.508	0.586	0.592	0.583
PE3	**0.909**	0.528	0.718	0.604	0.627	0.608	0.590	0.639
PE4	**0.895**	0.583	0.715	0.645	0.570	0.693	0.603	0.627
PV1	0.688	0.744	0.540	0.407	0.614	0.734	**0.935**	0.410
PV2	0.626	0.814	0.542	0.408	0.658	0.712	**0.948**	0.439
PV3	0.611	0.650	0.501	0.287	0.615	0.657	**0.887**	0.468
SI1	0.672	0.585	0.691	0.515	0.649	0.738	0.580	**0.926**
SI2	0.557	0.400	0.569	0.445	0.586	0.493	0.348	**0.920**
SI3	0.637	0.421	0.674	0.542	0.584	0.495	0.373	**0.937**
USE 1	0.521	0.634	0.587	**0.829**	0.520	0.542	0.422	0.380
USE 2	0.555	0.561	0.726	**0.932**	0.518	0.625	0.322	0.503
USE 3	0.597	0.510	0.741	**0.907**	0.539	0.577	0.348	0.493

	Ekspektasi Kinerja	Ekspektasi Usaha	Kebiasaan	Keputusan Penggunaan BSI *M-banking*	Kondisi Pemfasilitas	Motivasi Hedonis	Nilai Harga	Pengaruh Sosial
USE 4	0.685	0.468	0.712	**0.877**	0.505	0.638	0.360	0.541

Sumber: SmartPLS diolah

Dari Tabel 4.15 dapat dilihat bahwa beberapa nilai loading factor untuk setiap indikator dari masing-masing variabel laten (angka bold) masih memiliki nilai loading factor yang paling besar dibanding nilai loading jika dihubungkan dengan variabel laten lainnya. Hal ini berarti bahwa setiap variabel laten belum memiliki discriminant validity yang baik dimana beberapa variabel laten masih memiliki pengukur yang berkorelasi tinggi dengan konstruk lainnya.

c. Mengevaluasi Reliability *dan Average Variance Extracted* (AVE)

Selain memeriksa pemuatan faktor standar, banyak penelitian telah menggunakan kriteria Fornell dan Larcker (1981) untuk menilai validitas konvergen. Fornell dan Larcker (1981) menyatakan bahwa validitas konvergen terbentuk ketika konstruk laten menyumbang tidak kurang dari setengah varian dalam indikator terkait. Mereka mengusulkan penggunaan *Average Variance Extracted* (AVE) untuk mewakili jumlah rata-rata varians yang dijelaskan oleh suatu konstruk dalam indikatornya relatif terhadap varians keseluruhan dari indikatornya. Konstruk dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi jika nilainya 0,70 dan AVE berada diatas 0,50. Pada Tabel 4.16. akan disajikan nilai Composite Reliability dan AVE untuk seluruh variabel.

Tabel 4. 16 *Composite Reliability dan Average Variance Extracted*

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Ekspektasi Kinerja	**0.920**	**0.923**	**0.944**	**0.807**
Ekspektasi Usaha	**0.936**	**0.941**	**0.954**	**0.840**
Kebiasaan	**0.941**	**0.942**	**0.958**	**0.851**
Keputusan Penggunaan BSI *M-banking*	**0.909**	**0.914**	**0.936**	**0.787**
Kondisi Pemfasilitas	**0.896**	**0.900**	**0.927**	**0.761**
Motivasi Hedonis	**0.860**	**0.895**	**0.915**	**0.783**
Nilai Harga	**0.915**	**0.943**	**0.946**	**0.853**
Pengaruh Sosial	**0.920**	**0.928**	**0.949**	**0.861**

Berdasarkan Tabel 4.16. dapat disimpulkan bahwa semua konstruk Intensi penggunaan kembali, Kepuasan, Konfirmasi, Persepsi kegunaan, Persepsi kemudahan dan Sikap memenuhi kriteria reliabel baik untuk kriteria Cronbach's Alpha, rho_A, Composite Reliability, maupun Average Variance Extracted (AVE).

2. Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Inner model (model struktural) juga memiliki dua jenis variabel: Eksogen dan Endogen. Suatu variabel laten dikatakan eksogen jika tidak merupakan pengaruh dari variabel laten lainnya dalam model (tidak ada panah masuk dari variabel laten lainnya). *Inner model* PLS juga melihat besarnya koefiesien jalur strukturalnya.

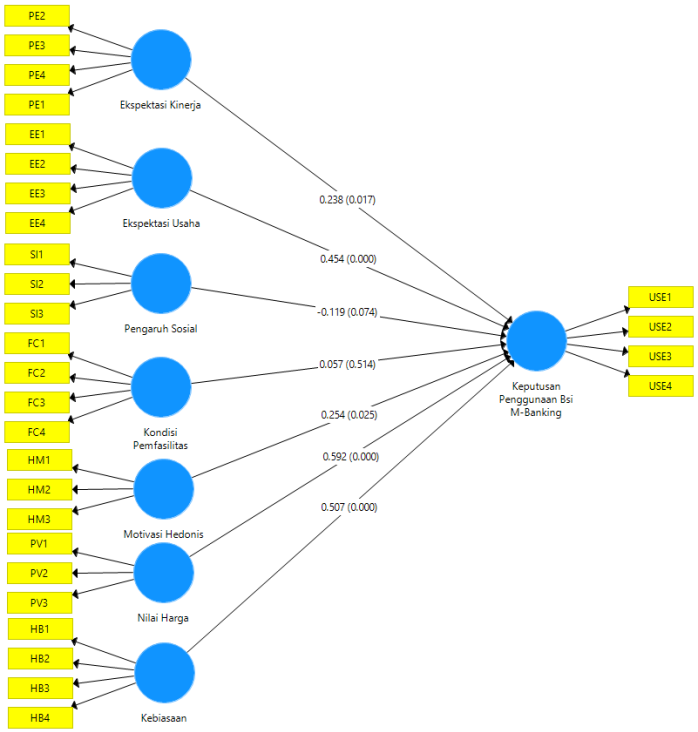
Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat R-square untuk setiap variabel laten dependen. Tabel 4.17. merupakan hasil estimasi R-square dengan menggunakan SmartPLS.

