ANALISIS MINAT PELAJAR MUSLIM DALAM MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING*

SKRIPSI



Oleh:

SYOBRI TRI RAHMANSYAH

19313085

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN

JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2023

HALAMAN JUDUL

ANALISIS MINAT PELAJAR MUSLIM DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DENGAN MENGGUNAKAN METODE UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT2)

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir

guna memperoleh gelar Sarjana jenjang Strata 1

Program Studi Ekonomi Pembangunan,

Pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama	: Syobri Tri Rahmansyah
Nomor Mahasiswa	: 19313085
Program Studi	: Ekonomi Pembangunan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

2023

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang dapat dikategorikan dalam tindakan plagiasi seperti dimaksud dalam buku pedoman penulisan skripsi Program Studi Ekonomi Pembangunan FBE UII. Apabila di kemudia hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/ sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 08 Maret 2023

Penulis,



Syobri Tri Rahmansyah

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS MINAT PELAJAR MUSLIM DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING

Nama : Syobri Tri Rahmansyah

Nomor Mahasiswa : 1931085

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Yogyakarta, 7 Maret 2023

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Heri Sudarsono S.E., M.Ec

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DENGAN MENGGUNAKAN METODE UNIFIED THEORY OF ACCEPT

Disusun oleh : SYOBRI TRI RAHMANSYAH

Nomor Mahasiswa 19313085

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Selasa, 04 April 2023

Penguji/Pembimbing Skripsi : Heri Sudarsono, SE.,MEc ....

Penguji : Lak lak Nazhat El Hasanah, SE.,M.Si. .....

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Allhamdulilahi rabbil aalamiin segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah yang telah diberikan kepada saya dan juga kemudahan dan pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, tidak lupa juga shalawat serta salam saya panjatkan kepada nabi besar Muhammad Shallahu'alaihi wasalam yang menjadi suri tauladan bagi umat islam .

Dari hati yang terdalam Saya ucapkan terima kasih kepada orang – orang yang telah mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Kedua orang tua saya, Bapak saya Eko Ridaryanto dan Ibu saya Rochmah yang senantiasa dengan jiwa dan raganya mendoakan saya, memberikan semangat dan sabar dalam membimbing dalam urusan dunia maupun akhirat dan memberikan kesempatan saya untuk melanjutkan Pendidikan yang terbaik untuk menjadi pribadi yang lebih baik kepada saya.

Saudara kandung saya Kakak Rizki Dwi Iriandi , dan Adik saya Annisa yang selalu mengingatkan saya dan memberi motivasi dan semangat dalam menyelesaikan masa perkuliahan ini.

Kepada dosen pembimbing saya Heri Sudarsono S.E., M.Ec. yang telah memberikan waktunya dalam memberikan ilmu dan membimbing dalam menyusun serta menyelesaikan skripsi ini, dan telah memberikan saya banyak pembelajaran tentang ketelitian dan konsitensi yang sangat berharga kepada saya hingga skripsi ini bisa dapat terselesaikan dengan baik.

Kepada teman – teman Ekonomi Pembangunan baik dari angkatan 19, maupun angkatan lainya yang telah menemani proses perjalanan perkuliahan saya hingga tahap ini. Teman - teman yang selalu menjadi tempat bertanya dalam mengerjakan skripsi yang mungkin akan terlalu banyak sehingga tidak dapat di sebutkan satu persatu ,

terima kasih mau direpotkan dalam menjawab pertanyaan penulis dengan baik dan sabar sehingga dapat meringankan beban pikiran penulis.

MOTTO

"Sesungguhnya Allah SWT mengetahui segala apa yang kau butuhkan bukan yang kau inginkan"

Maka ingatlah bahwa Allah SWT tidak akan menguji hambanya kecuali sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis minat pelajar muslim dalam penggunaan mobile banking dengan menggunakan pendekatan model *Unifield Theory of Acceptance and Use of Technology* 2 (UTAUT2). Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus – September 2022 dan sumber data penelitian ini diperoleh dengan metode survey dengan kuesioner yang disebarkan melalui broadcast ke media sosial. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Metode pengolahan data kuantitatif menggunakan analisis SEM PLS (Partial Least Square) dengan alat statistik SmartPLS 3.3.

Adapun responden pada penelitian ini adalah mahasiswa/i/pelajar di pulau jawa yang sudah menggunakan menggunakan mobile banking minimal 1 tahun lamanya. variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu *Performance Expectancy* (PE), *Effort Expectancy* (EE), *Social Influence* (SI), *Hedonic Motivation* (HM), *Facilitating Conditions* (FC), *Religiosity* (RE), *Habit* (HB), *Behavior Intention* (BI), Use behavior (UB). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Habit* (HB), *Hedonic Motivation* (HM), dan *Religiusity*(RE), terdapat pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan mobile banking. Sedangkan *Effort Expectancy* (EE), *Facilitating Conditions* (FC) Performance *Expectancy* (PE), dan *Sosial Influence* (SI) tidak diterima dan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan mobile banking Sehingga variabel *Habit* (HB), dan niat menggunakan *Behavior Intention* (BI), berpengaruh signifikan terhadap menggunakan mobile banking (*Use Behavior*) sedangkan *Facilitating Condition* (FC) tidak diterima dan tidak berpengaruh signifikan terhadap menggunakan mobile banking (*Use Behavior*)

Kata Kunci : Metode Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 (UTAUT 2), Mobile Banking, *Behavior Intention, Use Behavior.*

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the interest of a Muslim student in using mobile banking using the Unifield Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) model approach. This research uses quantitative methods. This research was conducted in August - September 2022 and the data source of this research was obtained by a survey method with a questionnaire distributed via broadcast to social media. This study uses a type of research quantitative data processing method using SEM PLS (Partial Least Square) analysis with the SmartPLS 3.3 statistical tool.

The respondents in this study were students on the island of Java who had used mobile banking for at least 1 year. the variables used in this study are *Performance Expectancy* (PE), *Effort Expectancy* (EE), *Social Influence* (SI), *Hedonic Motivation* (HM), *Facilitating Conditions* (FC), *Religiosity* (RE), *Habit* (HB), *Behavior Intention* (BI), *Use behavior* (UB). The results of this study indicate that *Habit* (HB), *Hedonic Motivation* (HM), and

Religiosity (RE) have a significant influence on the intention to use mobile banking. While *Effort Expectancy* (EE), *Facilitating Conditions* (FC) *Performance Expectancy* (PE), and *Social Influence* (SI) are not accepted and have no significant effect on the intention to use mobile banking So that the variables *Habit* (HB), and intention to use Behavior Intention (BI), have a significant effect on using mobile banking (*Use Behavior*) while *Facilitating Conditions* (FC) are not accepted and have no significant effect on using mobile banking (*Use Behavior*).

Keywords: Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 (UTAUT 2) Method, Mobile Banking, Behavior Intention, Use Behavior.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullohi Wabarokatuh

Allhamdulilah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada kehadirat Allah SWT atas nikmat serta Karunianya berupa ilmu pengetahuan karena berkat rahmat, ridha dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi dengan lancar. Shalawat serta salam kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing umat-Nya dari zaman kegelapan hingga menuju zaman yang terang-benderang.

Sehingga demikian Dalam penelitian ini, penulis dapat berusaha sebaik mungkin untuk Menyusun penelitian ini dengan judul "**Analisis Minat Pelajar Muslim Dalam Menggunakan Mobile Banking**" sehingga dapat diselesaikan.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi tugas akhir sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Pembangunan ,Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan dan doa dari berbagai pihak baik berupa nasihat, motivasi, kritik serta saran. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menuntut ilmu di Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Johan Arifin, S.E M.Si., Ph. selaku Dekan Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menuntut ilmu di Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Abdul Hakim S.E., M.Ec. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

4. Bapak Heri Sudarsono S.E., M.Ec. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar memberikan arahan dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan lancar dan tercapai dengan baik.
5. Segenap pelajar pengguna layanan *Mobile Banking* di seluruh pulau Jawa, yang telah mengizinkan dan mendukung penelitian ini sehingga tercapai dengan baik.
6. Segenap Dosen Program Studi Ekonomi Islam beserta jajarannya yang telah ikhlas memberikan banyak ilmu kepada penulis selama 3 tahun untuk menyelesaikan studi di Universitas Islam Indonesia.
7. Kedua orang tua, kakak, dan adik tersayang yang penulis hormati yang tak pernah lelah menyayangi dan mendukung demi menggapai cita-cita penulis.
8. Mahasiswa Universitas Islam Indonesia dan teman-teman lainnya yang telah memberikan doa, dukungan, kritik, saran, hiburan dan bantuan selama menyusun tugas skripsi ini sampai selesai.

Penulis menyadari banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, maka dengan kerendahan hati penulis menerima kritik dan saran yang membangun untuk kedepannya. Dengan kerendahan hati penulis memohon maaf kepada seluruh pihak atas kesalahan saya yang disengaja maupun tidak. Semoga skripsi dengan judul "Analisis Minat Pelajar Muslim Dalam Menggunakan Mobile Banking" ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi pembaca.

Yogyakarta, 08 Maret 2023



Syobri Tri Rahmansyah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN iv
HALAMAN PERSEMBAHAN v
MOTTO vi
ABSTRAK vii
KATA PENGANTAR ix
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiii
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
A. LATAR BELAKANG 1
B. RUMUSAN MASALAH 4
C. TUJUAN PENELITIAN 5
D. MANFAAT PENELITIAN 5
BAB II 7
LANDASAN TEORI 7
A. Kajian Pustaka 7
B. Landasan teori 12
1. Mobile banking 12
2. Perkembangan teknologi dan pelayanan pada perbankan 13
3. Kendala Digital Banking 14
4. Perkembangan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 15
C. Kerangka Berpikir 28
D. Hipotesis 29
BAB III 32
METODE PENELITIAN 32
A. Desain Penelitian 32
B. Objek dan Lokasi Penelitian 33
C. Populasi dan Sampel 33

D. Sumber Data....34
E. Definisi Operasional Sampel....35
F. Instrumen Penelitian....39
G. Teknik dan Pengambilan Sampel....40
H. Teknik Analisis Data....41
1. Analisis Outer Model....42
2. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)....44
BAB IV....47
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN....47
A. Demografi Responden....47
B. Analisis Data....50
C. Pembahasan Hasil Penelitian....66
D. Kontribusi Mobile Banking Bagi Perekonomian....74
BAB V....75
KESIMPULAN DAN SARAN....75
A. Kesimpulan....75
B. Saran....77
DAFTAR PUSTAKA....78
LAMPIRAN....82
Lampiran 1....82
Lampiran 2....91
Lampiran 3....114
BIOGRAFI PENULIS....122

DAFTAR TABEL

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Tabel 4. 1 Hasil Uji Demografi.....48
Tabel 4. 2 Hasil Uji Individual Item Realibility.....51
Tabel 4. 3 Hasil Uji Internal Consistency Realiability.....52
Tabel 4. 4 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....53
Tabel 4. 5 Hasil Uji Cross Loading Discriminant Validity.....54
Tabel 4. 6 Hasil Formell-Lacker's Discriminant Validity.....55
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Outer Model dengan SmartPLS.....56
Tabel 4. 8 Hasil Uji Path Coefficient.....57
Tabel 4. 9 Hasil Uji Coefficient of Determination (R^2).....58
Tabel 4. 10 Hasil Uji T- test.....58
Tabel 4. 11 Hasil Uji Effect Size (f^2).....59
Tabel 4. 12 Hasil Uji Predictive Relavance.....60
Tabel 4. 13 Hasil Uji Model fit.....61
Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis.....62

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Diera globalisasi saat ini manusia saling mencari sesuatu yang efisien untuk memenuhi kebutuhan mereka masing masing, sehingga ditengah perkembangan zaman ini manusia mulai berlomba lomba untuk mengembangkan dari segala aspek kehidupan yang salah satunya didasari oleh teknologi yang semakin berkembang pesat. Indonesia sendiri mulai berkembang sangat pesat sejak dari sebelum pandemik covid – 19 maupun setelahnya akan tetapi dengan adanya wabah covid – 19 tidak menghentikan inovasi inovasi yang sudah dikembangkan sebelumnya, seperti sistem penggunaan transaksi bank melalui jaringan internet (Otoritas Jasa Keuangan, 2018). Saat ini , internet telah menjadi salah satu media yang berperan penting bagi setiap orang untuk mencari dan berbagi informasi . teknologi informasi juga berkontribusi terhadap perkembangan industri perbankan yang ikut serta dalam penggunaan internet .

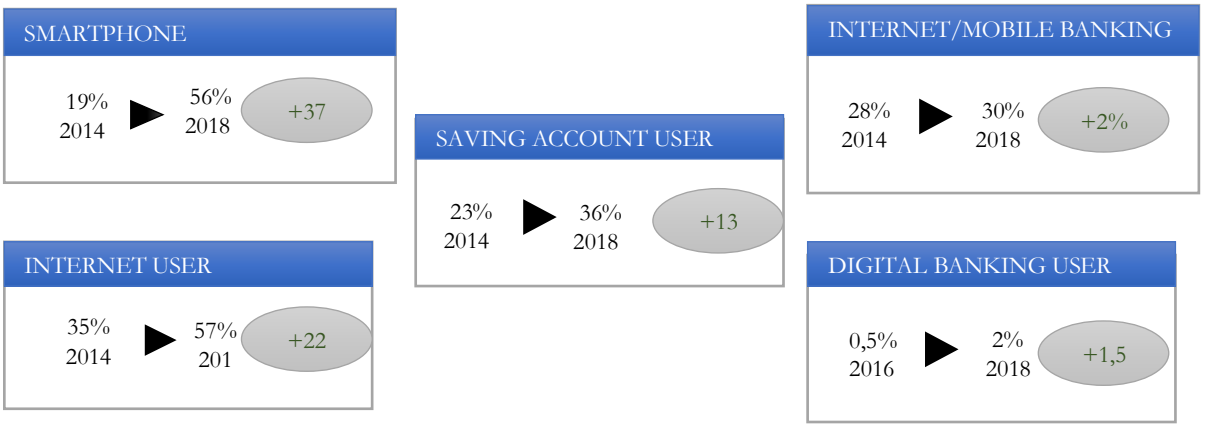
Peran teknologi dalam dunia perbankan sangatlah penting, karena perkembangan sistem perbankan harus didukung oleh peran teknologi dan informasi. Kemajuan teknologi informasi, telekomunikasi, dan internet telah menyebabkan munculnya aplikasi bisnis elektronik. Dalam penelitianya Widyarini (2005) di era pemanfaatan teknologi digital (internet), Industri perbankan memiliki peluang untuk maju dengan menawarkan waktu transaksi yang lebih cepat , layanan pelanggan yang lebih baik , dan kemudahan melakukan semua transaksi finansial dan non- finansial secara online tanpa harus mengantri di ATM atau bank . Semua kemudahan ini dikemas dan dijamin oleh layanan mobile banking bank. Munculnya internet juga menyebabkan berkembangnya bisnis digital seperti e – comerce dan platform pembayaran digital lainya yang tentunya tidak akan jauh dari kebutuhan

manusia dalam menjalankan transaksi dalam antar sesama bank. Menurut riset dari Jenius Financial Study : Indonesia Digital Savvy (2019) bekerja sama dengan Nielsen yang dikutip dari bareksa.com, pengguna smartphone meningkat selama lima tahun terakhir .Alhasil mobile banking dapat mengakomodasi tren dan kebiasaan masyarakat kontemporer yang didorong oleh pertumbuhan yang cepat ini .

Data perkembangan penggunaan smartphone

PENETRATION GROWTH IN PAST 5 YEAR

Smartphone and Internet users in Indonesia have been growing double digit over the past 5 years along the growth of saving account customers, those who have internet and mobile banking are also increasing



Sumber : (Jenius Financial Study : Indonesia Digital Savvy, 2019)

Bareksa.com

yakni dari 19 persen pada 2014 menjadi 56 persen pada 2018, pengguna internet dan mobile banking juga bertumbuh dari 28 persen pada 2014 menjadi 30 persen pada 2018 total nasabah yang menabung tumbuh dari 23 persen pada 2014 menjadi 36 persen pada 2018.

Penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi mempengaruhi semua sektor, termasuk sektor keuangan. Meskipun melihat kelompok generasi yaitu. Baby Boomers hingga Gen X, mereka masih banyak menggunakan smartphone

untuk chatting, media sosial, online transportation, streaming video, dan belanja.

smartphone paling banyak digunakan oleh Baby Boomers, berusia 54-68 tahun, Generasi X (usia 39-53), Generasi Y (usia 25-38), dan Generasi Z (usia 17-24). Untuk chatting, mungkin 94 persen. Dalam hal media sosial, jumlah yang digunakan bervariasi dari 60% hingga 94% tergantung pada tingkat generasi. Dalam hal ini, generasi baby boomers lebih banyak menggunakan smartphone untuk *online transportation* daripada untuk media sosial. Aplikasi keuangan menempati urutan keenam hingga kedelapan dalam hal volume penggunaan dalam kategori ini. Baby boomers menduduki peringkat kelima secara keseluruhan dengan 23 persen.

Namun, jumlah pengguna program keuangan di kalangan Baby Boomers tidak setinggi Generasi X sebesar 42 persen, Generasi Y sebesar 49 persen, dan Generasi Z sebesar 49 persen. Padahal penggunaan ini berada di urutan keenam hingga kedelapan setelah menggunakan smartphone untuk aktivitas lain seperti musik, game, atau belanja. Sehingga menunjukkan bahwa semakin muda generasinya, semakin banyak yang bisa mereka lakukan dengan smartphone mereka. Hal ini sejalan dengan tingginya partisipasi smartphone.

Dan tidak diragukan lagi bahwa ekspansi ini menguntungkan mobile banking . Dan banyak penelitian terkait mobile banking yang dijadikan objek penelitian karena mobile banking banyak digunakan oleh nasabah perorangan , hal ini sesuai dengan target responden penelitian ini yaitu perorangan . Sehingga perkembangan financial teknologi saat ini membuat pada sektor bank harus lebih berusaha memberikan kemudahan dan efisien dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya, karena kepuasan nasabah merupakan hal yang terpenting dalam perbankan sebagai sektor jasa(Johar & Suhartanto, 2019).

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2018) tentang penyelenggaraan layanan perbankan digital oleh bank umum, konsep perbankan digital atau digital banking yaitu layanan perbankan elektronik yang dikembangkan dengan mengoptimalkan penggunaan data nasabah untuk layanan yang lebih cepat, mudah, dan pengalaman nasabah (customer experience), serta dapat diimplementasikan oleh nasabah secara mandiri dengan mempertimbangkan

aspek keamanan. Dengan memanfaatkan internet semaksimal mungkin untuk mempercepat laju perkembangan bank dalam hal pelayanan nasabah dan keamanan sehingga faktor inklusi dan literasi keuangan dapat diatasi, penggunaan media internet seharusnya dapat mengatasi permasalahan tersebut Namun , karena segala kerumitan maupun kemudahan masa kini , selalu ada risiko yang dihadapi. Perubahan dan kemungkinan terjadinya , baik dalam konteks satu tahun atau bahkan satu hari .

Semua faktor, termasuk komponen finansial, juga terkena dampaknya. Perkembangan saat ini membutuhkan inovasi yang konstan; jika tidak, maka akan tertinggal dan berdampak pada pilihan kebutuhan yang semakin kompleks dengan tingkat efisien yang berbeda. seperti layanan mobile banking, terutama ketika manajemen terfokus pada masalah bagaimana mempertahankan pelanggan setelah adopsi. Variabel apa yang memengaruhi niat konsumen untuk menggunakan mobile banking secara berkelanjutan di bank konvensional dan syariah(Hafiz A & Mulkan, 2020).

B. RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini berdasarkan latar belakang diatas yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan Behavior Intention dengan use behavior ?
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan habit terhadap Behavior Intention?
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan Hedonic Motivation terhadap Behavior Intention ?
4. Apakah terdapat pengaruh signifikan habit terhadap use behavior ?
5. Apakah terdapat pengaruh signifikan religiosity terhadap Behavior Intention ?
6. Apakah terdapat pengaruh signifikan facilitating condition terhadap use behavior ?
7. Apakah terdapat pengaruh signifikan facilitating condition Behavior Intention ?

8. Apakah terdapat pengaruh signifikan perfomance expectancy terhadap Behavior Intention ?
9. Apakah terdapat pengaruh signifikan effort expectancy terhadap Behavior Intention ?
10. Apakah terdapat pengaruh signifikan social influence terhadap Behavior Intention ?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk menganalisa pengaruh Behavior Intention terhadap Use Behavior
2. Untuk menganalisa pengaruh Habit terhadap Behavior Intention
3. Untuk menganalisa pengaruh Hedonic Motivation terhadap Behavior Intention
4. Untuk menganalisa pengaruh Habit terhadap Use Behavior
5. Untuk menganalisa pengaruh Religiosity terhadap Behavior Intention
6. Untuk menganalisa pengaruh Facilitating Condition terhadap Use Behavior
7. Untuk menganalisa pengaruh Facilitating condition terhadap Behavior Intention
8. Untuk menganalisa pengaruh Performance Expectancy terhadap Behavior Intention
9. Untuk menganalisa pengaruh effort expectancy terhadap Behavior Intention
10. Untuk menganalisa pengaruh Social Influence terhadap Behavior Intention

D. MANFAAT PENELITIAN

Adapun penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Manfaat akademis
    a. Penelitian ini dapat membuka ajang pengetahuan dari segi ilmu keuangan terutama dalam finansial teknologi yang semakin berkembang ,serta inovasi inovasi kedepan khususnya bagi pelajar

muslim dalam menerapkan ilmunya kedalam kehidupan sehari hari kelak.

b. Penelitian ini dapat memberikan refrensi rujukan untuk penelitian kedepanya, dan memberikan pengetahuan tentang faktor faktor yang mempengaruhi minat dalam menggunakan mobile banking.

2. Manfaat praktis

a. Bagi peneliti, penelitian ini dapat mengetahui dalam peningkatan sistem layanan di perbankan yang lebih efisien khususnya dikalangan pelajar muslim dipulau jawa.

b. Bagi *bankers*, hal ini diharapkan menjadi salah satu aspek inovasi teknologi mobile banking dalam layanan perbankan dan dapat menjadi indikasi lain untuk memanfaatkan kondisi tertentu sebagai pemicu tumbuhnya transaksi digital yang menguntungkan nasabah maupun bank itu sendiri. Dan untuk menjaga produktivitas layanan perbankan juga di masa depan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Tentang tujuan kajian pustaka ini, penulis ingin mencari sumber-sumber yang relevan dengan pokok bahasan yang diteliti. Untuk mencegah plagiarisme dalam penelitian, dilakukan analisis literatur untuk menilai keaslian penelitian ini.

Penelitian oleh Sugiharto et al (2021) pada penelitianya menggunakan UTAUT model sebagai alat model untuk menganalisis apa saja yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Dalam penelitianya menjelaskan bahwa Venkatesh menemukan tujuh konstruk yang terlihat menjadi penentu yang signifikan terhadap minat pemanfaatan dan penggunaan sistem informasi dalam di masing-masing model, diantaranya harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi kondisi memfasilitasi, sikap terhadap pengaplikasian teknologi dan efikasi diri.empat konstruk utama yang menjadi penentu langsung dari pemanfaatan atau penggunaan sistem informasi yaitu, harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial dan kondisi yang memfasilitasi. Sementara itu yang lain tidak signifikan sebagai determinan langsung dari niat berperilaku. Disamping itu juga terdapat 4 variabel moderator yaitu usia, jenis kelamin, pengalaman dan kesukarelaan penggunaan yang diposisikan untuk memoderasi dampak dari empat konstruk utama pada niat perilaku dan niat penggunaan. Sehingga ditemukan empat konstruk utama dalam penelitian diataranya harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial dan kondisi yang memfasilitasi, selain dari itu tidak signifikan. Dan juga digunakan empat variabel moderator yaitu usia, jenis kelamin, pengalaman dan kesukarelaan penggunaan yang diposisikan untuk memoderasi dampak dari empat konstruk utama pada niat perilaku dan niat penggunaan.teknik yang digunakan dalam peneilitian ini yaitu dengan pengumpulan data angket (kuisioner). Dengan jumlah sampel sebanyak 154 responden Penelitian ini menggunakan validitas, reliabilitas, analisis deskriptif, pengujian asumsi klasik

dan analisis regresi berganda. Metode Statistik Pengujian Data Menggunakan SPSS 22, dan Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja ekspektasi, ekspektasi bisnis dan pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap niat penggunaan ponsel dan perbankan, secara parsial dan simultan.

Jurnal penelitian oleh Mohd Thas Thaker et al (2019) dengan menguji variabel-variabel yang dapat mempengaruhi penyerapan layanan mobile banking syariah di masyarakat Malaysia dengan menggunakan metode Partial Least Squares (PLS). baik teknik kuantitatif maupun kualitatif. Studi ini menemukan bahwa adopsi layanan mobile banking syariah secara signifikan dipengaruhi oleh kemudahan kegunaan, kegunaan, keunggulan, dan norma sosial. Menurut penelitian ini, telah membuat kontribusi yang signifikan. penelitian ini menyoroti variabel-variabel yang mempengaruhi penggunaan layanan mobile banking syariah, dan menyoroti variabel-variabel yang diharapkan dapat membantu lembaga keuangan syariah dalam meningkatkan strategi penggunaan mobile banking mereka. dan mengintegrasikan pengembangan bank syariah dengan perbankan konvensional. Penelitian ini juga berkontribusi pada literatur mobile banking Islami di Malaysia.

Penelitian oleh Mahande & Jasruddin (2018) menjelaskan bahwa model UTAUT dapat digunakan untuk meneliti evaluasi e learning sehingga sintesis dari model penerimaan teknologi yang cocok digunakan sebagai model penilaian pembelajaran daring yakni model evaluasi penerimaan e-learning. UTAUT menekankan empat konstruksi utama, yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi investasi, dampak sosial, dan asumsi tentang niat adopsi e-learning. penelitian ini merupakan studi awal yang diharapkan dapat menjadi acuan dalam perumusan kebijakan mengenai e-learning yang berkelanjutan pada program pascasarjana, Maka sejauh mana pengguna (dosen atau mahasiswa) memahami dan menerima implementasi e-learning. Dan menunjukkan hal yang menentukan kualitas keberhasilan implementasi e-learning. . Sehingga dalam penelitian menyimpulkan, yaitu Dengan melihat bukti bahwa model UTAUT telah banyak digunakan untuk memantau penerimaan sistem/teknologi informasi, khususnya dalam evaluasi penerimaan e-learning di beberapa negara seperti Indonesia. Maka UTAUT merupakan model yang

sesuai digunakan dalam mengevaluasi penerimaan suatu teknologi secara komprehensif.

Penelitian oleh A. Dewayanti, A. Kusiyanti, A. D. Herlambang et al (2018) pada penelitian ini menggunakan metode UTAUT dalam meneliti faktor-faktor yang memengaruhi minat seseorang dalam menggunakan layanan mobile banking BRI. teknik pengumpulan data melalui penyebaran data angket berupa kuisioner dengan teknik pengambilan sample yaitu convinience sampling dan untuk pengolahan data menggunakan statistik deskriptif untuk mengetahui persebaran dan pemusatan jawaban responden dan Uji Korelasi Kendal Tau (Ƭ). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan layanan mobile banking BRI yaitu Perceived Financial Cost (PFC), Facilitating Condition (FC), Performance Expectancy (PE), Perceived Self-Efficacy (PSE), Sosial Influence (SI), Effort Expectancy (EE) dan Perceived Credibility (PC) tidak mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan layanan BRI Mobile Bank. Dan terdapat satu variabel yang kuat diantara variabel lainya yaitu Performance Expectancy. Adapun saran yang diberikan dalam penelitian ini yaitu diharapkan kepada pihak bank untuk meningkatkan security dan privacy yang bertujuan agar tidak terjadinya kebocoran data informasi nasabah serta kelancaran dalam transaksi lainya.

Jurnal penelitian oleh Johar & Suhartanto (2019) yakni penelitian menjelaskan faktor faktor yang mempengaruhi konsumen bank syariah dalam menggunakan mobile banking, adapun model yang digunakan untuk meneliti yaitu menggunakan teori The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) yakni terdiri dari beberapa variabel diantaranya expected performance, effort expectations, social influences, facility conditions, dan religious factors. Penelitian ini menggunakan sample sebanyak 250 nasbaah perbankan syariah yang dikumpulkan dari bandung dan Jakarta. Alat analisis yang digunakan dengan Menggunakan Partial Least Square Modeling. Sehingga hasil yang yang didapatkan pada penelitian ini yakni hasil mengungkapkan bahwa kinerja yang diharapkan dan faktor agama adalah

determinan terpenting bagi nasabah perbankan syariah untuk mengadopsi layanan online. Dan penelitian ini memperluas pengetahuan yang ada untuk mengadopsi internet banking dalam konteks perbankan islam. Dari perspektif praktis, kajian ini memberikan pedoman dan strategi manajer bank islam untuk mendorong pelanggan mereka untuk mengadopsi layanan online internet banking.

Dalam penelitian oleh Soegesty N. B, Fahmi I, Novianti T. et al (2020) menelaah dari kasus yang diambil dari Kemenkop UMKM (2017) dimana, 80,9% UMKM belum mendapatkan akses pembiayaan dari perbankan sehingga Salah satu cara untuk mengatasi hambatan penyaluran kredit bagi UMKM adalah melalui intervensi fintech melalui peer-to-peer (P2P) lending. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis faktor faktor yang mempengaruhi perilaku UMKM dan niat untuk menggunakan layanan P2P lending, adapun model analisis yang digunakan yakni model UTAUT 2, atau model yang telah dikembangkan oleh Venkatesh pada tahun 2012 dengan alat analisisnya analisis Structural Equational Modeling (SEM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada empat variabel yang secara signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan layanan P2P lending UMKM, yaitu hedonic motivation, social influence, effort expectacy, dan performance expectancy , Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa penggunaan layanan pinjaman P2P dipengaruhi secara signifikan oleh peraturan pemerintah(Government Regulation), persepsi risiko(Risk Perception), dan niat perilaku(Behavioral Intention). Dan kesimpulan pada penelitian ini yaitu usia memiliki perbedaan dalam lingkup UMKM diantaranya persepsi hedonic motivation, price value, dan habit terhadap niat dan perilaku penggunaan layanan P2P lending.

Penelitian yang ditulis oleh Alalwan et al (2018) menjelaskan tentang kunci faktor faktor yang mempengaruhi niat pelanggan dan mengadopsi internet bank di yordania. Model analisis yang digunakan yaitu didasarkan pada Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2).alat analisis yang digunakan Structural Equational Modeling (SEM) sebagaimana digunakan untuk mengolah data dari data yang dikumpulkan melalui kuisioner untuk

mengetahui sample yang diambil seperti tingkat kenyamanan nasabah dan Hasil penelitian menunjukkan bahwa niat berperilaku (Behavior Intention) secara signifikan dipengaruhi oleh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Hedonic Motivation, Price Value and Perceived risk namun pengaruh sosial (Sosial Influence) tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap niat perilaku (Behavior Intention). Sehingga Maka dari itu untuk meningkatkan penerimaan terhadap perilaku pelangggan terhadap minat menggunakan. penelitian ini menawarkan kepada bank di yordania pedoman ini.

Penelitian yang ditulis Andrianto (2018) menelaah Menurut Bank Indonesia, transaksi elektronik telah berkembang pesat selama 10. tahun terakhir. Sepanjang tahun 2018, volume transaksi uang elektronik mencapai 2,92 miliar, dengan jumlah transaksi sebanyak transaksi. meningkat 16.600 kali dibandingkan tahun 2009. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis faktor yang mempengaruhi niat menggunakan dompet digital LinkAja dengan metode UTAUT 2. Subyek penelitian ini adalah pengguna dompet digital LinkAja di Jakarta. Variabel bebas yang diteliti dalam penelitian adalah Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Price Value, Hedonic Motivation, dan Habit terhadap Behavior Intention. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variable Price Value berpengaruh positif terhadap behavioral intention, sedangkan faktor lain tidak berpengaruh terhadap behavioral intention.

Penelitian oleh Wilfan & Martini (2021) pada penelitianya menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *software* SmartPLS 3.29 dalam uji validitas dan realibilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Social Influence, Facilitating Condition, Price Value,* dan *Habit* menjadi faktor dalam model UTAUT2 yang signifikan mempengaruhi niat penggunaan aplikasi LinkAja . Tujuan penelitian ini mengetahui pengambilan keputusan dalam mempertahankan *loyalitas* pengguna dan meningkatkan nilai penggunaan aplikasi LinkAja dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi dan indikatornya. Sedangkan faktor lain seperti *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Facilitating Condition,* dan *Hedonic Motivation* terbukti tidak

berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention*. sementara variabel *Facilitating Condition* dan *Habit* berpengaruh secara signifikan terhadap *Use Behavior*.

B. Landasan teori

1. Mobile banking

a. Digital Banking

Menurut Sicillia & Yazid (2020) Teknologi yang sedang digunakan dalam industri perbankan disebut "perbankan digital", dan mengacu pada layanan yang ditawarkan bank untuk memenuhi kebutuhan pelanggan mereka dalam menghadapi ekonomi digital yang berkembang pesat. ATM, mobile banking, online banking, SMS banking, dan layanan keuangan digital lainnya telah diterapkan.