Tabel 4. 17 Nilai *R-Square*

	R Square	R Square Adjusted
Keputusan Penggunaan BSI *M-banking*	0.731	0.715

Pada prinsipnya penelitian ini menggunakan 1 buah variabel dependent yang dipengaruhi oleh variabel independent lainnya yaitu Keputusan Penggunaan BSI *M-banking* yang dipengaruhi oleh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi Pemfasilitas, Motivasi Hedonis, Nilai Harga dan Kebiasaan. Tabel 4.17. menunjukkan nilai R-square untuk variabel Intensi Penggunaan kembali *m-banking* diperoleh sebesar 0.731. Hasil ini menunjukkan bahwa 73,1% variabel Keputusan Penggunaan BSI *M-banking* dipengaruhi oleh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi Pemfasilitas, Motivasi Hedonis, Nilai Harga dan Kebiasaan secara simultan. Pengujian Hipotesis Pengaruh Parsial

Pengujian hipotesis pengaruh parsial secara langsung masing-masing variabel bebas terhadap variabel antara maupun terikat menggunakan PLS terdapat pada *output result for inner weight* yang dapat dilihat pada gambar dan tabel berikut ini :



Gambar 4. 1 Memberikan output estimasi untuk pengujian model struktural

Tabel 4. 18 ***Result For Inner Weights (Direct Effect)***

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values
Ekspektasi Kinerja -> Keputusan Penggunaan BSI *M-banking*	0.238	0.241	0.100	2.388	**0.017**
Ekspektasi Usaha -> Keputusan Penggunaan BSI *M-banking*	0.454	0.432	0.106	4.274	**0.000**
Kebiasaan -> Keputusan Penggunaan BSI *M-banking*	0.507	0.503	0.095	5.335	**0.000**
Kondisi Pemfasilitas -> Keputusan Penggunaan BSI *M-banking*	0.057	0.073	0.087	0.653	**0.514**
Motivasi Hedonis -> Keputusan Penggunaan BSI *M-banking*	0.254	0.254	0.113	2.251	**0.025**
Nilai Harga -> Keputusan Penggunaan BSI *M-banking*	0.592	0.582	0.140	4.214	**0.000**
Pengaruh Sosial -> Keputusan Penggunaan BSI *M-banking*	-0.119	-0.119	0.067	1.790	**0.074**

Hasil pengujian dengan *bootstrapping* dari analisis PLS adalah sebagai berikut :

1. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pengaruh variabel Ekspektasi kinerja terhadap Keputusan menggunakan BSI *Mobile banking* menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0.238 dengan nilai t sebesar 2.388 dan p values = 0.017. Nilai p tersebut lebih kecil dari 0,05. Hasil ini berarti bahwa Ekspektasi kinerja memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan menggunakan BSI *Mobile banking* yang berarti H_1 yang berbunyi Ekspektasi kinerja berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan menggunakan BSI *Mobile banking* Nasabah BSI terdukung
2. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pengaruh variabel Ekspektasi usaha terhadap Keputusan menggunakan BSI *Mobile banking* menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0.454 dengan nilai t sebesar 4.274 dan p values = 0.000. Nilai p tersebut lebih kecil dari 0,05. Hasil ini berarti bahwa Ekspektasi usaha memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan menggunakan BSI *Mobile banking* yang berarti H_2 yang berbunyi Ekspektasi usaha berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan menggunakan BSI *Mobile banking* Nasabah BSI terdukung
3. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pengaruh variabel Pengaruh sosial terhadap Keputusan menggunakan BSI *Mobile banking* menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar -0.119 dengan nilai t sebesar 1.790 dan p values = 0.074. Nilai p tersebut lebih besar dari 0,05. Hasil ini berarti bahwa Pengaruh sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan menggunakan BSI *Mobile banking* yang berarti H_3 yang berbunyi Pengaruh sosial berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan menggunakan BSI *Mobile banking* Nasabah BSI tidak terdukung
4. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pengaruh variabel Kondisi pemfasilitas terhadap Keputusan menggunakan BSI *Mobile banking* menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0.057 dengan nilai t sebesar 0.653 dan p values = 0.514. Nilai p tersebut lebih besar dari 0,05. Hasil ini berarti bahwa Kondisi pemfasilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

Keputusan menggunakan BSI *Mobile banking* yang berarti H_4 yang berbunyi Kondisi pemfasilitas berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan menggunakan BSI *Mobile banking* Nasabah BSI tidak terdukung

5. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pengaruh variabel Motivasi Hedonis terhadap Keputusan menggunakan BSI *Mobile banking* menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0.254 dengan nilai t sebesar 2.251 dan p values = 0.025. Nilai p tersebut lebih kecil dari 0,05. Hasil ini berarti bahwa Motivasi Hedonis memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan menggunakan BSI *Mobile banking* yang berarti H_5 yang berbunyi Motivasi Hedonis berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan menggunakan BSI *Mobile banking* Nasabah BSI terdukung
6. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pengaruh variabel Nilai Harga terhadap Keputusan menggunakan BSI *Mobile banking* menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0.592 dengan nilai t sebesar 4.214 dan p values = 0.000. Nilai p tersebut lebih kecil dari 0,05. Hasil ini berarti bahwa Nilai Harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan menggunakan BSI *Mobile banking* yang berarti H_6 yang berbunyi Nilai Harga berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan menggunakan BSI *Mobile banking* Nasabah BSI terdukung
7. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pengaruh variabel Kebiasaan terhadap Keputusan menggunakan BSI *Mobile banking* menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0.507 dengan nilai t sebesar 5.335 dan p values = 0.000. Nilai p tersebut lebih kecil dari 0,05. Hasil ini berarti bahwa Kebiasaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan menggunakan BSI *Mobile banking* yang berarti H_7 yang berbunyi Kebiasaan berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan menggunakan BSI *Mobile banking* Nasabah BSI terdukung

D. Pembahasan

1. Pengaruh Ekspektasi Kinerja Terhadap Keputusan Menggunakan *M-banking* BSI

Performance expectancy (ekspektasi kinerja) adalah pemahaman oengguna dalam perkembangan zaman dengan majunya teknologi informasi. Contoh dalam kasus ini semakin berkembangnya zaman maka dapat dilihat budaya cashless. Hanya dengan scan barcode kita dapat bertransaksi. Selain itu uga dengan pembelian online dengan pembayaran via transfer juga mendukung *mobile banking* banyak digunakan di zaman sekarang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ekspektasi kinerja memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan menggunakan BSI *mobile banking* yang berarti H_1 terdukung. Temuan ini sejalan dengan Oktaviana & Siregar (2021) yang menyatakan bahwa ekspektasi kinerja dapat berpengaruh terhadap niat nasabah BSI untuk menggunakan *mobile banking.* Dalam hasil ini dapat disimpulkan bahwasannya *moile banking* Bsi berguna dalam kehidupan sehari hari, meningkatkan peluang dalam menyelesaikan tugas penting nasabah, membantu menyelesaikan tugas nasabah dengan cepat, dan meningkatkan produktivitas penggunaan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* Bsi.

2. Pengaruh Ekspektasi Usaha Terhadap Keputusan Menggunakan *mobile banking* BSI.

Effort expectancy (ekspektasi usaha) adalah kemudahan pengguna *mobile banking* ketika dapat mengakses *mobile banking*. Dengan tersedianya *mobile banking* pengguna dapat menggunakan fitur-fitur untuk memudahkan kita tanpa harus melakukan usaha yang berlebih. Contoh seperti tanpa mengambil uang terlebih dahulu dapat membeli barang/membeli makanan. Pengguna dapat melakukannya dimanapun bahkan dengan bersantai jika ingin membeli barang online. Dan juga tidak

perlu repot-repot untuk membawa dompet dan uang yang banyak.

Ekspektasi usaha memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan menggunakan BSI *Mobile banking* yang berarti H_2 terdukung. Temuan ini sejalan dengan Anjani & Mukhlis (2022) yang menyatakan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap niat mahasiswa yang menggunakan *m-banking* BRI dalam menggunakan *mobile banking*. Hal ini dikarenakan *mobile banking* Bsi mudah dipelajari oleh nasabah, fitur-fitur yang digunakan jelas dan dapat dimengerti, dan mudah digunakan.