Berkembangnya sistem teknologi informasi memberikan dampak yang sangat besar terhadap kebutuhan masyarakat salah satunya yaitu munculnya digital banking .dan dalam hal ini para bankir di Indonesia bisa menerapkan sistem teknologi informasi dengan melalui digital banking sehingga mendatangkan dampak positif terhadap nasabah diantaranya lebih efisien dalam bertransaksi seperti tidak perlu mendatangi kantor cabang bank, bahkan melakukan transaksi secara mandiri .Digital banking sendiri berjalan dengan adanya internet sehingga memungkinkan nasabah dalam menggunakan sistem Digital Banking seperti untuk mengakses rekening, ,melakukan transaksi dan mendapatkan informasi produk atau jasa bank melalui jaringan pribadi ataupun publik dalam jaringan (online). Adapun Nasabah dapat mengakses melalui computer, smartphone, ATM dan digital banking bersifat branchless.

b. Pengertian Mobile Banking

Menurut Hadi & Novi (2015) dalam penelitianya Mobile banking adalah layanan perbankan dengan menggunakan teknologi informasi.

Layanan ini merupakan peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah kepada nasabah. Mobile banking atau m-banking pada umumnya adalah layanan perbankan yang ditawarkan oleh bank yang mendukung kelancaran dan kemudahan perbankan. Efisiensi dan efektivitas nasabah dalam melakukan berbagai transaksi M-banking tidak akan berjalan jika mobile dan internet tidak mendukungnya. Siapa pun yang memiliki ponsel dapat dengan mudah menggunakan fasilitas ini untuk berbisnis di mana saja, kapan saja.

2. Perkembangan teknologi dan pelayanan pada perbankan

Teknologi informasi telah mewarnai dunia perbankan . Adanya sistem online yang dikelola oleh teknologi informasi dan komunikasi memungkinkan nasabah bertransaksi dari cabang bank yang sama (atau sedikit banyak juga dari bank yang berbeda) di manapun. Dalam perkembangan selanjutnya, sistem ini dilengkapi dengan ATM(Automatic Teller Machine) . Dengan adanya ATM, nasabah dapat berbisnis tanpa harus bergantung pada jam kerja bank. Tak puas dengan model layanan seperti itu, bank juga mengembangkan layanan mobile yang dikenal dengan mobile banking.

Salah satu hasil dari kemajuan teknologi bisnis mobile adalah mobile banking. Karena perpaduan teknologi informasi dan aplikasi bisnis yang membentuk mobile banking, nasabah dapat memanfaatkannya sepanjang waktu untuk mendapatkan layanan tanpa perlu mengunjungi kantor bank. (Hadi & Novi, 2015).

Layanan perbankan digital yang disebut juga dengan digital banking adalah layanan perbankan yang dilakukan secara mandiri oleh nasabah melalui sarana elektronik dan/atau media digital yang dimiliki oleh bank. Dengan adanya Digital Banking ,calon nasabah dan/atau nasabah bank dapat memperoleh informasi, berkomunikasi, melakukan pendaftaran, dan membuka rekening, transaksi perbankan dan penutupan rekening, termasuk memperoleh informasi dan transaksi lain di luar produk perbankan, nasehat dan literasi tentang keuangan, investasi, transaksi

belanja online dan kebutuhan nasabah perbankan lainnya. Teknologi digital banking merupakan salah satu sarana yang dapat dimanfaatkan oleh umat Islam salah satunya dalam mengembangkan perekonomian islam melalui bank syariah. Sehingga dengan berkembangnya digitalisasi ekonomi, Manajemen keuangan dan pelaksanaan transaksi menjadi lebih mudah (Hafiz A & Mulkan, 2020).

Dengan adanya kemudahan dalam pelayanan di perbankan dalam sektor keuangan dapat mempermudah aktivitas bisnis atau transaksi lainya terutama dikalangan pelajar muslim. layanan perbankan digital yang tepat pada bank akan mengurangi biaya operasional bank. Bank dapat menghemat biaya operasional karena bank tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk perangkat elektronik dan transaksi melalui internet yang sepenuhnya ditanggung oleh nasabah. Nasabah yang sudah terbiasa menggunakan layanan perbankan digital melalui smartphone tidak mempermasalahkan berapa biaya yang harus dikeluarkan untuk menggunakannya, asalkan puas dengan manfaat yang ditawarkan oleh perbankan.

3. Kendala Digital Banking

a. Kejahatan Digital E-banking

Cybercrime yang meliputi penipuan, pencurian data, bahkan pembobolan rekening merupakan ancaman bagi bank yang menggunakan teknologi digitalisasi. Agar nasabah merasa terlindungi, bank yang mampu menerapkan sistem perbankan digital juga harus siap atau waspada terhadap kejahatan digital. Tuntutan kemajuan teknologi yang memaksa bank harus modern sesuai dengan perkembangan teknologi memaksa bank untuk berinovasi dan bersiap mengatasi kejahatan digital. Tujuan kejahatan e-banking adalah untuk mendapatkan informasi pribadi nasabah (user ID dan password) untuk mengakses data dan mencurinya bahkan saldo yang didalam rekening nasabah . (Hendarsyah, 2012).

b. Phising dan sniffing Internet Banking

Di mana nasabah mendapatkan email yang berisi pemberitahuan untuk melakukan update atau mengubah user ID dan password nasabah melalui I-banking Email tersebut (Hendarsyah, 2012). Selain perkembangan teknologi saat ini, pengguna juga diganggu oleh kejahatan seperti modus penipuan. Belum lama terjadi aksi kejahatan ditanah air telah ditemukan modus penipuan baru yang cukup menakutkan bagi pengguna smartphone di media sosial. kejahatan dunia maya ini menyamar sebagai kurir yang mengatasnamakan perusahaan logistik ternama dalam negeri. Karena itu, pengguna kehilangan uang dengan relatif cepat. Dalam kasus ini, seorang yang menyamar sebagai kurir dari jasa logistik mengatakan ada paket untuk korban. Penipu kemudian mengirimkan file APK yang disamarkan sebagai file gambar paket untuk korban.

Alih-alih menerima foto paket, ternyata pengguna mengunduh file jahat yang memungkinkan penipu dapat mengakses informasi pribadi pengguna dengan cara ini. Tak lama kemudian, korban kehilangan keseimbangan, meski tidak mengemudi atau membuka pernyataan apapun pada smart phone sehingga penipu dapat mengetahui data informasi yang ada didalam smartphoneya seperti email , pin dan pasword pada m banking nya serta aplikasi dompet digital dan platform digital berharga lainya.

4. Perkembangan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology

Adanya keterkaitan antara teknologi informasi dengan faktor lain yang saling berhubungan menjadi ketertarikan bagi para peneliti sebagai obyek kajian atau penelitian yang berkembang pesat pada tahun 1990-an. berbagai teori niat perilaku terhadap penggunaa suatu teknologi (behavioral theory) banyak digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi oleh para peneliti , seperti Theory of Reason Action (TRA), Theory of Planned

Behaviour (TPB), Task-Technology Fit Theory, Technology Acceptance Model (TAM), dan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). TAM dan UTAUT merupakan model penelitian yang paling luas digunakan untuk menjadi model adopsi penerimaan teknologi informasi di saat ini.

Perkembangan teknologi semakin cepat, khususnya pada teknologi informasi dan komunikasi. Dengan perkembangan teknologi yang kian berkembang, manusia dapat membuat berbagai macam peralatan sebagai alat bantu dalam menjalankan berbagai aktivitas untuk mendukung produktifitas. Teknologi dalam menunjang kemajuan komunikasi itu sendiri terus menerus bermunculan, diimplementasikan dalam bentuk alat-alat yang memudahkan kebutuhan manusia. Termasuk dengan perkembangan teknologi dalam riset pengadopsian teknologi yang sampai dengan saat ini terus berkembang. Model adopsi teknologi memeunculkan berbagai macam peluang dan implementasi atas dasar pengaruh-pengaruh yang mendasari berbagai konstruk pada core determinants nya. Adopsi teknologi yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada inovasi karena inovasi merupakan ide yang dianggap baru oleh seseorang dalam bentuk teknologi. Inovasi adalah suatu proses perubahan sosial dimana penemuan baru dikomunikasikan kepada pihak lain dan kemudian diterima oleh suatu komunitas atau sistem sosial. struktur organisasi baru, strategi promosi baru, dll. Ketika seseorang mendengar sesuatu yang baru untuk pertama kalinya, proses adopsi dimulai dan berlangsung sampai mereka mengadopsi (menerima, menerapkan, atau memanfaatkan) item baru tersebut.

Adapun berbagai modifikasi model dalam mengimplementasikan penelitian dalam penggunaan mobile banking, banyak teknik teoritis yang dapat diperhatikan, diantaranya :

a. Technology Acceptance Model (TAM)

Menurut Davis (1989) Tujuan utama TAM adalah memberikan dasar untuk mengamati pengaruh faktor eksternal terhadap keyakinan, sikap, dan tujuan pengguna. TAM menganggap bahwa perilaku penerimaan teknologi komputer paling signifikan dipengaruhi oleh 2 keyakinan individual,yakni persepsi manfaat (perceived usefulness) dan persepsi kemudahan penggunaan (perceived easy of use). Kemudahan penggunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa menggunakan teknologi akan membawa kelegaan dari usaha fisik dan mental. Kegunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan kinerja mereka. Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai tingkatan sejauh mana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sebuah sistem akan meningkatkan kinerjanya. Konstruk-konstruk yang terdapat pada TAM diantaranya Perceived usefulness, Perceived easy of use, Attitude toward using, Behavioral intention to use, dan Actual sistem of use.

Venkatesh & Davis (2000), mengembangkan dan menguji model TAM yang disebut dengan TAM2 yang bertujuan menambahkan indikator dalam hal pengaruh sosial dan proses instrument kognitif yang mempengaruhi perceived usefulness dan intention to use. Adapun bentuk yang terdapat pada TAM2 diantaranya Subjective norm atau pengaruh sosial (norma subyektif, kesukarelaan, dan citra), Job relevance (relevansi pekerjaan) ,proses instrumental kognitif, Output quality (kualitas keluaran), Result demonstrability (hasil yang dapat didemonstrasikan) , Experience, dan Voluntariness.

Evolusi berikutnya dari TAM2 dimodifikasi lagi oleh venkates dan bala pada tahun 2008 dan disebut TAM3. Dalam perkembangan terbarunya, TAM3 menambahkan dimensi baru pada persepsi kemudahan penggunaan (PEOU). Menurut Wibowo & Tambotoh

(2015) Tujuan pengembangan TAM adalah untuk mengembangkan asumsi dasar yang dapat memprediksi dan menjelaskan perilaku yang mendorong penggunaan teknologi yang terus meningkat serta Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyajikan agenda penelitian yang mengidentifikasi serangkaian intervensi bagi peneliti dan praktisi untuk lebih mengeksplorasi penerimaan teknologi informasi.

b. Theory of Reasoned Action (TRA)

Dalam penelitian Venkatesh & Davis (2000) Fishbein dan Ajzen menjelaskan tentang perilaku bahwa Norma sosial dan sikap individu terhadap aktivitas semacam itu mempengaruhi perubahan berbasis hasil dalam niat berperilaku, yang pada gilirannya dipengaruhi oleh sikap tersebut. Menurut penelitian psikologi sosial, niat perilaku seseorang terhadap perilaku tertentu menentukan apakah mereka akan berperilaku atau tidak. Menurut TRA, sikap dan norma sosial dapat mengubah berbagai perilaku, baik yang dimaksudkan maupun yang terjadi begitu saja pada orang. Ide ini memberikan penekanan yang kuat pada bagaimana "niat" seseorang mempengaruhi seberapa sering suatu tindakan terjadi. Dua aspek utama niat dalam TRA adalah sikap terhadap perilaku (attitude to behavior) dan standar sewenang-wenang yang melekat padanya.

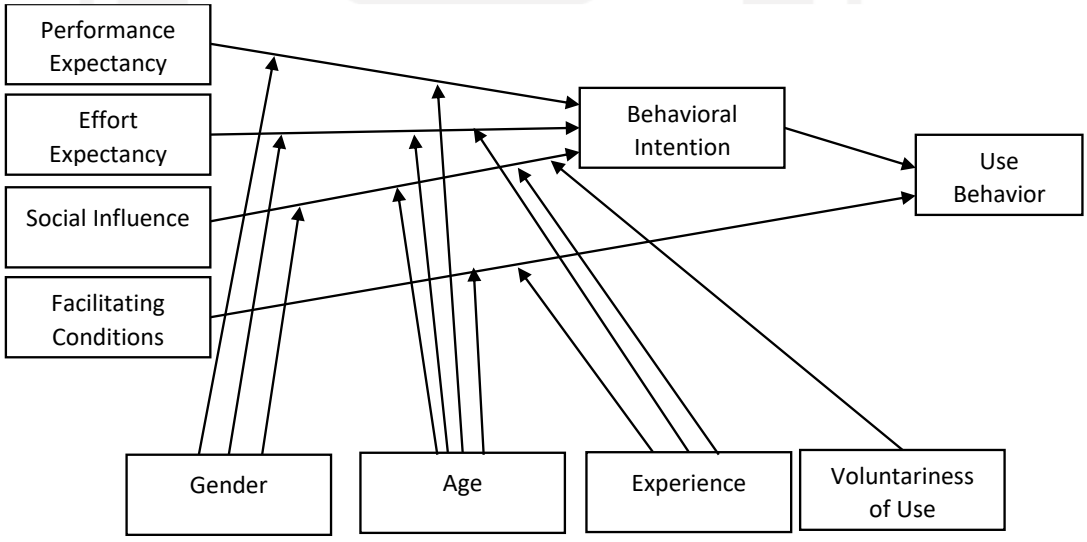
c. Theory of Planned Behavior (TPB)

TPB perilaku dan niat perilaku berbasis hasil adalah perkembangan dari TRA yang dikembangkan tahun 1967. Theory of Planned Behaviour (TPB) adalah teori yang didasarkan pada anggapan bahwa sebagian besar waktu manusia berperilaku rasional (behave in a sensible manner)(Siqueira et al., 2022). Seseorang biasanya melakukan penilaian yang baik dan mempertimbangkan dampak dari keputusannya sebelum mengambil tindakan. Menurut gagasan ini, sikap manusia dapat dipelajari dengan menggunakan niat untuk bertindak sebagai kerangka kerja.

d. Perluasan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Dalam jurnal penelitianVenkatesh, Viswanath (2003) telah menciptakan model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). Metode Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) adalah teori yang diterima secara luas untuk mempelajari penerimaan pengguna teknologi informasi. Model UTAUT ini mengidentifikasikan faktor-faktor utama dalam penerimaan teknologi informasi yang diukur dengan keinginan untuk menggunakan teknologi serta tingkat pengggunaan aktual dari teknologi tersebut. Model UTAUT awalnya disusun oleh Venkatesh (2003) terdiri dari empat variabel sebagai faktor penentu dalam penggunaan teknologi informasi, yaitu Performance expectancy, Effort expectancy, Social Influence, dan facilitating conditions.

Susunan kerangka pemikiran UTAUT



sumber : (Venkatesh, Viswanath, 2003)

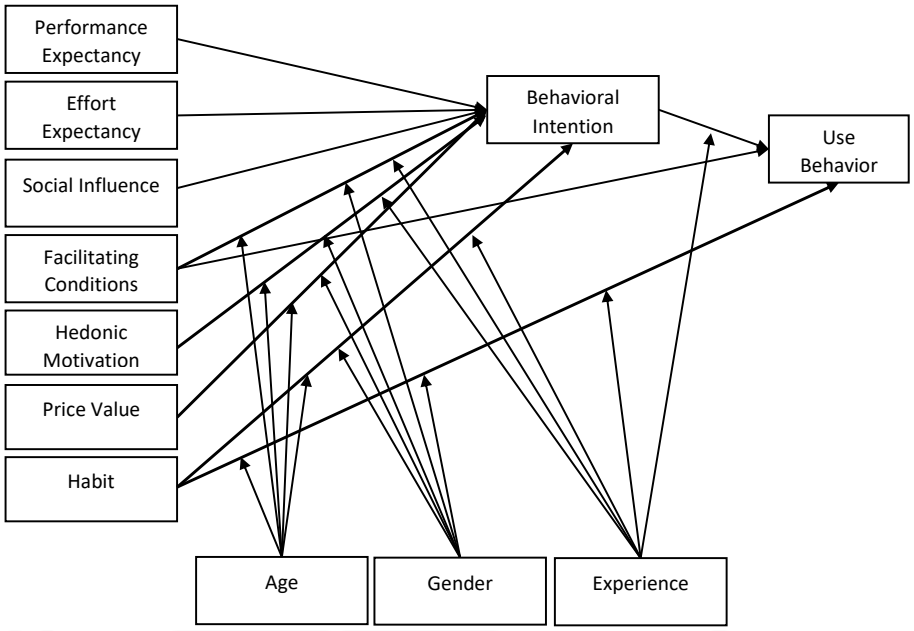
(Performance Expectancy) Ekspektasi kinerja didasarkan pada keyakinan individu bahwa teknologi yang digunakan berguna untuk membantu pekerjaan, faktor ini mempengaruhi perilaku dan minat terhadap teknologi. (Effort Expectancy) Ekspektasi usaha condong ke

bagaimana teknologi ini memberikan kemudahan bagi pengguna. (Social Influence) Pengaruh sosial condong terhadap persepsi individu, yang dapat dilihat pada berapa banyak orang di sekitar mereka yang percaya akan pentingnya penggunaan teknologi tersebut. (Facilitating Conditions) Kondisi yang memfasilitasi condong terhadap oleh bagaimana konsumen menganggap infrastruktur yang ada sudah cukup dan mendukung penggunaan teknologi yang digunakan. Hubungan antara empat indikator dengan tujuan penggunaan teknologi informasi dipengaruhi oleh empat variabel moderator yaitu jenis kelamin, usia, pengalaman, yang diposisikan untuk memoderisasi dampak dari variabel pada behavior intention dan use behavior.

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) merupakan suatu model adopsi teknologi yang disusun berdasarkan teori dasar mengenai perilaku pengguna teknologi dan model-model adopsi atau perilaku dan penerimaan pengguna teknologi yang berkembang.

Pada tahun 2012, Venkatesh dan rekan kemudian mengemukakan pengembangan UTAUT menjadi UTAUT2 setelah UTAUT2 versi disempurnakan menambahkan tiga konstruk tambahan antara lain Hedonic Motivation, Price Value, Habit. Dengan menggabungkan berbagai komponen dari delapan variabel penerimaan teknologi untuk membuat serangkaian metode. Tujuannya adalah untuk menghasilkan gambaran terpadu tentang pengguna atau aspek pengguna.

Susunan kerangka pemikiran UTAUT 2



kemudian menerapkan teori UTAUT2 menggunakan pendekatan dengan menambahkan beberapa variabel moderator diantaranya age, gender, dan experience. Delapan model kumpulan metode penerimaan teknologi dari berbagai variabel sehingga membuat sejumlah hipotesis sebelumnya yang mengarah pada variabel yang mempengaruhi penerapan mobile banking, diantaranya adalah :

1. Performance Expectancy

Venkatesh, Viswanath (2003) secara umum seseorang mengimplementasikan, melakukan, dan berkomitmen lebih banyak pada variabel baru yang memungkinkan operasi dilakukan dengan lebih efisien, produktif, dan menghemat tenaga dan waktu. (Saputra et al (2020),menyatakan dalam penelitianya bahwa ekspektasi kinerja adalah konstruksi penting untuk niat perilaku dalam model UTAUT, tersirat bahwa kinerja kegiatan khusus konsumen yang menyediakan manfaat bagi mereka sejauh penggunaan teknologi baru jasa atau produk digunakan dan memberi tahu orang-orang bahwa jika sistem

tempat kerja efektif, penggunaan teknologi akan meningkatkan harapan mereka akan kinerja. Dalam rangka meningkatkan aktivitas perbankan dalam kaitannya dengan mobile banking. Hal itu dilakukan dengan mengamati orang-orang yang sering menggunakan teknologi ketika mereka berharap mendapat manfaat darinya. Menurut penelitian dalam literatur, niat perilaku untuk merangkul dan menggunakan teknologi informasi, khususnya mobile banking, secara signifikan dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja.

Dalam variable ini terdapat beberapa indikantor diantarnya:

Extrinsic Motivation	Pengaruh kegunaan sistem dalam kehidupan sehari hari
Relative Advantage	Melakukan sesuatu dengan sistem yang memungkinkan pengguna tidak bekeja lebih dan menyingkat waktu
Perceived usefulness	Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan produktivitas.
Job-fit	kemampuan sistem untuk meningkatkan kinerja individu
Outcome expectations	Hasil yang diharapkan mengacu pada implementasi perilaku dalam penggunaan sistem.

2. Effort Expectancy

Venkatesh, Viswanath (2003) bahwa Tentang mobile banking, ini memberi tahu pengguna betapa mudahnya usaha untuk menggunakan mobile banking. Menurut Venkatesh dalam penelitian Christiono & Brahmana (2018) Kemudahan penggunaan sistem tertentu, yang menunjukkan seberapa besar upaya yang dilakukan pengguna untuk menggunakan sistem tersebut kemudahan teknologi meningkatkan tingkat adopsi, Kemudahan penggunaan teknologi informasi menimbulkan rasa tertarik pada orang yang menggunakan sistem dan menimbulkan rasa nyaman saat menggunakanya. upaya minimal yang diperlukan untuk memahaminya pada akhirnya mendorong keinginan untuk menggunakannya.

Dalam variable ini terdapat beberapa indikantor diantarnya:

perceived usability	Pekerjaan akan lebih mudah jika seseorang yakin dengan sistemnya.
Complexity	Tingkat di mana sistem dianggap sulit untuk dipahami dan digunakan.
Easy of use	sejauh mana menggunakan teknologi baru dianggap menantang

3. Social Influence

Venkatesh, Viswanath (2003) menyebutkan Persepsi seseorang tentang bagaimana perasaan anggota keluarga atau temannya tentang penggunaan teknologi atau mobile banking dikenal sebagai pengaruh sosial. Bagaimana persepsi orang tentang sikap keluarga atau teman mereka terhadap mobile banking, dan bagaimana reaksi mereka jika mereka sendiri yang menggunakannya. Jogiyanto menambahkan dalam penelitian Lestari (2016) didasarkan pada asumsi bahwa pengaruh lingkungan, seperti tekanan sosial atau karakteristik situasional yang unik, kognitif dan faktor pribadi lainnya, termasuk karakteristik kepribadian dan demografis, dan perilaku berinteraksi dapat saling mempengaruhi satu dengan yang lainya ,teori ini didasarkan pada asumsi bahwa pengaruh lingkungan seperti tekanan sosial atau karakteristik situasional yang unik, kognitif dan faktor pribadi lainnya, termasuk karakteristik kepribadian dan demografis, serta perilaku interaktif.

Dalam variable ini terdapat beberapa indikantor diantarnya:

Personal Norm	Apakah seseorang percaya atau tidak mereka harus menggunakan sistem baru. Saya harus menggunakan sistem karena orang-orang sekitar penting menurut saya .
social component	menggunakan teknologi terbaru, interaksi subyektif dan interpersonal lintas kelompok referensi budaya
Image	Gambaran seseorang dalam menggunakan atau mengadopsi suatu teknologi.

4. Hedonic Motivation

Motivasi hedonis adalah dorongan motivasi terhadap perasaan atau emosi yang dirasakan dengan penggunaan teknologi. Viswanath (2012) berpendapat bahwa motivasi hedonis merupakan motivasi yang diperoleh dari penggunaan suatu sistem atau teknologi dikarenakan terdapat kepuasan . Motivasi hedonis memiliki hubungan yang substansial dengan minat dalam konteks mobile banking karena kesenangan pribadi terhubung dengan minat penggunaan mobile banking. berdasarkan studi Van Der Heijden (2004) bahwa ada hubungan langsung antara motivasi hedonis dan niat individu untuk mengadopsi teknologi.

Dalam variable ini terdapat beberapa indikantor diantarnya:

Pleasure	Tingkat dimana pengguna merasa senang saat menggunakan suatu teknologi
Reassure	Tingkat dimana pengguna merasa terhibur dan menarik pada suatu teknologi
Interest	tingkat minat konsumen dalam memanfaatkan teknologi tersebut

5. Facilitating Conditions

Venkatesh, Viswanath (2003) menunjukkan bagaimana variabel ini menentukan apakah bantuan teknis ditawarkan saat menggunakan teknologi. kondisi yang memfasilitasi diasumsikan secara langsung memengaruhi penggunaan teknologi, berdasarkan gagasan bahwa kondisi yang memfasilitasi di lingkungan organisasi dapat bertindak untuk mengontrol perilaku aktual dan memengaruhi perilaku secara langsung (Siqueira et al., 2022). Lingkungan yang diberikan kepada setiap konsumen dapat sangat bervariasi antara pemasok aplikasi, generasi teknologi, perangkat seluler, dll. Dalam konteks mobile banking, membutuhkan bantuan atau arahan dalam

hal keterampilan untuk menggunakan, deskripsi fasilitas, dan keamanan fasilitas.

Tingkat bantuan teknis yang dimiliki seseorang saat menggunakan teknologi bergantung pada kondisi fasilitas. Seorang individu membutuhkan pengetahuan, ponsel (smartphone), koneksi internet, dan keamanan untuk menggunakan mobile banking. Pengguna lebih cenderung mengadopsi teknologi baru ketika fasilitasnya lebih baik.

Dalam variable ini terdapat beberapa indikantor diantarnya:

Behavioral control as perceived	Mencerminkan keadaan perseptual internal, batasan luar, perilaku penggunaan potensial, dll.
Facilitating conditions	Faktor faktor kondisi dalam penggunaan dari fasilitas pendukung yang membuat tindakan bisa lebih mudah
Compatibility	Sejauh mana inovasi dianggap sesuai dengan nilai nilai dan, jika mungkin berpotensi digunakan

6. Behavioral intention

Dalam penelitian Viswanath Venkatesh (2012) Diyakini bahwa niat perilaku seseorang memiliki dampak yang signifikan terhadap cara mereka memanfaatkan teknologi, menjelaskan bagaimana perilaku dicapai melalui niat. Ini juga berdampak signifikan pada seberapa baik orang menerima teknologi baru dan dipandang sebagai faktor kunci dalam perilaku yang mempertimbangkan niat.

Dalam variable ini terdapat beberapa indikantor diantarnya:

Plans to acquire again	Tingkat keinginan pengguna untuk datang Kembali setelah menggunakan teknologi
positive word-of-mouth advertising	Tingkat adanya pembicaraan yang positif dari pengguna lain mengenai teknologi
Service quality	Tingkat pelayanan teknologi yang baik dan berkualitas.

7. Habit

Dalam penelitian Viswanath Venkatesh (2012) menggambarkan kebiasaan sebagai kegiatan berulang berdasarkan pengetahuan dan pengalaman individu. Oleh karena itu, pengalaman dipandang sebagai komponen berbeda yang menimbulkan rintangan untuk adopsi teknologi. kebiasaan yang didasarkan pada pengetahuan dan pengalaman masa lalu dan termasuk perilaku berulang. Kebiasaan adalah faktor penting yang mempengaruhi niat penggunaan pelanggan. Dalam variable ini terdapat beberapa indikantor diantarnya:

Experience Use	Tingkat dimana pengalaman pengguna yang sudah terbiasa dalam menggunakan
Addiction	Tingkat dimana kebiasaan yang menimbulkan penggunaan teknologi hingga kecanduan dalam menggunakan teknologi ini.
to act in an automated manner	Kebiasaan yang secara tidak langsung mengarahkan pengguna untuk memanfaatkan teknologi ini jika ingin menyelesaikan suatu transaksi

8. Religiosity

Religiosity adalah merupakan metode penerapan prinsip-prinsip Islam pada suatu produk, seperti aplikasi atau barang lainnya. Unsur religi yang terkandung dalam aplikasi mobile banking syariah yang diharapkan senantiasa memberikan kebaikan dan selalu berada di jalan yang benar hanyalah salah satu contoh bagaimana hal tersebut akan terus dilakukan untuk mencapai kebaikan. Aplikasi mobile banking Syariah mencakup elemen-elemen seperti Infaq, zakat, infaq, petunjuk waktu sholat, lokasi masjid terdekat, dll. Semuanya didasarkan pada prinsip Islam untuk membantu umat Islam dalam memenuhi kewajiban agamanya.

dijelaskan oleh J, Sriyana & M. Misissaifi (2021) bahwa masyarakat muslim akan menjalankan seluruh aktivitas keuangannya dengan memperhatikan berdasarkan ajaran sesuai Al-Quran dan Sunnah. Oleh karena itulah, jaminan mengenai pemenuhan terhadap nilai religiusitas dari seluruh aktivitas fintech syariah merupakan hal yang sangat penting juga dalam kegiatan usaha fintech syariah.

Hal ini sesuai dengan ajaran Islam, dimana sifat tersebut termasuk nilai-nilai Islami, yaitu saling tolong menolong dalam urusan agama dan antar sesama umatnya yang beriman.

Seperti yang telah di riwayatkan pada Q.S Al- Maidah ayat 2 yang berbunyi:

شَدِيْدُ اللهَ اِنَّ ۖ اللهَ وَاتَّقُوا ۖ وَالْعُدْوَانِ الْاِثْمِ عَلَى تَعَاوَنُوْا وَلَا وَالتَّقْوٰى ۚ الْبِرِّ عَلَى وَتَعَاوَنُوْا الْعِقَابِ

Artinya : Dan tolong – menolonglah kamu dalam kebaikan dan ketakwaan. Dan janganlah tolong – menolong dalam berbuat dosa dan pelaggaran. Dan bertakwa lah kamu kepada Allah, sesungguhnya siksa Allah sangat berat .Ayat ini sejalan dengan apa yang dilakukan bank syariah dengan menerapkan prinsip tolong menolong yang kemudian diimplementasikan melalui layanan dan fitur yang disediakan, salah satunya adalah aplikasi mobile banking syariah (Delvia, 2019).

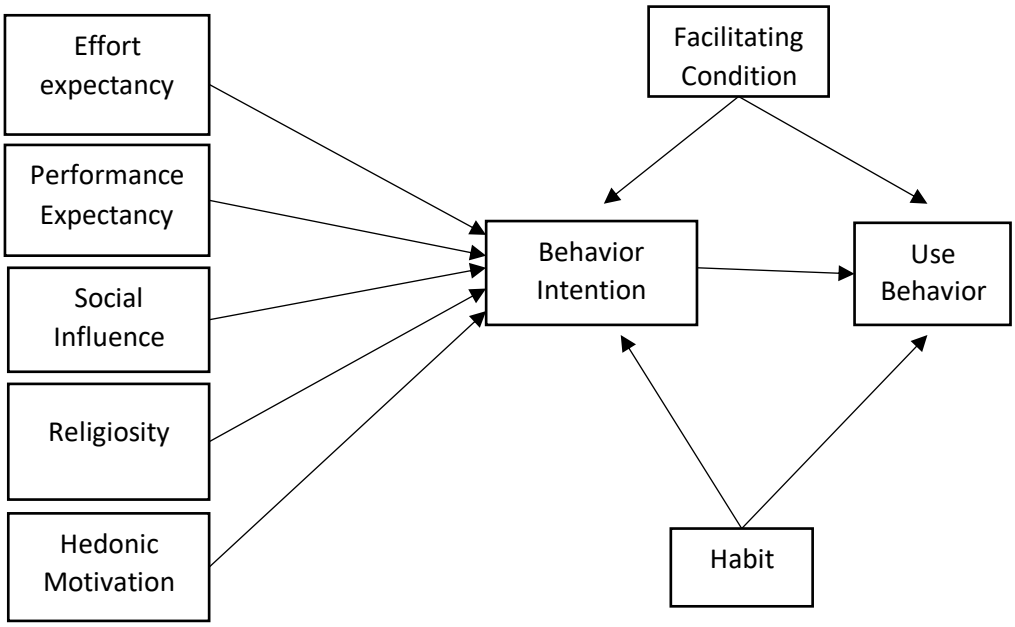
Dalam variable ini terdapat beberapa indikantor diantarnya:

Religiosity	Prinsip yang terkandung didalam suatu aplikasi yang memiliki nilai sesuai akidah
Utility	Manfaat yang didapatkan untuk diri sendiri atau orang lain atau secara universal dalam membantu suatu pekerjaan dll.
management	Tingkat Individu merasa terbantu dalam melakukan fungsi pengelolaan yang telah disediakan.

C. Kerangka Berpikir

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan layanan mobile banking dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, motivasi hedonis, kondisi fasilitas, kebiasaan, dan agama. Meskipun perilaku dan keadaan fasilitas berdampak pada pemanfaatan, ekspektasi kinerja dan ekspektasi bisnis meningkatkan niat untuk menggunakan.

Berikut ini merupakan gambaran yang menunjukan hubungan antar variable independent yang berupa, Effort Expectancy, Performance Expectancy, Social Influence, Habit, Religiosity, Hedonic Motivation Facilitating Condition, mempengaruhi niat menggunakan. Dan Behavior Intention, Habit dan facilatating condition akan memengaruhi untuk mengadopsi. sedangkan variable dependen yaitu Use Behavior pada layanan mobile banking. Berdasarkan data penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa dari uraian tersebut maka dikembangkan kerangka pemikiran teoritis sebagai berikut :



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan tanggapan sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang belum diuji; itu hanya akan dipastikan akurat setelah melakukan penelitian dengan memanfaatkan informasi yang diperoleh peneliti melalui kuesioner. Berikut ini adalah hipotesis yang diajukan penulis, yang didasarkan pada kerangka masalah dan landasan teoretis dari penyelidikan ini :

1. Behavioral intention mempengaruhi Use behavior

   Viswanath Venkatesh (2012) Niat perilaku dianggap sebagai faktor yang kuat dalam adopsi penggunaan teknologi.Dalam niat terhadap penerimaan teknologi akan cenderung mengadopsi teknologi tersebut. Mohd Thas Thaker et al (2019) menjelaskan niat menggunakan merupakan hal yang memiliki pengaruh terhadap penggunaan.