3. Pengaruh Sosial Terhadap Keputusan Menggunakan *mobile banking* BSI.

Social influence (pengaruh sosial) adalah karena faktor lingkungan yang semakin canggih membuat pengguna ingin melakukan sesuatu yang lebih mudah. Menurut George R. Terry (2005:14) pengambilan keputusan adalah sebuah pemilihan alternatif perilaku (kelakuan) tertentu dari dua atau lebih alternatif yang ada. Sedangkan menurut Stoner (2006:40) mengatakan bahwa pengambilan keputusan adalah proses yang digunakan untuk memilih suatu tindakan sebagai cara untuk memecahkan permasalahan,

Pengaruh sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan menggunakan BSI *Mobile banking* yang berarti H_3 tidak terdukung. Temuan ini sejalan dengan penelitian Muhammad Khaerul Muttaqien, Moh Khoiruk Anam, Tajudin Mas'ud, dan Hamli Syaifullah (2023) yang menytakan bahwa pengaruh sosial tidak mempengaruhi mahasiswa dalam niat berperilaku untuk menggunakan *mobile banking*. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengaruh orang-orang yang penting, orang-orang dilingkungan sekitar, dan pendapat orang yang dihargai bagi nasabah. Hal ini terbukti dengan rendahnya nilai konstruk dalam indikator kuesioner.

4. Pengaruh Kondisi Pemfasilitas Terhadap Keputusan Menggunakan *M-banking* BSI

Kondisi yang memfasilitasi didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa infrastruktur organisasi dan teknis tersedia untuk mendukung penggunaan sistem. Konstruk dasar kondisi yang memfasilitasi dioperasikan untuk mencakup aspek lingkungan teknologi dan/atau organisasi yang dirancang untuk menghilangkan hambatan penggunaan.Facilitating condition (kondisi pemfasilitas) adalah mendukungnya infrastruktur yang tersedia. Seperti memiliki handphone, memiliki tabungan di bank BSI, dan jaringan internet yang lancar.

Kondisi pemfasilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan menggunakan BSI *Mobile banking* yang berarti H_4 tidak terdukung. Temuan ini sejalan dengan Cindy Igustisari, Dwi Rosa Indah, dan Putri Eka Sevtiyuni (2023) yang menyatakan bahwa kondisi yang memfasilitasi tidak mempengaruhi niat nasabah dalam menggunakan BSI *mobile banking*. Hal ini dikarenakan kurangnya sumber daya yang diperlukan, kurangnya pengetahuan penggunaan *mobile banking*, kurangnya rasa kompatibel Bsi dengan teknlogi lain, dan kurangnya bantuan ketika mengalami kesulitan dalam menggunakan *mobile banking* Bsi. Hal ini terbukti dengan rendahnya nilai konstruk dalam indikator kuesioner.

5. Pengaruh Motivasi Hedonis Terhadap Keputusan Menggunakan *M-banking* BSI.

Hedonic Motivation (Motivasi Hedonis) adalah kesenangan yang didapat ketika pengguna teknologi menggunakannya dan terbukti memainkan peran penting dalam penerimaan dn penggunaanya. Sehinngga menyebabkan pengguna teknologi enggan unuk berpindah ke teknologi yang lainnya.

Motivasi Hedonis memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan menggunakan BSI *Mobile banking* yang berarti H_5

terdukung Temuan ini sejalan dengan Baabullah et al., (2019) di Saudi Arabia yang menyatakan bahwa motivasi hedonis berpengaruh pada perilaku penggunaan bank saudi. Dapat disimpulkan bahwasannya nasabah merasa dalam menggunakan *mobile banking* Bsi merasa senang, menikmati, dan terhibur dalam menggunakan *mobile banking Bsi*

6. Pengaruh Nilai Harga Terhadap Keputusan Menggunakan *M-banking* BSI.

Price value (Nilai Harga) adalah pertukaran kognitif yang didapat dari pengguna teknologi antara manfaat yang dirasakan dari aplikasi *mobile banking* dan biaya moneter yang dikeluarkan ketika memanfaatkan dan atau menggunakan aplikasi *mobile banking*.

Nilai Harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan menggunakan BSI *Mobile banking* yang berarti H_6 terdukung. Temuan ini sejalan dengan Baabullah et al., (2019) yang menjelaskan bahwasannya pengguna teknologi akan membandingkan harga yang mereka keluarkan untuk menggunakan teknologi tersebut jika dilakukan secara terus-menerus. Hal ini dapat disimpulkan bahwasannya biaya *mobile banking* Bsi terjangkau, sepadan dengan manfaat yang diterima nasabah, dan biayanya lebih rendah dibanding ank lainnya.

7. Pengaruh Kebiasaan Terhadap Keputusan Menggunakan *M-banking* BSI.

Habit (Kebiasaan) adalah ketika pengguna teknologi cenderung melakukan perilaku secara otomatis secara berulang karena pembelajaran. Kebiasaan dalam hal ini dapat berarti banyak hal, seperti adanya budaya cashless yang menyebabkan seseorang untuk mempermudah bertransaksi dan lebih praktis maka hanya dengan melalui handphone bisa membayar dan membeli sesuatu tanpa harus membawa dompet dan lebih

Kebiasaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan menggunakan BSI *Mobile banking* yang berarti H_7 terdukung. Temuan ini sejalan dengan Baabullah et al., (2019) di Saudi Arabia terhadap penggunaan bank saudi yang menemukan bahwa kebiasaan berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan. Hal ini dapat disimpulkan bahwaannya nasabah merasa ketergantungan dalam menggunakan *mobile banking* Bsi sehingga nasabah menjadi terbiasa menggunakan mobile banking dan memaklumi hal yang dia lakukan.

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini memiliki kekurangan dalam pengambilan responden melalui kuesioner pada generasi milenial rentang usia 36-45 tahun sebanyak 10 responden. Sehingga menyebabkan kerancuan dalam kevalidan untuk memastikan apakah dalam 10 sampel tersebut merupakan generasi milenial. Dikarenakan peneliti tidak menggunakan rentang tahun generasi milenial sebagai acuan. Hal ini bisa digunakan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya dalam menganalisis pengaruh keputusan menggunakan *mobile banking* Bsi pada generasi milenial untuk menggunakan rentang tahun kelahiran generasi milenial agar lebih valid dan dapat dibuktikan. Kesimpulan hasil penelitian ini terkait variabel eksogen dan variabel endogen adalah sebagai berikut :

1. Ekspektasi kinerja (*Performance expectancy*) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *M-banking* BSI.
2. Ekspektasi Usaha (Effort expectancy) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *M-banking* BSI.
3. Pengaruh sosial (*Social Influence*) tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *M-banking* BSI.
4. Kondisi pemfasilitasi (*Facillitating Conditions*) tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *M-banking* BSI.
5. Motivasi hedonis (*Hedonic Motivation*) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *M-banking* BSI.
6. Nilai harga (*Price value*) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *M-banking* BSI.
7. Kebiasaan (*Habit*) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *M-banking* BSI.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan, serta kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi manajemen BSI, peningkatan keputusan menggunakan *M-banking* BSI dapat melalui cara-cara sebagai berikut :

a. Meningkatkan kemudahan dan kebermanfaatan dari *m-banking* BSI agar nasabah memiliki intensi penggunaan kembali yang tinggi.

b. Meningkatkan kepuasan dan sikap pada *m-banking* BSI melalui berbagai program promosi *online* maupun *offline* agar nasabah memiliki intensi penggunaan kembali yang tinggi.