   H1. Behavioral intention mempengaruhi Use behavior

2. Habit mempengaruhi Behavioral intention

   Dalam penelitian Viswanath Venkatesh (2012) kebiasaan merupakan beberapa tindakan yang memiliki kecenderungan dalam melakukan kebiasaan yang berulang didasari dari pengalaman . N.Soegesty, I. Fahmi, T. Novianti et al. (2020) menjelaskan bahwa Habit memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.

   H2. Habit mempengaruhi Behavioral intention

3. Hedonic Motivation mempengaruhi Behavioral intention

   Menurut brown dan Venkatesh dalam penelitian Viswanath Venkatesh (2012) adalah emosi atau perasaan yang dipicu oleh teknologi. Motivasi hedonis terbukti memiliki pengaruh yang signifikan dalam memutuskan adopsi dan penggunaan teknologi. Ini digambarkan sebagai kesenangan atau kepuasan yang dihasilkan dari pemanfaatan teknologi.hal ini disebabkan oleh motivasi kesenangan penggunaan suatu sistem (Van Der Heijden, 2004).

   H3. Hedonic Motivation mempengaruhi Behavioral intention

4. Habit mempengaruhi Use Behavior

   Menurut Viswanath Venkatesh (2012) Kebiasaan adalah hasil dari tindakan berulang yang mewakili pengetahuan dan pengalaman, sehingga begitu pola penggunaan terbentuk, sehingga individu akan memanfaatkannya. Menurut Mohd Thas Thaker et al (2019) dan. N.Soegesty, I. Fahmi, T. Novianti et al (2020) kebiasaan merupakan hal yang memiliki pengaruh terhadap adopsi.

   H4. Habit mempengaruhi Use Behavior

5. Religiosity mempengaruhi Behavioral intention

   Religiusity merupakan nilai nilai islami yang yang diterapkan dalam penggunaan suatu teknologi sehingga individu akan menggunakan suatu teknologi sesuai dengan nilai nilai yang ditanamnya.J. Sriyana & M. Mississafaifi (2021) menggunakan fintech technologi dengan melihat nilai nilai islami berdasarkan Al – quran dan sunnah.

   H5. Religiosity mempengaruhi Behavioral intention

6. Facilitating Conditions mempengaruhi Use Behavior

   Pada penelitian Viswanath Venkatesh (2012) menjelaskan terolahnya dukungan fasilitas kondisi yang tersedia untuk individu selama penggunaan teknologi untuk mengadopsi mobile banking. Pada penelitian Mohd Thas Thaker et al (2019) merupakan hal berpengaruh terhadap niat adopsi. Pada

   H6. Facilitating Conditions mempengaruhi use behavior

7. Facilitating Conditions mempengaruhi Behavioral intention

   Dalam penelitian Venkatesh, Viswanath (2003) bahwa elemen ini melihat dukungan fasilitas maupun kondisi selama penggunaan teknologi. Dalam penelitian Hadi & Novi (2015) Juga disebutkan bahwa penyediaan layanan berubah menjadi dukungan seiring berjalannya waktu karena semakin sedikit upaya yang diperlukan untuk mengoperasikan sistem semakin mudah untuk mengadopsinya .Dalam konteks mobile banking, akses tidak hanya berarti

kemampuan nasabah untuk menggunakan sistem, tetapi juga kemampuan untuk menggunakan Internet dan ponsel secara fisik.

H7. Facilitating Conditions mempengaruhi Behavioral intention.

8. Performance Expectancy mempengaruhi Behavioral intention

   Menurut Venkatesh, Viswanath (2003) sejauh mana seseorang merasa bahwa mengadopsi sistem akan membantu mereka menghasilkan hasil kerja yang baik ditentukan oleh analisis setelah mengadopsi .Berdasarkan penelitian yang dilakukan Sedana & Wijaya (2012) Performance Expectancy dikatakan berdampak positif pada penggunaan dan perilaku mobile banking secara umum.

   H8. Performance Expectancy mempengaruhi Behavioral intention

9. Effort Expectancy mempengaruhi Behavioral intention

   Pada penelitian Venkatesh, Viswanath (2003) adalah hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan. Dalam penelitian Mohd Thas Thaker et al (2019) dan Louis Loudevik Marciano , Marchellino Julian Chandra (2022), variabel ini salah satu faktor yang digunakan untuk mengukur bagaimana konsumen akan bereaksi terhadap tingkat kenyamanan tertentu adalah harapan mereka akan usaha, atau seberapa mudah mereka akan memanfaatkan sistem tersebut.

   H9. Effort Expectancy mempengaruhi Behavioral intention

10. Social Influence mempengaruhi Behavioral intention

    Menurut Venkatesh, Viswanath (2003) adalah cara seseorang menerima pengaruh atau gagasan pribadi atas sentimen yang datang dari lingkungan terdekat atau sekitarnya. Penelitian Louis Loudevik Marciano, Marchellino Julian Chandra (2022) mengatakan bahwa pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat menggunakan berdasarkan tingkat kesadarah individu terhadap lingkungan sekitarnya .

    H10. Social Influence mempengaruhi Behavioral intention

BAB III

METODE PENELITIAN

A.Desain Penelitian

Penelitian yang dilakukan di lapangan dalam keadaan yang sebenarnya termasuk dalam kategori penelitian lapangan. Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode asosiatif (hubungan) yakni analisis data kuantitatif dan deskriptif sehingga dikenal dengan penelitian lapangan. Sementara penelitian deskriptif menawarkan penjelasan sistematis berdasarkan data dan fakta dari temuan penelitian, dan penelitian kuantitatif itu sendiri adalah jenis penelitian yang menggunakan alat analitik statistik untuk menyajikan data penelitian sebagai angka. (Ahyar et al., 2020).

Penelitian deskriptif kuantitatif adalah melihat, menelaah dan mendeskripsikan objek penelitian secara apa adanya dengan angka-angka dan menarik kesimpulan darinya sesuai dengan fenomena yang muncul selama penelitian. Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara faktor independen dengan variabel dependen dalam penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif (Putra, 2015). Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih pada setiap data angka angka yang ada dengan alat analisis statistik diantara variabel variabel tersebut yaitu pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dorongan motivasi, religiusitas, kondisi fasilitas dan kebiasaan terhadap niat menggunakan mobile banking serta pengaruh kondisi fasilitas, kebiasaan, dan niat penggunaan terhadap penggunaan mobile banking sehingga disimpulkan penelitian ini menggunakan alat metode Unifield Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)

Skala nominal yang digunakan dalam penelitian ini memungkinkan responden untuk memberikan rentang nilai, dan pilihan jawaban didasarkan pada skala Likert lima poin (1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, dan 5 = sangat setuju). Instrumen survei yang disebut skala Likert digunakan untuk mengukur sikap dan pandangan orang.

Biasanya skala ini digunakan untuk melengkapi kuesioner yang mengharuskan responden menunjukkan tingkat persetujuan mereka terhadap serangkaian pertanyaan. Umumnya, pertanyaan yang digunakan dalam penelitian disebut variabel penelitian dan didefinisikan secara spesifik (Hardani, Nur Hikmatul Auliyah, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, 2020).

B. Objek dan Lokasi Penelitian

Target audiens untuk studi ini adalah pengguna tunggal mobile banking, dan pulau Jawa menjadi fokus utama studi ini. Pelaksanaan studi dimulai pada tanggal 18 Oktober 2022 dan berlangsung selama 8 hari atau sampai dengan tanggal 25 Oktober 2022. Survei online dalam bentuk Google form digunakan untuk pengumpulan data, dan akan disebarluaskan melalui postingan atau pesan media sosial layanan (whatsapp, messenger, dan email). Untuk memudahkan responden dalam mengisi kuesioner, kuesioner tersedia selama 24 jam. Untuk meminimalisir entri data ganda, responden hanya diberi kesempatan untuk mengisi satu kali dan boleh membalas sebanyak yang mereka suka selama periode 8 hari.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

   Dalam sebuah penelitian, populasi adalah totalitas subjek. Populasi adalah suatu kelompok yang dipelajari dari suatu objek atau topik tertentu yang mempunyai jumlah dan kualitas yang mengarah pada data informasi dalam suatu penelitian yang nantinya akan ditarik suatu kesimpulan. Nasabah yang aktif memanfaatkan mobile banking khususnya di Pulau Jawa merupakan demografi yang digunakan dalam penelitian ini.

2. Sampel

   Sampel secara pengertian yaitu sebagian jumlah dan karakteristik dari populasi yang diambil yang dilakukan untuk mewakili dari populasi poppulasi yang ada sebagai sampel. Responden yang dipilih sebagai

sampel adalah yang sesuai dengan kriteria peneliti. Ketentuan kriteria pemuatan sampel adalah sebagai berikut:

a. Responden harus merupakan mahasiswa Pulau Jawa yang telah menggunakan mobile banking minimal satu bulan.

b. Responden pernah menggunakan mobile banking minimal dua kali transaksi.

Penelitian ini merupakan penelitian survei, yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama pengumpulan data dan melibatkan pengambilan sampel langsung.

D. Sumber Data

Sumber data merupakan subyek atau objek yang didapatkan dari suatu penelitian untuk mendapatkan sebuah informasi yang akan digunakan untuk pengumpulan data dimana kumpulan informasi yang diperoleh berdasarkan hasil pengamatan, berupa angka, simbol atau ciri-ciri, yang diperlukan pada saat penelitian. Adapun terdapat dua sumber data dalam penelitian diantaranya :

1. Data Primer

Data primer mengacu pada informasi kajian yang berasal dari catatan yang diperoleh peneliti secara langsung melalui perantara (sumber asli) untuk menjawab pertanyaan yang diajukan oleh penelitiannya. Dalam penelitian, data primer dapat digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang sudut pandang subjek, kejadian, pengamatan, dan temuan tes. Temuan kuesioner yang telah diedarkan dan dikumpulkan, yang merupakan tanggapan dari responden yang sesuai dengan kriteria dalam penelitian ini, merupakan sumber data utama yang digunakan penulis dalam penelitian ini.

2. Data sekunder

Peneliti dapat menemukan data sekunder, yaitu informasi kajian yang telah didokumentasikan dari berbagai sumber dan secara eksplisit disesuaikan dengan kebutuhannya. Majalah, buku, dan publikasi

Otoritas Jasa Keuangan OJK menjadi sumber utama data sekunder untuk penelitian ini.

Data primer atau informasi yang dikumpulkan langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada responden menjadi sumber data penelitian. Responden dalam penelitian ini memanfaatkan layanan mobile banking dan menjadi nasabah baik bank konvensional maupun syariah.

E. Definisi Operasional Sampel

Defnisi operasional merupakan segala sesuatu definisi yang ditetapkan sebagai variabel dan dapat diukur dan dioperasionalkan sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replika pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran dengan variabel lebih. Penjelasan tentang makna, fungsi, dan aktivitas variabel atau konstruk, serta ketentuan operasi untuk mengukur nilai variabel atau konstruk, disediakan. Dalam penelitian Christalisana (2018) menyebutkan bahwa variabel membawa variasi pada suatu nilai pada penelitian diantaranya Variabel Terikat dan Variabel Bebas. Sehingga pada penelitian ini Variabel yang digunakan menjadi dua yaitu variable dependen atau variable terikat (Y) dan variabel independent atau variabel bebas (X).

1. Variable dependen atau variable terikat (Y)

   Hardani, Nur Hikmatul Auliyah, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami (2020) dijelaskan variable dependen adalah variabel yang dapat diamati secara struktural secara ilmiah menjadi variabel yang disebabkan oleh perubahan variabel lain. Variabel dependen pada penelitian ini adalah menggunakan layanan mobile banking.

2. Variable independent atau bebas (X)

   Menurut Hardani, Auliyah N.H, Andriani H, Fardani R.A, Ustiawaty J, Utami E.F (2020) variable independent adalah variable

yang memiliki pengaruh atau yang menjadi sebab timbulnya adanya perubahan pada variable dependen atau terikat. Variabel independent pada penelitian ini adalah Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE) , Social Influence (SI) , Hedonic Motivation (HM), Facilitating Conditions (FC), Behavioural Intention (BI), Habit (HB) ,Religiosity (RE).

Tabel 3. 1 **Definisi Operasional Tabel**

Jenis Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Performance expectancy (Ekspektasi Kinerja)	Performance expectancy adalah tingkat kepercayaan individu bahwa menggunakan sistem akan membantunya untuk mendapatkan keuntungan atau kinerja lebih optimal dalam pekerjaan	1. mobile banking berguna dalam kehidupan individu sehari-hari 2.Menggunakan mobile banking memungkinkan individu untuk melakukan transaksi lebih cepat 3.Menggunakan mobile banking meningkatkan produktivitas individu secara keseluruhan 4.Menggunakan mobile banking meningkatkan kinerja individu di banyak kegiatan 5.Mobile banking akan memberi individu kemudahan yang lebih besar	Skala Likert
Effort Expectancy (Ekspektasi Usaha)	Ekspektasi usaha adalah tingkat kenyamanan dan tingkat kemudahan yang dirasakan seorang individu terkait dengan penggunaan sistem	1.mobile banking sangatlah mudah untuk digunakan 2.Mobile banking memiliki manfaat meningkatkan kinerja dibanyak kegiatan dan keperluan 3.Tidak memerlukan keahlian dan mudah bagi individu untuk belajar menggunakan mobile banking 4.Mudah bagi individu untuk mengembangkan keterampilan menggunakan mobile banking	Skala Likert
Sosial Influence (Pengaruh sosial)	Social influence didefinisikan sebagai sejauh	1.Rekan-rekan dan teman dekat individu mendukung	Skala Likert

Jenis Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	mana seorang individu merasa bahwa penting bagi orang lain (misalnya, keluarga dan teman) untuk percaya bahwa mereka harus menggunakan sistem atau teknologi tertentu. Dan bisajuga dikatakan orang pribadi bisa dipengaruhi oleh orang lain dalam menggunakan sistem.	menggunakan mobile banking 2.Kebanyakan orang yang individu kagumi dan pengaruhi menggunakan mobile banking 3.Orang-orang yang penting bagi individu dapat membantu dalam penggunaan mobile banking 4.Menggunakan mobile banking membuat individu terlihat cerdas dan modern 5.Tempat individu bekerja/belajar mendukung saya mengunakan mobile Banking	
Hedonic motivation (Dorongan Motivasi)	Hedonic Motivation merupakan motivasi kesenangan yang diperoleh dari penggunaan suatu sistem atau teknologi.	1.Menggunakan aplikasi mobile banking itu menyenangkan 2.Menggunakan aplikasi mobile banking itu sangat menghibur 3.Menggunakan aplikasi mobile banking itu membuat individu merasa berharga 4.Menggunakan aplikasi mobile banking itu membuat individu merasa modern	Skala Likert
Facilitating Condition (Kondisi Fasilitas)	Facilitating conditions adalah variabel yang menjelaskan seorang individu percaya bahwa infrastruktur dan teknis yang ada dapat mendukung dalam menggunakan sebuah teknologi	1.individu memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk menggunakan mobile banking 2.individu selalu bisa mendapatkan bantuan ketika menemukan kesulitan menggunakan yang berurusan dengan mobile banking 3.individu memiliki pengalaman yang cukup untuk menggunakan mobile banking dengan nyaman	Skala Likert

Jenis Variabel	Definisi	Indikator	Skala
		4.individu bisa mendapatkan bantuan dari orang lain ketika individu mengalami kesulitan menggunakan mobile banking	
Religiosity (Religiusitas)	Religiusitas adalah keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya sehingga menghindari hal hal yang dilarang dalam syariah	1.Individu selalu berusaha menjalankan transaksi ekonomi/bisnis sesuai dengan ajaran Islam 2.Individu selalu berusaha menghindari praktek transaksi ekonomi/bisnis yang tidak sesuai dengan Islam 3.Individu selalu mencari informasi tentang hukum-hukum Islam tentang transaksi ekonomi/bisnis setiap individu punya masalah tentang transaksi ekonomi/bisnis 4.Individu menyakini kegiatan ekonomi/bisnis yang individu lakukan dipertanggung jawabkan dihadapan Allah SWT 5.Saya menyakini bahwa kegiatan ekonomi/bisnis yang individu jalankan akan memperoleh keuntungan yang berlipat jika individu mampu menjalan ekonomi/bisnis sesuai dengan ajaran Islam	Skala Likert
Habit (Kebiasaan)	Habit adalah sejauh mana individu cenderung untuk melakukan perilaku secara otomatis karena sudah sering melakukanya sehingga menjadi kebiasaan dalam melakukanya.	1.Penggunaan aplikasi mobile banking sudah menjadi kebiasaan bagi individu. 2.individu ketagihan menggunakan aplikasi mobile banking 3.Menggunakan aplikasi mobile banking adalah sesuatu yang individu lakukan secara spontan 4.Menggunakan aplikasi mobile banking adalah bagian dari rutinitas harian individu.	Skala Likert

Jenis Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Behavioral intention (Niat Perilaku)	Behavioral Intention atau niat perilaku didefinisikan sebagai keinginan seseorang dalam menggunakan teknologi informasi dengan tujuan yang diharapkannya.	1.individu akan selalu mencoba menggunakan aplikasi mobile banking untuk kegiatan sehari-hari 2.Individu bermaksud untuk terus menggunakan aplikasi mobile banking untuk melakukan kegiatan sehari-hari 3.Individu berniat untuk tetap menggunakan aplikasi mobile banking walaupun belum tentu semua menu yang disajikan sesuai dengan pilihan saya. 4.Individu berencana menggunakan aplikasi mobile banking untuk aktivitas bulan depan 5.Individu bermaksud menggunakan aplikasi mobile banking untuk kegiatan di masa depan	Skala Likert
Use Behavior (Perilaku Menggunakan)		1.Penggunaan aplikasi mobile banking individu terus meningkat 2.Individu menggunakan aplikasi mobile banking lebih dari aplikasi yang lain 3.Individu selalu mengupdate aplikasi mobile banking dengan versi terbaru 4.Individu akan merekomendasi pengunaan aplikasi mobile banking kepada orang lain	Skala Likert

F. Instrumen Penelitian

Alat yang digunakan dalam metodologi penelitian proses pengumpulan data adalah instrumen penelitian. Instrumen penelitian sendiri merupakan alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data guna mengkaji temuan-temuan penelitian sebelumnya. Kuesioner digunakan sebagai alat penelitian utama dalam penelitian ini, dan diedarkan di seluruh Indonesia

melalui media sosial dalam bentuk formula digital atau Google melalui pesan siaran (WhatsApp, Messenger, Instagram).

G. Teknik dan Pengambilan Sampel

Proposive sampling adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan sampel. Salah satu strategi untuk menemukan sampel non-acak dikenal sebagai "sampling proposif", yang melibatkan pemilihan sampel berdasarkan kualitas unik yang sesuai dengan persyaratan dan tujuan peneliti untuk mengatasi masalah yang diangkat oleh penelitian. Beberapa persyaratan untuk responden saat menggunakan pendekatan pengambilan sampel yang diusulkan meliputi:

1. Ponsel milik responden digunakan untuk mendownload aplikasi mobile banking.
2. Nasabah bank tradisional dan syariah yang telah menggunakan mobile banking secara rutin minimal sebulan.
3. Responden pernah menggunakan mobile banking minimal dua kali transaksi.

Penelitian ini menggunakan skala Likert, khususnya skala prikometric, yang mengukur tingkat persetujuan responden terhadap suatu pertanyaan dimana mereka harus memilih salah satu dari beberapa kemungkinan jawaban. Setiap indikasi dalam variabel akan dievaluasi dengan menggunakan skala Likert sebagai tolak ukur, dan setiap indikator akan dijadikan instrumen berupa pertanyaan sebagai berikut :

Tabel 3. 2 **Tabel Skala Likert**

Jawaban	Nilai
Sangat setuju	5
setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Ketika nilai selanjutnya mendekati angka 5, terlihat bahwa Responden memiliki kemampuan untuk membuat penilaian berdasarkan karakteristik perilaku, biasanya saat menggunakan mobile banking. Dimulai dengan nomor 1, yang menunjukkan perilaku pengambilan keputusan yang tidak lazim, responden dapat menunjukkan perilaku dalam situasi ini.

H. Teknik Analisis Data

Hardani, Auliyah N. H, Andriani H, Fardani R. A, Ustiawaty J, Utami E. V. (2020) dalam buku menjelaskan bahwa Analisis data dilakukan pada seluruh kegiatan penelitian, baik penelitian kualitatif maupun kuantitatif. Analisis kuantitatif dan teknik serta metode statistik banyak digunakan dalam penelitian. Hal ini dilakukan karena teknik dan metode statistik memberikan jawaban atas permasalahan yang muncul. Analisis data adalah prosedur atau pendekatan untuk memeriksa data penelitian yang mungkin melibatkan penggunaan instrumen penelitian yang bersangkutan. Pendekatan Structural Equation Modeling PLS-SEM, salah satu metode yang dapat digunakan dalam menganalisis, dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik analisis data kuantitatif. Pendekatan ini dianggap kuat karena digunakan pada setiap jenis skala data, termasuk data interval, data nominal, dan rasio serta persyaratan asumsi yang lebih luas dan fleksibel.

Ari (2013) dalam Strategi statistik multivariant yang dapat menangani beberapa variabel respon dan faktor penjelas secara bersamaan sedang mencari cara untuk membangun model yang dapat menjelaskan hubungan antar variabel. PLS juga dikatakan sebagai teknik analisis yang kuat karena bergantung pada beberapa praduga. PLS dapat digunakan untuk memverifikasi teori dan mengklarifikasi apakah ada hubungan antara variabel laten.

Dalam penelitian Arya Pering (2020) menyebutkan bahwa SEM pada dasarnya memberikan kemampuan untuk menjalankan analisis rute menggunakan variabel laten dari model persamaan struktural. (SEM) adalah penilaian model persamaan berganda yang dibangun di atas prinsip

ekonometrika dan menggabungkan elemen pengatur sosiologis dan psikologis. Model variabel laten dan model pengukuran adalah dua komponen (SEM). Terdapat perbedaan antara model persamaan simultan yang digunakan dalam ekonometrika dengan model variabel laten, yaitu bahwa dalam ekonometrika semua variabel merupakan variabel terukur/diamati, pada model ini sebagian variabel merupakan variabel laten (variabel laten yang tidak secara langsung terukur). Dampak dari variabel laten digambarkan oleh model pengukuran sebagai sejumlah indikator atau variabel terukur.

SEM pada dasarnya memberikan kemampuan untuk menjalankan analisis rute menggunakan PLS yang biasanya digunakan untuk konfirmasi penelitian, seperti mengevaluasi validitas hipotesis, serta untuk alasan eksplorasi. PLS mampu meramalkan ada atau tidaknya keterkaitan antara variabel dengan hipotesis yang akan diuji. Tujuan utamanya adalah untuk memperjelas hubungan antara konstruksi dan menekankan pentingnya memahami hubungan ini. *Outer model*, juga dikenal sebagai model pengukuran, dan *inner model*, juga dikenal sebagai model struktural, adalah dua model penilaian yang digunakan dalam teknik PLS.

1. Analisis Outer Model

Model pengukuran yang disebut outer model digunakan untuk menghubungkan indikator dengan variabel latennya. Pengukuran model ini digunakan dalam analisis langkah ini untuk memastikan hubungan antara masing-masing variabel laten blok indikator. dengan persamaan berikut :

$x = \Pi x\ \xi + \varepsilon x$

$y = \Pi y\ \eta + \varepsilon y$

Keterangan:

x dan y : matriks variable manifes independent dan dependen

ξ dan η : matriks konstruk laten independent dan dependen

Π : matrik koefisien

ε : matriks outer model residu

Model pengukuran mengevaluasi akurasi dan ketergantungan model (outer model). Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah kemampuan instrumen penelitian sesuai dengan variabel yang dinilai. Uji reliabilitas, di sisi lain, mengukur seberapa konsisten suatu alat ukur menilai suatu gagasan atau sebaliknya, seberapa konsisten responden menjawab pertanyaan dalam kuesioner peneliti. Berikut ini akan dijelaskan bagaimana pengujian Convergent Validity, Discriminant Validity, dan Composite Reliability digunakan dalam model ini :

a. Convergent Validity

Meneliti nilai Average Variation Extracted (AVE) merupakan salah satu metrik yang digunakan dalam uji validitas konvergen. Angka ini menunjukkan berapa banyak variasi atau berapa banyak faktor manifes berbeda yang dapat diakomodasi oleh konstruk laten. Jika nilai AVE lebih tinggi dari 0,5 atau indikator menampilkan semua variabel pemuatan eksternal dengan nilai pemuatan lebih besar dari 0,5, indikator tersebut dianggap sah. Rumus berikut dapat digunakan untuk menentukan nilai AVE :

$$AVE = \frac{\sum \lambda_i^2}{\lambda_i^2 + \Sigma_i var\ (\varepsilon i\ )}$$

Dimana: λ_i adalah loading factor (convergent validity) dan $var\ (\varepsilon_i\ )$ = 1 - λ_i^2

b. Descriminant Validity

Dalam hal ini, jika ada dua instrumen berbeda yang mengukur dua konstruk yang diprediksi tidak berkorelasi, maka hasilnya pun tidak berkorelasi. Dengan Metode Discriminant Validity, validitas diskriminan diuji dengan indikator reflektif, mengingat nilai cross-loading setiap variabel harus > 0,7. Dengan membandingkan indikator saat ini dan tautan konstruk ke konstruksi blok lainnya, adalah mungkin

untuk memeriksa muatan silang dari setiap indikator. Nilai akar AVE juga dapat dibandingkan, tetapi harus lebih tinggi dari korelasi antara konstruksi saat ini dan konstruksi tambahan agar dapat dimasukkan.

c. Composit Reliability

Composit Reliability ini dilakukan dengan cara melihat nilai yang ada pada Composit Reliability (CR) dengan batas ambang diatas 0,7. adapun Composit Reliability adalah nilai batas yang diterima untuk tingkat reabiliti komposisi (PC) adalah e" 0,7. Untuk mendapatkan nilai CR dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CR = \frac{(\sum_{i=1}^{n} \lambda_i)^2}{(\sum_{i=1}^{n} \lambda_i)^2 + \sum_{i=1}^{n} \lambda_i \, var\,(\epsilon_i)}$$

Dimana λi adalah loading factor (convergent validity), dan var (ϵ_i) = - λ_i^2

2. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Pengukuran dengan structural model merupakan pengukuran yang dilakukan untuk menentukan kausalitas (kausalitas) hubungan antar konstruk yang telah diteorikan oleh para peneliti. hubungan antar variabel laten atau inner relation atau dikenal dengan Inner model yaitu variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. Berikut ini adalah model persamaan dapat ditulis sebagai berikut:

$$\eta 1 = \beta\eta = \gamma\xi = \zeta$$

Dalam hal ini menjelaskan yakni η menggambarkan vector variabel laten independent, ξ adalah vector variabel laten oksogen, ζ adalah vector variabek residual. Model structural ini dapat dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen, Stone-Geisser Q- square test untuk predictive relevance dan uji t serta signifikasi dari koefisien

parameter jalur struktrural. Pengujian ini terbagi dari beberapa tahap yang dijelaskan sebagai berikut:

a. Path Coefficient

Pada tahap ini, hal itu dicapai dengan memeriksa pentingnya kaitan yang ada di antara variabel. Ini terlihat pada koefisien jalur, yang mengukur kekuatan antar konstruk .Pada penelitian (Johar & Suhartanto, 2019) tanda bahwa jalur dengan batas standar mempengaruhi model ketika pengukuran koefisien jalur memiliki batas standar, yang biasanya 0,05 ini menunjukkan bahwa jalur dengan batas standar mempengaruhi model.

b. R-Square (R^2)

Tahap ini melibatkan penentuan nilai R2 (koefisien determinasi). Kemampuan prediktif model struktural pada awalnya diperhitungkan saat mengestimasi struktur dengan melihat nilai R-squares dari masing-masing nilai variabel endogen. Standar pengukurannya adalah 0,67, yang dianggap tinggi, 0,33, yang dianggap sedang, dan kurang dari 0,19, yang menunjukkan tingkat variasi lemah. Untuk mendapatkan nilai R^2 dapat menggunakan rumus berikut:

$$R^2 = 1 - \frac{\sum(ni - n\prime i)^2}{\sum(ni - n'i)^2}$$

Dimana n adalah vektor variabel laten (konstruk) yang independen. Varian dari konstruk yang telah dijelaskan oleh model dijelaskan oleh temuan PLS R-squares. Dalam hal ini semakin tinggi nilai pada R^2 berarti semakin bagus dan baik model prediksi dan model penelitian yang telah diajukan.

c. Q^2 Predictive Relevance

Setelah melihat besarnya R-squared, estimasi model PLS juga dapat dilakukan dengan Q^2. Untuk menunjukkan bahwa variabel tertentu yang digunakan dalam model memiliki signifikansi prediktif (*predictive relevance*), nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan bahwa model memiliki

signifikansi prediktif (*predictive relevance*), sedangkan nilai $Q^2 > 0,0$ menunjukkan bahwa model tidak memiliki signifikansi prediktif (*predictive relevance*). Q^2 mengukur seberapa baik model memberikan nilai yang diamati serta estimasi parameternya.

d. Nilai t-test

Uji statistik parametrik yang disebut uji-t digunakan untuk menentukan pentingnya dan pentingnya satu atau lebih kelompok sampel. Pertimbangkan kegunaan uji-t menggunakan pendekatan boostrapping dengan uji dua sisi dan ambang signifikansi 5% untuk mengevaluasi hipotesis penelitian. Hipotesis diterima jika nilai t-test lebih besar dari 1,96.

Dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$T_{test=\frac{y'jb}{S_e(y'jb)}}$$

Menjelaskan jb merupakan jalur konstruk dan S merupakan simpangan baku.

e. Pengujian f^2 (effect size)

Uji f^2 (effect size) merupakan pengujian dilakukan dengan nilai ambang mulai dari 0,02 untuk pengaruh kecil, 0,15 untuk pengaruh sedang, dan sekitar 0,35 untuk pengaruh tinggi untuk meramalkan pengaruh variabel tertentu terhadap variabel lain dalam struktur model. Untuk mencari f^2 dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$f^2 = \frac{R^2include = R^2exclude}{1 = R^2include}$$

Dimana:

R^2 include: Nilai yang diperoleh Ketika eksogen dimasukkan ke model.

R^2 exclude: Nilai yang diperoleh Ketika konstrak eksogen telah dikeluarkan dari model.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Demografi Responden

1. Profil Mobile Banking

   Mobile banking merupakan salah satu bukti perkembangan layanan perbankan canggih yang dirancang untuk melayani nasabah dengan baik, yang menawarkan antara lain pembayaran, transfer, mutasi, dan lainnya. Setiap bank memiliki kelebihannya sendiri masing-masing ditawarkan (A. Dewayanti, A. Kusiyanti, A, D. Herlambang, 2018). terdapat beberapa data yang diperoleh yaitu bank yang menjadi pilihan responden yang telah digunakanya diantaranya bank konvensional, bank syariah maupun yang menggunakan dua pilihan bank yang digunakanya sesuai dengan kebutuhan dibank konvensional dan bank syariah .