2. Bagi penelitian selanjutnya.

a. Menelaah kembali dalam meneliti pada generasi milenial untuk menggunakan rentang tahun agar hasil yang diperoleh lebih valid dan dapat dibuktikan.

b. Menambah variabel-variabel lain yang berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *M-banking* BSI, seperti kepercayaan dan keandalan.

c. Mengembangkan penelitian di perusahaan dengan karakteristik yang berbeda.

3. Bagi kalangan akademis, penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memperkaya pengetahuan serta melengkapi literatur mengenai berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan *M-banking* BSI.

DAFTAR PUSTAKA

Anjani, W., & Mukhlis, I. (2022). PENERAPAN MODEL UTAUT (THE UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY) TERHADAP MINAT DAN PERILAKU PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*. *JEAM*.

Chaidir, T., Ro'is, I., & Jufri, A. (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* .

Darma, B. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linnier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2.* Agustus 2021.

Khairani, G. A., & Giri, R. R. (2020). ANALISIS ADOPSI PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* MENGGUNAKAN MODEL UTAUT MODIFIKASI DENGAN BUDAYA SEBAGAI MODERATOR DI KALIMANTAN TIMUR. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online*, 1025-1035.

Muttaqien, M. K., Anam, M. K., Mas'ud, T., & Syaifullah, H. (2023). Penerimaan *Mobile banking* di Kalangan Nasabah Perbankan Syariah. *Al-Kharaj*.

Oktavianita, A. D., & Siregar, M. U. (2021). PENGARUH MODEL UTAUT (UNIFIED THEORY OF AZZEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY) TERHADAPNIAT GENERASI MILENIAL DALAM MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* DI INDONESIA. *EK&BI.*

Pella, D. D. (2020). *ALL ABOUT GEN Y: MITOS, REALITAS, DAN PENGELOLAAN ANTAR GENERASI.* 18 Juli 2020.

Pohan, R., Rokan, M. K., & Syarvina, W. (2023). Faktor-Faktor YAng Mempengaruhi Penggunaan *Mobile banking* Pada Layanan BSI *Mobile banking* Dengan Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT). *Jurnal Manajemen Akutansi (JUMSI)*, 798-806.

Purwandi, H. A. (2017). *Milenial Nusantara.* 28 Agustus 2018.

Ramadhani, A., & Priyono, A. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen *M-banking* BCA untuk Terus Menggunakan Layanan *M-banking* BCA.

Selekta Manajemen.

SAIBIL, D. I., & ROMADONI, M. F. (2023). NIAT DAN PERILAKU MAHASISWA DI INDONESIA UNTUK BERTRANSAKSI ZISWAF SECARA DIGITAL MELALUI LAYANAN *M-BANKING* SYARIAH. *Al-Intaj*.

Sari, F. (2018). *Metode dalam Pengambilan Keputusan.* 4 April 2018.

Shadiq, N., & sudarsono, H. (2022). Analisis Niat Nasabah Bank Syariah untuk Menggunakan *Mobile banking*. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis (JIPB)*.

Sumarni, Y. (2020). Tantangan Ekonomi dan Bisnis . *Al-Intaj*.

Susilowati, A., Rianto, B., Wijaya, N., & Sanny, L. (2021). Effects of UTAUT 2 Model on the Use of BCA *Mobile banking* in Indonesia. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*.

Ananda, F. B., & Aisyah, E. N. (2023). Analisis Penerapan Model UTAUT2 Terhadap Penggunaan *Mobile banking* Pada Bank Syariah. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 264-275.

Baabullah, A. M., Alalwan, A. A., Rana, N. P., & Kizgin, H. (2019). Consumer use of *mobile banking* (*M-banking*) in Saudi Arabia: Towards an integrated model. *International Journal of Information Management*, 38-52.

Igustisari, C., Indah, D. R., & Sevtiyuni, P. E. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Perilaku Pengguna BSB *Mobile banking* di Kota Palembang. *Jurnal JUPITER*, 313-324.

Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM_PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis.* Yogyakarta: PENERBIT ANDI (Anggota IKAPI).

Susilowati, A., Rianto, B., Wijaya, N., & Sanny, L. (2021). Effects of UTAUT 2 Model on the Use of BCA *Mobile banking* in Indonesia. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*.

LAMPIRAN

Karakteristik Responden

No	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Penghasilan/Uang Saku Per Bulan
1	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
2	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
3	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
4	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
5	Perempuan	15 - 25 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
6	Laki-laki	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	3 – 5 Juta
7	Perempuan	15 - 25 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
8	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	3 – 5 Juta
9	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
10	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	3 – 5 Juta
11	Perempuan	15 - 25 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
12	Perempuan	15 - 25 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
13	Perempuan	15 - 25 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
14	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
15	Laki-laki	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
16	Laki-laki	15 - 25 Thn	Pasca Sarjana	6 –10 Juta
17	Perempuan	15 - 25 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
18	Laki-laki	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
19	Perempuan	15 - 25 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
20	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
21	Perempuan	26 -35 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
22	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
23	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
24	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
25	Perempuan	15 - 25 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
26	Laki-laki	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	6 –10 Juta
27	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
28	Laki-laki	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	3 – 5 Juta
29	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
30	Perempuan	15 - 25 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
31	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
32	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
33	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	3 – 5 Juta
34	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
35	Laki-laki	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
36	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	3 – 5 Juta
37	Laki-laki	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
38	Perempuan	15 - 25 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
39	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
40	Perempuan	26 -35 Thn	Sarjana	3 – 5 Juta
41	Laki-laki	15 - 25 Thn	Sarjana	6 –10 Juta
42	Perempuan	26 -35 Thn	Sarjana	3 – 5 Juta
43	Perempuan	26 -35 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah

No	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Penghasilan/Uang Saku Per Bulan
44	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	3 – 5 Juta
45	Perempuan	15 - 25 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
46	Perempuan	15 - 25 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
47	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
48	Perempuan	26 -35 Thn	Sarjana	11 – 15 Juta
49	Laki-laki	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
50	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
51	Perempuan	26 -35 Thn	Sarjana	3 – 5 Juta
52	Laki-laki	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	6 –10 Juta
53	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
54	Laki-laki	15 - 25 Thn	Sarjana	6 –10 Juta
55	Perempuan	15 - 25 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
56	Perempuan	15 - 25 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
57	Perempuan	15 - 25 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
58	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	> 16 Juta
59	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
60	Laki-laki	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
61	Laki-laki	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	3 – 5 Juta
62	Laki-laki	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	3 – 5 Juta
63	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
64	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
65	Perempuan	15 - 25 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
66	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
67	Perempuan	15 - 25 Thn	Diploma	≤ 2 Juta Rupiah
68	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
69	Perempuan	15 - 25 Thn	Diploma	≤ 2 Juta Rupiah
70	Perempuan	15 - 25 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
71	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
72	Perempuan	15 - 25 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
73	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
74	Perempuan	26 -35 Thn	Pasca Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
75	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
76	Perempuan	26 -35 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
77	Perempuan	36 -45Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
78	Perempuan	36 -45Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
79	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
80	Laki-laki	26 -35 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
81	Perempuan	36 -45Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
82	Perempuan	36 -45Thn	Diploma	≤ 2 Juta Rupiah
83	Perempuan	36 -45Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
84	Laki-laki	26 -35 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
85	Perempuan	26 -35 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
86	Perempuan	36 -45Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
87	Laki-laki	26 -35 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
88	Perempuan	15 - 25 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
89	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
90	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah

No	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Penghasilan/Uang Saku Per Bulan
91	Laki-laki	26 -35 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
92	Perempuan	36 -45Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
93	Perempuan	36 -45Thn	Diploma	≤ 2 Juta Rupiah
94	Perempuan	36 -45Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
95	Laki-laki	26 -35 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
96	Perempuan	26 -35 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
97	Perempuan	36 -45Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
98	Laki-laki	26 -35 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
99	Perempuan	15 - 25 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
100	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
101	Perempuan	26 -35 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
102	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
103	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
104	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
105	Perempuan	15 - 25 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
106	Laki-laki	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	6 –10 Juta
107	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
108	Laki-laki	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	3 – 5 Juta
109	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
110	Perempuan	15 - 25 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
111	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
112	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
113	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	3 – 5 Juta
114	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
115	Laki-laki	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
116	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	3 – 5 Juta
117	Laki-laki	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
118	Perempuan	15 - 25 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
119	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	≤ 2 Juta Rupiah
120	Perempuan	26 -35 Thn	Sarjana	3 – 5 Juta
121	Laki-laki	15 - 25 Thn	Sarjana	6 –10 Juta
122	Perempuan	26 -35 Thn	Sarjana	3 – 5 Juta
123	Perempuan	26 -35 Thn	Sarjana	≤ 2 Juta Rupiah
124	Perempuan	15 - 25 Thn	SMA/Sederajat	3 – 5 Juta

Kuesioner Penelitian

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i

Dengan hormat,

Sehubungan dengan **Skripsi** yang harus saya selesaikan guna meraih gelar **Sarjana Fakultas Agama Islam Universitas Islam Indonesia**, saya bermaksud mengadakan penelitian kepada pengguna *M-banking* BSI. Untuk menunjang penelitian tersebut saya bermaksud menyebar kuesioner. Dengan segala kerendahan hati perkenankanlah saya ***memohon kesediaan***/bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi daftar pertanyaan dan pendapat yang ada di dalam kuisioner terlampir.

Kuisioner ini bertujuan untuk mengumpulkan jawaban serta pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i mengenai **ANALISIS PENGGUNAAN MODEL UTAUT2 TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN M -BANKING BSI (STUDI KASUS PADA GEN Z DAN MILENIAL DI YOGYAKARTA)**, dimana hal tersebut akan sangat berguna sebagai masukan bagi *M-banking* BSI untuk meningkatkan kualitas produk dan layanannya. Adapun ***jawaban*** dari Bapak/Ibu/Saudara/i akan saya ***rahasiakan*** sehingga tidak mengganggu keperluan Bapak/Ibu/Saudara/i pada aktivitas selanjutnya.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi pertanyaan yang ada, serta mengembalikannya kepada saya setelah selesai, dan untuk segala bantuannya saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Peneliti

KUESIONER

I. Karakteristik Responden Penelitian

Jenis Kelamin	:	☐ Pria ☐ Wanita
Usia	:	☐ 15 - 25 Thn 26 -35Thn. ☐ 36 -45Thn ☐ ☐ Lebih dari 45 tahun
Pendidikan Terakhir	:	☐ SD ☐ SMP ☐ SMA Diploma ☐ ☐ Sarjana (S1) ☐ Diatas S1
Lama Masa Bekerja	:	☐ ≤ 5 Thn 6 – 10 Thn ☐ 11–15 Thn☐ ☐ 16 – 20 Thn ☐ > 20 Thn
Penghasilan Per Bulan	:	☐ ≤ 2 Juta Rupiah ☐ 3 – 5 Juta ☐ 6 –10 Juta ☐ 11 – 15 Juta ☐ > 16 Juta
Pekerjaan	:	☐ ASN/TNI/POLRI ☐ Pegawai Swasta ☐ Wirausaha ☐ Ibu Rumah Tangga ☐ Pelajar/Mahasiswa ☐ Lainnya

II. Ekspektasi Kinerja

Petunjuk Pengisian :

Berilah tanda (X) silang pada kotak yang tersedia menurut jawaban yang paling anda anggap benar dan sesuai.

a. Responden dimohon untuk membaca setiap pertanyaan secara teliti dan menjawab dengan lengkap, karena apabila terdapat salah satu nomor yang tidak terisi jawaban maka item pertanyaan dianggap tidak berlaku.
b. Tidak ada jawaban yang salah atau benar dalam pilihan, yang terpenting anda memilih jawaban dengan jujur sesuai dengan pilihan anda.

Berilah penilaian tentang apa yang anda rasakan selama mendapatkan mengkonsumsi *M-banking* BSI dengan memberikan tanda silang (X) di bawah ini!

Keterangan:

1. Tidak Setuju = STS
2. Tidak Setuju = TS
3. Cukup Setuju = CS
4. Setuju = S
5. Sangat Setuju = SS

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
5.	Saya merasa *Mobile banking* BSI berguna dalam kehidupan saya sehari-hari.					
6.	Menggunakan *Mobile banking* BSI meningkatkan peluang saya untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi saya.					
7.	*Mobile banking* BSI membantu saya menyelesaikan tugas dengan lebih cepat.					
8.	Menggunakan *Mobile banking* BSI meningkatkan produktivitas saya					

Sumber: Adopsi dari Baabdullah et al. (2019)

III. Ekspektasi Usaha

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
5.	Mempelajari cara menggunakan *Mobile banking* BSI mudah bagi saya.					
6.	Fitur-fitur *Mobile banking* BSI jelas dan dapat dimengerti.					
7.	Saya merasa *Mobile banking* BSI mudah digunakan.					
8.	Mudah bagi saya untuk menjadi ahli dalam menggunakan *Mobile banking* BSI					

Sumber: Adopsi dari Baabdullah et al. (2019)

IV. Pengaruh Sosial

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
4.	Orang-orang yang penting bagi saya berpendapat bahwa saya sebaiknya menggunakan *Mobile banking* BSI					
5.	Orang-orang di lingkungan [ergaulan saya berpendapat bahwa saya sebaiknya menggunakan *Mobile banking* BSI					
6.	Orang yang pendapatnya saya hargai lebih suka saya menggunakan *Mobile banking* BSI					

Sumber: Adopsi dari Baabdullah et al. (2019)