2. Profil Responden

   Untuk mengumpulkan data demografis, peneliti pada tahap ini menganalisis tanggapan responden terhadap kuesioner , terutama pada bagian profil responden dan pertanyaan umum tentang penggunaan mobile banking. Survei ini mampu memperoleh informasi hingga 238 responden di seluruh pulau jawa selama kurun waktu 8 hari (18 oktober - 25 oktober 2022). Data Informasi demografis meliputi usia, jenis kelamin, status pernikahan, pendidikan terakhir, Pekerjaan responden, provinsi asal, pengeluaran perbulan, berapa lama menggunakan mobile banking, rata rata transaksi di mobil banking, mobile banking yang digunakan. Berikut merupakan hasil analisis demografisnya :

Tabel 4. 1 Hasil Uji Demografi

KARAKTER	KELOMPOK	FREKUENSI	%
USIA	dibawah 17 tahun	1	0,50%
	17 - 25 tahun	236	99%
	25 - 35 tahun	1	0,50%
JENIS KELAMIN	LAKI - LAKI	104	44%
	PEREMPUAN	134	56%
STATUS PERNIKAHAN	Belum menikah	236	99,20%
	Sudah menikah	2	0,80%
PENDIDIKAN TERAKHIR	Lulusan SMA	204	86%
	Lulusan Sarjana (S1)	34	14%
PROVINSI ASAL	Jawa Timur	26	11%
	Jawa Tengah	103	43%
	Jawa Barat	47	20%
	DKI Jakarta	14	6%
	DI Yogyakarta	48	20,20%
PENGELUARAN PERBULAN	Kurang dari Rp 1000000	81	34%
	Rp 1000.000 - Rp 5000.000	140	59%
	Rp 10.000.000 - Rp 15.000.000	1	1%
	Rp 15000000 - Rp 20.000000	1	1%
	Rp 20.001.000 - Rp 25.000.000	4	1,70%
	Rp 5.001.000 - Rp 10.000.000	11	4,60%
LAMA MENGGUNAKAN MOBILE BANKING	Kurang dari 1 tahun	70	29%
	1-2 tahun	105	44%
	3-4 tahun	59	25%
	5-6 tahun	3	1,30%
	lebih dari 6 tahun	1	1%
RATA RATA TRANSAKSI PERBULAN	Kurang dari Rp 1000.000	125	53%
	Rp 1000.100 - Rp2.500.000	82	34,50%
	Rp 2.501.000 – Rp 5.000.000	15	6,30%
	Rp 5.001.000 – Rp 7.500.0000	3	1,20%
	Rp 7.501.000 – Rp 10.000.000	4	1,35%
	Rp 10.001.000 – Rp 12.500.000	4	1,35%
	Rp 12.501.000 – Rp 15.000.000	2	0,80%
	Lebih dari Rp 15.000.000	3	1,30%
MOBILE BANKING YANG DIGUNAKAN	Bank Syariah	56	23,50%
	Bank Konvensional	163	69%
	Bank Syariah dan Bank Konvensional	19	8%

a. Usia

Usia rata-rata dari 238 peserta yang memberikan informasi untuk penelitian ini adalah 17 sampai 25 tahun, atau 236 (99%).

b. Jenis Kelamin

Responden data dalam survei ini berjumlah 238 orang, dengan mayoritas perempuan sebanyak 134 partisipan (56%) dibandingkan pria sebanyak 104 partisipan (44%).

c. Status Pernikahan

Dalam hal ini dilihat dari data status pernikahan yang mendominasi paling sedikit yakni yang sudah menikah sejumlah 2 orang (0,80%)

d. Pendidikan terakhir

Menurut data yang didapatkan pendidikan terakhir yakni untuk lulusan SMA sebanyak 204 orang (86%) dan untuk lulusan sarjana (S1) berjumlah 34 orang (14%)

e. Provinsi Asal

Data dari 238 responden dikumpulkan untuk penelitian ini, tersebar di Pulau Jawa. Jawa Tengah mendominasi, terhitung 103 (43%) dari total responden.

f. Pengeluaran Perbulan

Dari data yang diperoleh pengeluaran terbanyak ada pada Rp. 1.000.000 sampai Rp 5000.000 sebanyak 140 orang (59%).

g. Lama Menjadi Pengguna Mobile Banking

Adapun yang telah didapat menggunakan mobile banking berdasarkan data responden dominan baru menggunakan kurang dari 1 tahun sebanyak 70 orang (29%).

h. rata rata transaksi

Data terbanyak dari rata rata transaksi yang didapatkan Sebanyak 125 orang (53%) dalam satu bulan yang melakukan transaksi kurang dari Rp 1000.000

i. Pemilihan Layanan Mobile Banking

Dalam hal ini responden banyak memilih dan menggunakan layanan bank konvensional Sebanyak 163 (69%)

B. Analisis Data

1. Hasil Anilisis Pengukuran Model (Outer Model)

Pada tahap ini hubungan setiap blok indikator terhadap variabel laten yang terkait ditentukan dengan analisis menggunakan model pengukuran (outer model). Empat pengujian membentuk analisis model ini: validitas diskriminan, varians rata-rata yang diekstraksi, konsistensi internal, dan reliabilitas item demi item.

Prosedur Algoritma PLS pada Smart PLS 3.3 digunakan untuk analisis pengukuran model ini. Hasil pengukuran tercantum di bawah ini.

a. Uji Individual Item Realibility

Untuk menentukan nilai standardized loading factor dilakukan tahap uji coba. Dengan melihat nilai outer loading factor, nilai ini digunakan untuk menggambarkan korelasi antara masing-masing indikasi dengan strukturnya. Prosedur Algoritma PLS diselesaikan dengan rumus berikut. Jika loading factor lebih dari 0,7 dan meskipun 0,6 maka indikator yang digunakan untuk mengevaluasi konstruksi dianggap sah (Irwan et al., 2015).

Tabel 4. 2 Hasil Uji Individual Item Realibility

Indikator	RE	EE	FC	HB	HM	PE	SI	UB	BI
EE		0,835							
EE		0,846							
EE		0,819							
EE		0,82							
FC			0,815						
FC			0,838						
FC			0,855						
FC			0,727						
PE						0,819			
PE						0,694			
PE						0,860			
PE						0,848			
PE						0,822			
SI							0,761		
SI							0,821		
SI							0,847		
SI							0,775		
SI							0,756		
RE	0,860								
RE	0,809								
RE	0,797								
RE	0,815								
RE	0,834								
HB				0,823					
HB				0,913					
HB				0,886					
HB				0,923					
HM					0,849				
HM					0,846				
HM					0,887				
HM					0,812				
BI									0,901
BI									0,916
BI									0,888
BI									0,906
BI									0,878
UB								0,876	
UB								0,779	
UB								0,863	
UB								0,862	

Kita dapat menyimpulkan bahwa indikator penelitian layak untuk digunakan dalam model penelitian dan dapat dilanjutkan ke pengujian lebih lanjut berdasarkan temuan di atas, yang menunjukkan bahwa rata-rata item memiliki loading factor di atas 0,7 dan meskipun 0,6 masih dapat diterima.

b. Uji Internal Consistency Realiability

Pada tahap ini dilakukan dengan memperhatikan nilai composite reliability (CR) dengan batas ambang diatas 0,7.

Tabel 4. 3 Hasil Uji Internal Consistency Realiability

Variabel	Composite Reliability
Religiosity	**0,913**
Effort Expectancy	**0,899**
Faciliting Condition	**0,884**
Habit	**0,937**
Hedonic motivation	**0,912**
Performance Expectancy	**0,905**
Sosial Influence	**0,894**
Use behavior	**0,909**
behavior intention	**0,954**

Melihat dari hasil data tabel diatas bahwa seluruh nilai CR diatas 0,7 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variable telah memenuhi syarat untuk melanjutkan pengujian selanjutnya.

c. Uji Average Variance Extracted (AVE)

Nilai rata-rata variance extract (AVE) digunakan dalam pengujian ini, dan batas minimal untuk nilai AVE adalah 0,5, yang menunjukkan indikator validitas konvergen dapat diandalkan.

Indikator adalah alat yang dapat diandalkan untuk mengukur variabel jika memenuhi ambang minimal.

Tabel 4. 4 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Religiosity	**0,678**
Effort Expectancy	**0,690**
Faciliting Condition	**0,656**
Habit	**0,787**
Hedonic motivation	**0,721**
Performance Expectancy	**0,658**
Sosial Influence	**0,629**
Use behavior	**0,716**
behavior intention	**0,806**

Dari tabel di atas terlihat bahwa nilai AVE lebih besar dari 0,5 sehingga dapat disimpulkan semua variabel memenuhi persyaratan dan dapat digunakan.

d. Uji Discriminant Validity

Pada tahap ini pengujian dapat dilakukan dengan dua cara Saat menggunakan akar AVE, nilai akar AVE harus lebih besar dari korelasi antar konstruk lainnya; idealnya, itu harus lebih besar dari korelasi antara rasio korelasi variabel laten. Akar kuadrat AVE, umumnya dikenal sebagai kriteria Formell-Lacker, adalah pendekatan kedua. Metode kedua adalah membandingkan rasio cross-loading dan kriteria cross-loading Formell-Lacker untuk menganalisis cross-loading.

Dalam hal ini, setiap indikator di cross-loadings dengan cara membandingkan hubungan antara indikator dan konstruk yang

dimiliki dengan konstruk blok lainnya. Jika hubungan antara indikator dan suatu konstruk lebih tinggi dari konstruk lainnya, maka discriminant validitynya valid. Hasilnya disajikan dalam tabel, dimana untuk masing-masing variabel, nilai indikator cross loading dengan blok kuning lebih besar dibandingkan dengan korelasi dengan blok konstruk lainnya.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Cross Loading Discriminant Validity

Disscriminat Validity	RE	EE	FC	HB	HM	PE	SI	UB	BI
EE	0,355	**0,835**	0,493	0,436	0,370	0,527	0,370	0,390	0,422
EE	0,373	**0,846**	0,535	0,451	0,358	0,634	0,413	0,402	0,420
EE	0,345	**0,819**	0,556	0,363	0,291	0,489	0,472	0,360	0,444
EE	0,332	**0,820**	0,621	0,453	0,389	0,527	0,432	0,437	0,434
FC	0,346	0,581	**0,815**	0,408	0,400	0,561	0,460	0,369	0,401
FC	0,380	0,554	**0,838**	0,424	0,433	0,558	0,547	0,467	0,501
FC	0,360	0,593	**0,855**	0,505	0,426	0,622	0,548	0,456	0,475
FC	0,336	0,424	**0,727**	0,314	0,411	0,427	0,429	0,405	0,430
PE	0,380	0,547	0,520	0,526	0,377	**0,819**	0,531	0,419	0,470
PE	0,371	0,478	0,515	0,287	0,254	**0,694**	0,429	0,273	0,314
PE	0,445	0,547	0,549	0,562	0,494	**0,860**	0,591	0,540	0,574
PE	0,386	0,511	0,572	0,572	0,511	**0,848**	0,552	0,564	0,585
PE	0,425	0,586	0,579	0,474	0,384	**0,822**	0,530	0,443	0,473
SI	0,408	0,472	0,503	0,398	0,373	0,581	**0,761**	0,340	0,370
SI	0,386	0,339	0,450	0,466	0,500	0,478	**0,821**	0,467	0,484
SI	0,427	0,392	0,508	0,487	0,547	0,532	**0,847**	0,471	0,520
SI	0,403	0,360	0,439	0,435	0,546	0,459	**0,775**	0,365	0,490
SI	0,427	0,477	0,552	0,432	0,477	0,566	**0,756**	0,383	0,480
RE	**0,860**	0,329	0,343	0,428	0,427	0,359	0,444	0,482	0,468
RE	**0,809**	0,300	0,257	0,283	0,312	0,256	0,358	0,289	0,343
RE	**0,797**	0,309	0,334	0,481	0,447	0,380	0,411	0,506	0,513
RE	**0,815**	0,348	0,428	0,398	0,348	0,492	0,416	0,411	0,454
RE	**0,834**	0,453	0,431	0,448	0,353	0,516	0,486	0,451	0,434
HB	0,440	0,521	0,510	**0,823**	0,555	0,624	0,512	0,635	0,675
HB	0,440	0,436	0,433	**0,913**	0,686	0,541	0,481	0,755	0,786
HB	0,505	0,422	0,422	**0,886**	0,647	0,488	0,516	0,673	0,727
HB	0,412	0,448	0,461	**0,923**	0,656	0,538	0,492	0,732	0,753
HM	0,449	0,421	0,472	0,687	**0,849**	0,514	0,574	0,623	0,682
HM	0,358	0,278	0,418	0,560	**0,846**	0,332	0,481	0,590	0,630

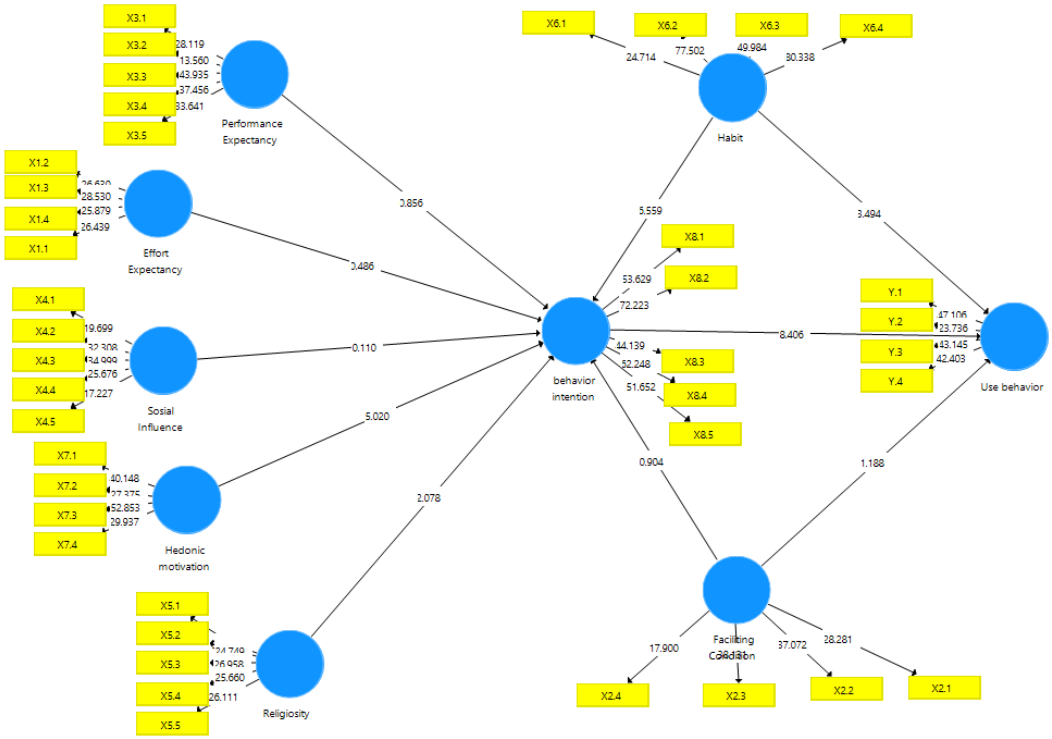
HM	0,380	0,311	0,439	0,640	**0,887**	0,417	0,490	0,650	0,697
HM	0,391	0,431	0,422	0,546	**0,812**	0,484	0,575	0,560	0,620
BI	0,474	0,470	0,533	0,788	0,717	0,597	0,532	0,774	**0,901**
BI	0,471	0,427	0,450	0,785	0,680	0,548	0,520	0,805	**0,916**
BI	0,483	0,448	0,513	0,721	0,700	0,509	0,505	0,767	**0,888**
BI	0,500	0,499	0,526	0,721	0,720	0,543	0,546	0,762	**0,906**
BI	0,525	0,484	0,499	0,708	0,664	0,556	0,581	0,730	**0,878**
UB	0,492	0,426	0,441	0,705	0,630	0,501	0,476	**0,876**	0,770
UB	0,266	0,251	0,337	0,604	0,561	0,358	0,319	**0,779**	0,600
UB	0,501	0,430	0,537	0,668	0,548	0,486	0,399	**0,863**	0,721
UB	0,508	0,486	0,458	0,689	0,674	0,567	0,527	**0,862**	0,787

Tabel 4. 6 Hasil Formell-Lacker's Discriminant Validity

	RE	**EE**	**FC**	**HB**	**HM**	**PE**	**SI**	**UB**	**BI**
RE	**0,823**	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
EE	**0,423**	**0,830**	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
FC	**0,440**	**0,665**	**0,810**	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
HB	**0,505**	**0,512**	**0,512**	**0,887**	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
HM	**0,465**	**0,423**	**0,516**	**0,719**	**0,849**	0,000	0,000	0,000	0,000
PE	**0,493**	**0,654**	**0,671**	**0,615**	**0,515**	**0,811**	0,000	0,000	0,000
SI	**0,517**	**0,509**	**0,617**	**0,562**	**0,623**	**0,655**	**0,793**	0,000	0,000
UB	**0,531**	**0,479**	**0,527**	**0,790**	**0,715**	**0,571**	**0,515**	**0,846**	0,000
BI	**0,546**	**0,518**	**0,561**	**0,830**	**0,775**	**0,613**	**0,597**	**0,856**	**0,898**

nilai akar AVE yang diperoleh lebih besar dari korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya. sebagaimana dapat dilihat pada tabel di atas. Akibatnya, dapat dikatakan bahwa analisis dari dua tahap cross-loading dapat memiliki validitas diskriminan.

Tabel 4. 7 Hasil Analisis Outer Model dengan SmartPLS



Gambar di atas menunjukkan hasil proses analisis setelah menyelesaikan langkah-langkah proses analisis outer model. Berdasarkan serangkaian proses analisis yang melibatkan empat langkah pengujian yang dilakukan pada model pengukuran (outer model) Hasilnya, model yang diusulkan dalam penelitian ini konsisten dengan karakteristiknya dan memiliki statistik yang baik yang memenuhi persyaratan di setiap langkah model pengukuran, yaitu individual item reliability, internal consistency reliability, average variabce extracted, dan discriminat validity. Oleh karena itu, dapat disimpulkan dari hasil analis pengukuran model bahwa model memenuhi persyaratan yang ditetapkan untuk menuju tahap pengujian model struktural (inner model).