V. Kondisi Pemfasilitas

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
5.	Saya memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menggunakan *Mobile banking* BSI					
6.	Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan *Mobile banking* BSI					
7.	*Mobile banking* BSI kompatibel dengan teknologi lain yang saya gunakan					
8.	Saya bisa mendapatkan bantuan dari orang lain ketika saya mengalami kesulitan dalam menggunakan *Mobile banking* BSI					

Sumber: Adopsi dari Baabdullah et al. (2019)

VI. Motivasi Hedonis

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
4.	Menggunakan *Mobile banking* BSI itu menyenangkan.					
5.	Saya menikmati penggunaan *Mobile banking* BSI					
6.	Menggunakan *Mobile banking* itu menghibur					

Sumber: Adopsi dari Baabdullah et al. (2019)

VII. Nilai Harga

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
4.	Biaya penggunaan *Mobile banking* BSI terjangkau.					
5.	Biaya penggunaan *Mobile banking* BSI sepadan dengan manfaatnya.					
6.	Dengan biaya yang ditetapkan Biaya penggunaan *Mobile banking* BSI bernilai lebih baik dibandingkan pesaingnya					

Sumber: Adopsi dari Baabdullah et al. (2019)

VIII. Kebiasaan

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
5.	Penggunaan *Mobile banking* BSI sudah menjadi kebiasaan bagi saya.					
6.	Saya memilki ketergantungan menggunakan *Mobile banking* BSI					

7.	Saya merasa harus selalu menggunakan *Mobile banking* BSI					
8.	Menggunakan *Mobile banking* BSI sudah menjadi hal yang lumrah bagi saya.					

Sumber: Adopsi dari Baabdullah et al. (2019)

IX. Keputusan Menggunakan *Mobile banking* BSI

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
5.	Saya selalu menggunakan *Mobile banking* BSI untuk mengecek saldo dan mutasi.					
6.	Saya selalu menggunakan *Mobile banking* BSI untuk melakukan transfer uang.					
7.	Saya selalu menggunakan *Mobile banking* BSI untuk membayar tagihan.					
8.	Saya selalu menggunakan *Mobile banking* BSI untuk mengisi dompet digital atau e money.					

Sumber: Modifikasi dari Baabdullah et al. (2019)

Jawaban Responden Penelitian

No	PE1	PE2	PE3	PE4	EE1	EE2	EE3	EE4	SI1	SI2	SI3	FC1	FC2	FC3	FC4
1	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	3	3	3	5	4	4	3	3	2	3	3	4	3	5
3	5	4	4	3	5	3	4	5	4	4	4	3	5	3	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
6	5	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	2
7	3	4	3	4	5	4	3	3	1	2	1	2	1	1	4
8	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	4	4	4	3	4	4	5	5	2	2	2	4	5	5	5
13	4	4	2	4	5	5	5	4	2	2	2	2	2	4	4
14	3	3	3	4	3	4	4	3	2	2	3	2	3	3	3
15	5	4	2	4	5	4	5	5	4	3	5	4	5	4	5
16	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3
17	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
18	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5
19	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
20	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

No	PE1	PE2	PE3	PE4	EE1	EE2	EE3	EE4	SI1	SI2	SI3	FC1	FC2	FC3	FC4
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
24	5	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	3	4	4	3
25	5	4	3	3	4	4	4	5	3	3	3	4	4	5	4
26	5	5	5	4	4	5	5	4	3	3	4	5	4	5	5
27	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4
28	5	3	3	3	5	5	5	5	5	2	3	5	3	3	3
29	5	5	4	4	5	5	5	5	3	2	4	5	5	5	4
30	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5
31	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4
32	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	3	4	4
33	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	4	5
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	3	3	2	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	2
36	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	1	1	2	2	4	4	4	5	2	3	2	4	5	5	1
38	5	4	3	3	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5
41	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4
42	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
43	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3
44	4	5	3	3	3	3	4	2	2	1	2	1	2	2	1
45	2	2	2	1	4	4	4	4	2	2	2	2	4	2	4
46	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
47	5	5	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3
48	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	2
49	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4
51	5	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5
52	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4
53	4	4	5	4	4	3	5	3	4	4	4	5	4	4	4
54	3	4	3	3	4	3	3	3	5	4	5	5	4	4	4
55	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
57	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
59	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4
60	3	2	2	2	4	4	4	4	2	3	2	5	5	3	4
61	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5

No	PE1	PE2	PE3	PE4	EE1	EE2	EE3	EE4	SI1	SI2	SI3	FC1	FC2	FC3	FC4
62	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5
63	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	3	3	4	3	4
64	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5
65	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
66	4	4	4	4	5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3
67	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
68	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
71	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
73	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2
74	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5
75	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	3	5	5
76	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5
77	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3
78	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3
79	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5
80	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
83	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
85	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	4	2	2	1	2
86	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	5
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
88	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	2	4
89	2	4	4	2	1	1	1	1	2	4	4	2	1	2	1
90	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5
91	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
94	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	4	2	2	1	2
97	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	5
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
99	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	2	4
100	2	4	4	2	1	1	1	1	2	4	4	2	1	2	1
101	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

No	PE1	PE2	PE3	PE4	EE1	EE2	EE3	EE4	SI1	SI2	SI3	FC1	FC2	FC3	FC4
102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
103	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
104	5	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	3	4	4	3
105	5	4	3	3	4	4	4	5	3	3	3	4	4	5	4
106	5	5	5	4	4	5	5	4	3	3	4	5	4	5	5
107	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4
108	5	3	3	3	5	5	5	5	5	2	3	5	3	3	3
109	5	5	4	4	5	5	5	5	3	2	4	5	5	5	4
110	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5
111	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4
112	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	3	4	4
113	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	4	5
114	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
115	4	3	3	2	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	2
116	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
117	1	1	2	2	4	4	4	5	2	3	2	4	5	5	1
118	5	4	3	3	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
119	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
120	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5
121	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4
122	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
123	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3
124	4	5	3	3	3	3	4	2	2	1	2	1	2	2	1

No	HM2	HM3	PV1	PV2	PV3	HB1	HB2	HB3	HB4	USE1	USE2	USE3	USE4
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	3	5	4	3	5	3	2	4	5	3	3	3
3	4	2	4	5	5	5	4	5	5	4	3	4	2
4	5	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5
5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	3	4	3
6	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
7	3	4	5	5	5	3	1	1	3	2	2	4	3
8	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	3	4	4	4	4	2	2	4	4	3	3	4
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
12	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
13	4	2	4	4	3	2	2	3	4	4	4	4	4
14	3	2	3	3	3	3	2	3	3	5	5	4	5
15	5	3	3	5	5	4	4	5	5	3	4	4	5

No	HM2	HM3	PV1	PV2	PV3	HB1	HB2	HB3	HB4	USE1	USE2	USE3	USE4
16	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3
17	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5
18	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5
19	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	3	5
20	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	5	4	5	5	5	4	3	3	4	3	4	4	5
25	5	3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
26	4	5	5	4	5	5	4	5	3	5	4	5	5
27	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
28	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	2	2
29	3	3	5	5	3	4	4	3	4	5	4	4	3
30	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
31	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	4
32	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
33	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
34	4	4	5	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
35	4	4	4	3	3	3	2	2	3	5	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	2	5	3	5	5	1	1	1	1	4	2	2	1
38	4	4	5	5	5	2	2	2	2	2	2	2	2
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
41	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5
42	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	2	2
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
44	3	3	5	4	5	1	1	2	2	3	1	1	2
45	2	2	3	4	2	1	1	2	4	4	5	5	1
46	2	2	4	4	3	1	2	4	4	4	2	2	3
47	4	4	5	4	3	5	5	5	5	3	5	5	5
48	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
50	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
51	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4
52	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4
53	4	3	4	4	4	5	4	3	5	3	4	3	5
54	4	5	3	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4
55	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5

No	HM2	HM3	PV1	PV2	PV3	HB1	HB2	HB3	HB4	USE1	USE2	USE3	USE4
56	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
57	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
59	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4
60	3	2	3	3	3	3	1	1	2	3	3	3	3
61	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
62	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
63	4	4	5	5	5	4	3	3	4	4	4	3	3
64	5	3	4	4	4	5	3	3	3	5	5	3	3
65	5	3	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5
66	4	3	5	5	4	3	3	3	3	5	3	2	3
67	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
68	5	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
71	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
77	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
78	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
79	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	4
80	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
85	1	2	1	2	1	2	2	2	3	5	5	4	4
86	5	5	5	5	4	3	3	3	2	4	4	4	4
87	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	3	5
88	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4
89	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2
90	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
91	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

No	HM2	HM3	PV1	PV2	PV3	HB1	HB2	HB3	HB4	USE1	USE2	USE3	USE4
96	1	2	1	2	1	2	2	2	3	5	5	4	4
97	5	5	5	5	4	3	3	3	2	4	4	4	4
98	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	3	5
99	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4
100	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2
101	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
103	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
104	5	4	5	5	5	4	3	3	4	3	4	4	5
105	5	3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
106	4	5	5	4	5	5	4	5	3	5	4	5	5
107	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
108	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	2	2
109	3	3	5	5	3	4	4	3	4	5	4	4	3
110	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
111	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	4
112	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
113	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
114	4	4	5	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
115	4	4	4	3	3	3	2	2	3	5	4	4	4
116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
117	2	5	3	5	5	1	1	1	1	4	2	2	1
118	4	4	5	5	5	2	2	2	2	2	2	2	2
119	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
120	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
121	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5
122	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	2	2
123	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
124	3	3	5	4	5	1	1	2	2	3	1	1	2

Output PLS

***Outer Loadings* (*Measurement Model*)**

	Ekspektasi Kinerja	Ekspektasi Usaha	Kebiasaan	Keputusan Penggunaan	Kondisi Pemfasilitas	Motivasi Hedonis	Nilai Harga	Pengaruh Sosial
EE1		0.945						
EE2		0.906						
EE3		0.940						
EE4		0.873						
FC1					0.897			
FC2					0.890			
FC3					0.880			
FC4					0.821			
HB1			0.906					
HB2			0.961					
HB3			0.922					
HB4			0.900					
HM1						0.918		
HM2						0.948		
HM3						0.779		
PE1	0.869							
PE2	0.919							
PE3	0.909							
PE4	0.895							
PV1							0.935	
PV2							0.948	
PV3							0.887	
SI1								0.926
SI2								0.920
SI3								0.937
USE 1				0.829				
USE 2				0.932				
USE 3				0.907				
USE				0.877				

	Ekspektasi Kinerja	Ekspektasi Usaha	Kebiasaan	Keputusan Penggunaan	Kondisi Pemfasilitas	Motivasi Hedonis	Nilai Harga	Pengaruh Sosial
4								

Nilai *Discriminant Validity* (*Cross Loading*)

	Ekspektasi Kinerja	Ekspektasi Usaha	Kebiasaan	Keputusan Penggunaan BSI *M-banking*	Kondisi Pemfasilitas	Motivasi Hedonis	Nilai Harga	Pengaruh Sosial
EE1	0.646	**0.945**	0.603	0.556	0.693	0.721	0.817	0.507
EE2	0.551	**0.906**	0.486	0.509	0.712	0.687	0.737	0.424
EE3	0.640	**0.940**	0.575	0.611	0.663	0.701	0.748	0.490
EE4	0.509	**0.873**	0.554	0.547	0.655	0.597	0.645	0.432
FC1	0.574	0.665	0.589	0.521	**0.897**	0.654	0.588	0.603
FC2	0.457	0.677	0.518	0.474	**0.890**	0.560	0.597	0.589
FC3	0.528	0.622	0.534	0.454	**0.880**	0.557	0.596	0.532
FC4	0.694	0.618	0.642	0.573	**0.821**	0.689	0.588	0.550
HB1	0.769	0.626	**0.906**	0.726	0.648	0.796	0.592	0.653
HB2	0.772	0.532	**0.961**	0.738	0.663	0.721	0.523	0.711
HB3	0.717	0.511	**0.922**	0.709	0.575	0.678	0.493	0.650
HB4	0.657	0.568	**0.900**	0.712	0.549	0.640	0.504	0.559
HM1	0.702	0.664	0.755	0.686	0.626	**0.918**	0.605	0.615
HM2	0.717	0.696	0.736	0.604	0.677	**0.948**	0.759	0.556
HM3	0.524	0.602	0.518	0.467	0.596	**0.779**	0.684	0.463
PE1	**0.869**	0.692	0.724	0.597	0.641	0.761	0.710	0.563
PE2	**0.919**	0.494	0.677	0.530	0.508	0.586	0.592	0.583
PE3	**0.909**	0.528	0.718	0.604	0.627	0.608	0.590	0.639
PE4	**0.895**	0.583	0.715	0.645	0.570	0.693	0.603	0.627
PV1	0.688	0.744	0.540	0.407	0.614	0.734	**0.935**	0.410
PV2	0.626	0.814	0.542	0.408	0.658	0.712	**0.948**	0.439
PV3	0.611	0.650	0.501	0.287	0.615	0.657	**0.887**	0.468
SI1	0.672	0.585	0.691	0.515	0.649	0.738	0.580	**0.926**
SI2	0.557	0.400	0.569	0.445	0.586	0.493	0.348	**0.920**
SI3	0.637	0.421	0.674	0.542	0.584	0.495	0.373	**0.937**
USE 1	0.521	0.634	0.587	**0.829**	0.520	0.542	0.422	0.380

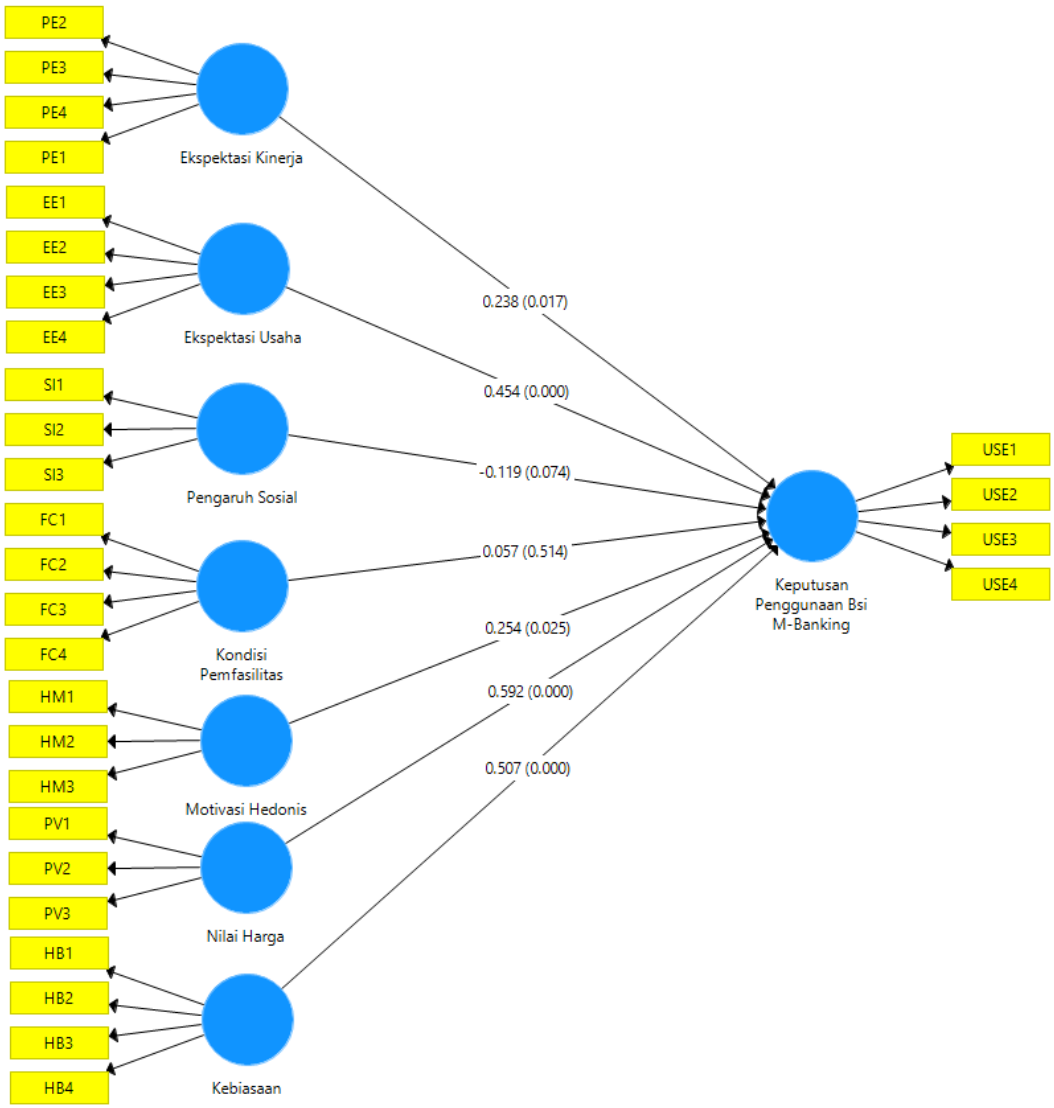
	Ekspektasi Kinerja	Ekspektasi Usaha	Kebiasaan	Keputusan Penggunaan BSI *M-banking*	Kondisi Pemfasilitas	Motivasi Hedonis	Nilai Harga	Pengaruh Sosial
USE 2	0.555	0.561	0.726	**0.932**	0.518	0.625	0.322	0.503
USE 3	0.597	0.510	0.741	**0.907**	0.539	0.577	0.348	0.493
USE 4	0.685	0.468	0.712	**0.877**	0.505	0.638	0.360	0.541

Composite Reliability dan Average Variance Extracted

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Ekspektasi Kinerja	**0.920**	**0.923**	**0.944**	**0.807**
Ekspektasi Usaha	**0.936**	**0.941**	**0.954**	**0.840**
Kebiasaan	**0.941**	**0.942**	**0.958**	**0.851**
Keputusan Penggunaan BSI *M-banking*	**0.909**	**0.914**	**0.936**	**0.787**
Kondisi Pemfasilitas	**0.896**	**0.900**	**0.927**	**0.761**
Motivasi Hedonis	**0.860**	**0.895**	**0.915**	**0.783**
Nilai Harga	**0.915**	**0.943**	**0.946**	**0.853**
Pengaruh Sosial	**0.920**	**0.928**	**0.949**	**0.861**

Nilai R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Keputusan Penggunaan BSI *M-banking*	0.731	0.715


PE2
PE3
PE4
PE1
Ekspektasi Kinerja
EE1
EE2
EE3
EE4
Ekspektasi Usaha
SI1
SI2
SI3
Pengaruh Sosial
FC1
FC2
FC3
FC4
Kondisi
Pemfasilitas
HM1
HM2
HM3
Motivasi Hedonis
PV1
PV2
PV3
Nilai Harga
HB1
HB2
HB3
HB4
Kebiasaan
0.238 (0.017)
0.454 (0.000)
-0.119 (0.074)
0.057 (0.514)
0.254 (0.025)
0.592 (0.000)
0.507 (0.000)
Keputusan
Penggunaan Bsi
M-Banking
USE1
USE2
USE3
USE4

Result For Inner Weights (Direct Effect)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values
Ekspektasi Kinerja -> Keputusan Penggunaan BSI *M-banking*	0.238	0.241	0.100	2.388	**0.017**
Ekspektasi Usaha -> Keputusan Penggunaan BSI *M-banking*	0.454	0.432	0.106	4.274	**0.000**
Kebiasaan -> Keputusan Penggunaan BSI *M-banking*	0.507	0.503	0.095	5.335	**0.000**
Kondisi Pemfasilitas -> Keputusan Penggunaan BSI *M-banking*	0.057	0.073	0.087	0.653	**0.514**
Motivasi Hedonis -> Keputusan Penggunaan BSI *M-banking*	0.254	0.254	0.113	2.251	**0.025**
Nilai Harga -> Keputusan Penggunaan BSI *M-banking*	0.592	0.582	0.140	4.214	**0.000**
Pengaruh Sosial -> Keputusan Penggunaan BSI *M-banking*	-0.119	-0.119	0.067	1.790	**0.074**

RIWAYAT HIDUP

Penulis memiliki nama lengkap Yasminah Nur Fitriah. Penulis lahir di Wonogiri, 18 Desember 2001. Penulis merupakan anak kedua dari Bapak Dwi Budi Gunawan dan Ibu Parwanti. Saat ini mereka bertempat tinggal di Jatirejo, rt 02/06 Wonoboyo, Wonogiri, Jawa Tengah. Alamat emai penulis sebagai mahasiswa Universitas Islam Indonesia 20423055@students.uii.ac.id dan email penulis pribadi yasminfitri91@gmail.com. Pendidikan terakhir penulis di SMA Al-Islam 1 Surakarta pada tahun 2020. Setelah itu di tahun 2020 juga penulis dinyatakan diterima dan menempuh perkuliahan di Universitas Islam Indonesia.

Penulis merupakan mahasiswa dengan peminatan Keuangan dan Perbankan Syariah di Fakultas Ilmu Agama Islam Program Studi Ekonomi Islam. Semasa di bangku perkuliahan, penulis pernah melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Bank KB Bukopin Syariah KC Solo yang saat ini sudah berganti nama menjadi KB Bank Syariah KC Solo selama 1 bulan.