2. Hasil Analisis Struktur Model (Inner Model)

Structural model (inner model) adalah tahap yang menggambarkan hubungan antara variabel laten (konstruk) berdasarkan teori substansif. Untuk menganalisis struktur model ini,

maka diperlukan melakukan enam langkah, diantaranya : pengujian path coefficient, coefficient of determination, t- test, effect size dan metode boostrapping melalui Smart PLS untuk melakukan pengujian signifikasi statistic untuk mengetahui hasil uji hipotesis dan untuk menegtahui derajat yang menunjukkan seberapa mampu model yang dikembangkan menjelaskan data dengan uji model fit.

a. *Path Coefficient*

Di tahap ini melakukan dengan melihat batas nilai ambang 0,05, yang merupakan batas terbesar, yang disebut tingkat ketidakyakinan, di mana jalur dapat dilaporkan berpengaruh dalam model ini jika hasil uji path coefficient kurang dari 0,05.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Path Coefficient

variabel	P Values
behavior intention -> Use behavior	**0,000**
Habit -> behavior intention	**0,000**
Hedonic motivation -> behavior intention	**0,000**
Habit -> Use behavior	**0,001**
Religiosity -> behavior intention	**0,038**
Faciliting Condition -> Use behavior	0,235
Faciliting Condition -> behavior intention	0,366
Performance Expectancy -> behavior intention	0,392
Effort Expectancy -> behavior intention	0,627
Sosial Influence -> behavior intention	0,913

terdapat lima jalur yang memiliki nilai dibawah 0,05 yang berarti memiliki *pengaruh signifikan* dalam model, dan sedangkan masih terdapat lima jalur yang menunjukkan *pengaruh yang tidak siginifikan.*

b. Coefficient of Determination (R^2)

Tujuan dari langkah ini adalah untuk menjelaskan variabel yang menjadi target variabel endogen (variabel yang dianggap mempengaruhi variabel lain yang dimasukkan dalam model) dengan ukuran standar mulai dari 0,670 yang kuat, hingga sekitar

0,333 yang moderat. untuk mendapatkan nilai R2 dapat dihitung melalui Smart PLS berikut:

Tabel 4. 9 Hasil Uji Coefficient of Determination (R^2)

Variabel	R Square
Behavioural Intention	0,774
Use Behavioural	0,754

Dari hasil tabel uji coefficient of determination bahwa nilai R^2 variabel X8 Behavioural Intention adalah 0,774 (77,4%) dan nilai R^2 Y Use Behavior adalah 0,754 (75,4%). Maka dapat diartikan bahwa kemampuan variabel independent memiliki tingkat yang kuat (77,4%) dari X8 sedangkan kemampuan variabel independent menjelaskan secara moderat (75,4%) dari Y.

c. T – test

Untuk menguji suatu hipotesis pada penelitian dilakukan uji-t dengan metode boostrapping dengan SmartPLS pada tingkat signifikan 5%. Hipotesis ini dapat diterima jika nilainya kurang dari 1,96. Untuk memperoleh nilai t-test dapat dihitung melalui rumus berikut:

Tabel 4. 10 Hasil Uji T- test

Variabel	**T Statistics / T test**
behavior intention -> Use behavior	**8,406**
Habit -> behavior intention	**6,559**
Hedonic motivation -> behavior intention	**5,020**
Habit -> Use behavior	**3,494**
Religiosity -> behavior intention	**2,078**
Variabel	**T Statistics / T test**
Faciliting Condition -> Use behavior	1,188
Faciliting Condition -> behavior intention	0,904
Performance Expectancy -> behavior intention	0,856
Effort Expectancy -> behavior intention	0,110
Sosial Influence -> behavior intention	0,486

Dari hasil pengujian t-test diatas terdapat lima nilai t-test yang kurang dari 1,96 diantaranya yaitu Faciliting Condition -> Use behavior (FC -> UB) dengan nilai t-test 1,188, kemudia Faciliting Condition -> behavior intention (FC -> BI) dengan nilai t-test 0,904, Performance Expectancy -> behavior intention (PE -> BI) dengan nilai t-test 0,856, Effort Expectancy -> behavior intention (EE -> BI) dengan nilai t-test 0,110, dan Sosial Influence -> behavior intention (SI -> BI) dengan nilai t-test 0,486. Dengan demkian hasil ini menunjukan terdapat 5 hipotesis yang tidak signifikan atau ditolak.

d. Effect Size (f^2)

Menguji pada tahap ini berguna untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain dalam kerangka model, mengingat nilai cut-off standar dari pengujian tersebut, yaitu 0,02 tergolong lemah atau kecil, dimana 0,15 dapat dikatakan cukup atau sedang, sedangkan 0,35 tergolong kuat atau besar.

Tabel 4. 11 Hasil Uji Effect Size (f^2)

hipotesis	F^2			
jalur	R- In	R - Ex	$\sum F^2$	Keterangan
Faciliting Condition -> behavior intention	0,774	0,006	0,768	besar
Performance Expectancy -> behavior intention	0,774	0,005	0,724	besar
Effort Expectancy -> behavior intention	0,774	0,001	0,773	besar
Sosial Influence -> behavior intention	0,774	0	0,774	besar
Habit -> behavior intention	0,774	0,387	0,387	besar
Hedonic motivation -> behavior intention	0,774	0,186	0,588	besar
Religiosity -> behavior intention	0,774	0,025	0,749	besar
Faciliting Condition -> Use behavior	0,754	0,008	0,746	besar
Habit -> Use behavior	0,754	0,076	0,678	besar
behavior intention -> Use behavior	0,754	0,448	0,306	besar

Dapat dilihat dari pengujian effect size diatas menunjukan bahwa pengujian terhadap f^2 10 jalur dalam keterangan memiliki pengaruh besar.

e. Predictive Relavance

Langkah selanjutnya yaitu pengujian untuk mengukur seberapa baik hasil observasi yang dilakukan dengan model penelitian. dengan metode blindfolding menggunakan SmartPLS, tujuannya adalah untuk mengetahui hubungan model dengan predictive relevance variabel dalam model. Dengan ambang batas pengukuran yaitu di atas nol.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Predictive Relavance

	SSO	SSE	Q^2(=1-SSE/SSO)
Religiosity	1.190.000	1.190.000	0
Effort Expectancy	952.000	952.000	0
Faciliting Condition	952.000	952.000	0
Habit	952.000	952.000	0
Hedonic motivation	952.000	952.000	0
Performance Expectancy	1.190.000	1.190.000	0
Sosial Influence	1.190.000	1.190.000	0
Use behavior	952.000	448.090	0,529
behavior intention	119.000	458.810	0,614

Dari langkah pengujian di atas terlihat bahwa Q^2 variabel berada di atas nol, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel memiliki keterkaitan prediktif.

f. Model fit

Model fit atau merupakan ketepatan model dengan data adalah derajat yang menunjukkan seberapa mampu model yang dikembangkan menjelaskan data.

Tabel 4. 13 Hasil Uji Model fit

	Model Saturated	Model Estimasi
SRMR	0,066	**0,066**
d_ULS	3,58	3,6
d_G	1,406	1,416
Chi-Square	1870,124	1876,421
NFI	0,769	0,768

rms Theta	0,134

Dari hasil data diatas tertulis bahwa nilai SRMR nya estimate , model estimatenya 0,066 dibawah 0,10 menunjukkan bahwa model memiliki kecocokan model yang baik yakni masih acceptable. Nilai SRMR dapat dipengaruhi oleh data outlier ,bila nilai SRMR > 10 maka dapat dilakukan pemeriksaan data atau tingkat model kecocokanya kurang baik atau kurang terjemahkan oleh data empiris. Sedangkan NFI (Net Fit Indeks) nya 0,768 sehingga bisa dikatakan masih baik. Karena semakin mendekati 1 maka akan NFI nya akan semakin baik. Akan tetapi untuk melihat suatu model yang dibangun sudah fit pada smart PLS,dapat dilihat dari nilai loading factorsetiap indikatornya dengan cara melihat Outer Loading. Akan dianggap fit apabila seluruh item sudah bernilai > 0,7.

3. Pengujian Hipotesis

pada tahap ini untuk menunjukkan bukti terhadap variabel x dan y ,apakah terdapat pengaruh antara variabelnya. Analisis ini menggunakan metode boostrapping menggunakan SmartPLS yang mengukur seberapa besar pengaruh yang ada di antara masing-masing konstruk. Hal hal yang menjadi Pertimbangan harus diberikan diantaranya dengan mengamati nilai pada uji t. Pada penelitian ini nilai t memiliki taraf signifikansi standar sebesar 5% atau 1,96. pengujian pada tahap ini dilakukan dengan memperhatikan nilai output pada path coefficient, coefficient of determination (R^2), t-test dengan menggunakan boostrapping, effect size (F^2), predictive relevance (Q^2).

Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	**Pertanyaan Hipotesis**	**P Values**	**Keterangan**
H1	**behavior intention -> Use behavior**	**0,000**	Diterima
H2	**Habit -> behavior intention**	**0,000**	Diterima
H3	**Hedonic motivation -> behavior intention**	**0,000**	Diterima
H4	**Habit -> Use behavior**	**0,001**	Diterima
H5	**Religiosity -> behavior intention**	**0,038**	Diterima
H6	**Faciliting Condition -> Use behavior**	**0,235**	Ditolak
H7	**Faciliting Condition -> behavior intention**	**0,366**	Ditolak
H8	**Performance Expectancy -> behavior intention**	**0,392**	Ditolak
H9	**Effort Expectancy -> behavior intention**	**0,627**	Ditolak
H10	**Sosial Influence -> behavior intention**	**0,913**	Ditolak

a. Behavior Intention

Berdasarkan temuan penelitian dan pengujian dapat disimpulkan bahwa hubungan antara behavioral intention dan use behavior atau hipotesis pertama (H1) adalah kuat. Hal ini didukung oleh koefisien determinasi (R2) yang memiliki nilai 0,754, nilai inner model, dan nilai uji t sebesar 8,406 yang lebih tinggi dari nilai t standar sebesar 1,96. Selain itu, nilai koefisien rute sebesar 0,000 berada di bawah threshold 0,05 yang menunjukkan bahwa H1

diterima. Dari temuan ini dapat disimpulkan bahwa niat perilaku mempengaruhi perilaku penggunaan dalam adopsi mobile banking dengan cara yang menguntungkan dan substansial.

b. Habit

Hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa ada hubungan yang kuat antara kebiasaan dan niat berperilaku didukung oleh penelitian dan pengujian yang telah dilakukan. Hubungan tersebut ditunjukkan oleh koefisien determinasi (R2) dengan nilai 0,774, nilai inner model, dan nilai t-test sebesar 6,559 yang lebih tinggi dari nilai t dengan standar 1,96. Selain itu, nilai koefisien rute 0,000 berada di bawah ambang batas 0,05, yang menunjukkan bahwa H2 disetujui. Jadi, dapat disimpulkan dari temuan tersebut bahwa Habit memiliki pengaruh yang menguntungkan dan secara signifikan mempengaruhi Niat Perilaku saat menggunakan mobile banking.

Hubungan antara habit dan use behavior dinyatakan kuat berdasarkan koefisien determinasi (R2) sebesar 0,754. Hubungan ini juga dinyatakan kuat berdasarkan nilai inner model yang menghasilkan nilai t test sebesar 3,494 lebih tinggi dari nilai t standar sebesar 1,96. Selain itu, nilai koefisien rute 0,001 berada di bawah ambang batas 0,05, yang menunjukkan bahwa H4 disetujui.

Hasil ini menunjukkan bahwa kebiasaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan saat memutuskan dalam mengadopsi mobile banking.

c. Hedonic Motivation

Hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara motivasi hedonis dengan intensi berperilaku didukung oleh penelitian dan pengujian yang telah dilakukan. Hubungan tersebut ditunjukkan oleh koefisien determinasi (R2) yang memiliki nilai 0,774, nilai inner model, dan nilai uji t sebesar 5,020 yang lebih tinggi dari nilai t standar sebesar 1,96. Selain itu, nilai koefisien jalur 0,000 berada di bawah ambang

batas 0,05, yang menunjukkan bahwa H3 disetujui. Sehingga berdasarkan temuan tersebut dapat dikatakan bahwa Hedonic Motivation berpengaruh signifikan dan positif terhadap Behavioral Intention dalam memanfaatkan mobile banking.

d. Religiosity

Hipotesis kelima (H5) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara religiusitas dengan intensi berperilaku yang ditunjukkan oleh koefisien determinasi (R2) dengan nilai sebesar 0,774 dikonfirmasi oleh hasil penelitian dan pengujian. Hubungan ini semakin diperkuat dengan nilai inner model yang menghasilkan nilai t test sebesar 2,078 yang lebih tinggi dari nilai t dengan standar 1,96. Selain itu, hasil koefisien jalur sebesar 0,038 berada dalam kriteria minimal 0,05 yang menunjukkan bahwa H5 dapat diterima.

Sehingga berdasarkan temuan tersebut dapat dikatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap behavioral intention.

e. Facilitating Condition

Berdasarkan temuan penelitian dan pengujian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis enam (H6) yang menyatakan bahwa ada hubungan yang kuat antara kondisi memfasilitasi dan perilaku penggunaan didukung oleh koefisien determinasi (R2) yang memiliki nilai 0,754. Hubungan ini juga dapat didukung oleh nilai inner model yang memiliki nilai uji t sebesar 1,188 yang lebih rendah dari nilai t standar sebesar 1,96. Selain itu, karena hasil koefisien jalur 0,235 lebih besar dari threshold 0,05, maka H6 dianggap ditolak atau tidak diterima.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan dari temuan ini bahwa meskipun Kondisi yang Memfasilitasi memiliki dampak yang menguntungkan, hal tersebut tidak mengubah perilaku pengguna secara signifikan saat menggunakan mobile banking.

Berdasarkan temuan penelitian dan pengujian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa hipotesis nomor tujuh (H7) yang menyatakan bahwa ada hubungan yang kuat antara kondisi yang memfasilitasi dan niat berperilaku, didukung oleh koefisien determinasi (R2), yang memiliki nilai 0,774, nilai inner model, dan uji t yang memiliki nilai 0,904 dan lebih kecil dari nilai t standar sebesar 1,96. Selain itu, H7 dianggap ditolak karena hasil koefisien jalur sebesar 0,366 berada di atas syarat minimal 0,05.

Berdasarkan temuan tersebut, Niat Perilaku Menggunakan Mobile Banking memiliki Pengaruh Positif tetapi Tidak Dipengaruhi Signifikan oleh Kondisi yang Memudahkan.

f. Performance Expectancy

Berdasarkan temuan penelitian dan pengujian dapat disimpulkan bahwa hipotesis delapan (H8) yang menyatakan bahwa ada hubungan yang kuat antara ekspektasi kinerja dan niat berperilaku didukung oleh koefisien determinasi (R2) yang memiliki sebesar 0,774, dan dengan nilai inner model pada uji t sebesar 0,856 dan berada di bawah nilai t dengan standar 1,96. Selain itu, H8 dianggap ditolak karena hasil koefisien jalur sebesar 0,392 berada di atas standar minimal 0,05.

Dari temuan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa Performance Expectancy mempengaruhi Behavioral Intention secara positif namun tidak signifikan sehingga mendorong untuk menganut *mobile banking*.

g. Effort Expectancy

Sesuai dengan temuan penelitian dan pengujian yang dilakukan, hipotesis sembilan (H9) yang menyatakan bahwa ada hubungan yang kuat antara ekspektasi usaha dan niat perilaku didukung oleh koefisien determinasi (R2) dengan nilai 0,774 dan inner nilai model pada uji t dengan nilai 0,110 lebih rendah dari

nilai t dengan standar 1,96. Selain itu, karena hasil koefisien jalur sebesar 0,627 lebih besar dari threshold 0,05, maka H9 dianggap ditolak atau tidak diterima.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan dari temuan ini bahwa Effort Expectancy memiliki pengaruh yang menguntungkan tetapi tidak signifikan mempengaruhi Niat Perilaku

h. Social Influence

Berdasarkan temuan penelitian dan pengujian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 10 (H10) yang menyatakan bahwa ada hubungan yang kuat antara pengaruh sosial dan niat berperilaku dan hubungan tersebut dapat dilihat dari koefisien determinasi (R2) dengan nilai 0,774 didukung oleh hasil inner model dan uji t yang menunjukkan nilai 0,486 lebih kecil dari nilai t dengan standar 1,96. Selain itu, karena hasil koefisien jalur sebesar 0,913 lebih besar dari threshold 0,05, maka H10 ditolak atau tidak diterima.

Jadi, dapat disimpulkan dari temuan ini bahwa Social Influence memiliki dampak negatif tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh niat menggunakan *(Behavior Intention)* mempengaruhi nasabah dalam mengadopsi mobile banking *(Use Behavior).*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan, H1 yang diajukan diterima atau signifikan ketika nilai inner model untuk uji-t adalah 8,406, lebih tinggi dari nilai t dengan standar deviasi 1,96. Selain itu, nilai koefisien rute sebesar 0,000 berada di bawah batas minimum 0,05 yang menunjukkan bahwa H1 diterima. Hal ini sesuai dengan hasil yang ditemukan oleh Thaker et al (2019) Hal ini dengan koefisien jalur sebesar 0,830 dan nilai t-test sebesar 16,421

menunjukkan bahwa behavioral intention yang diakui dan memiliki pengaruh positif berpengaruh signifikan terhadap keinginan mengadopsi mobile banking. Hal ini juga sesuai dengan temuan Alalwan et al (2018) niat perilaku memiliki dampak yang signifikan terhadap adopsi. Ini konsisten dengan temuan penelitian ini, yang mengklaim bahwa niat pelanggan atau niat perilaku adalah penentu utama penyerapan atau penggunaan teknologi secara aktual.

2. **Pengaruh kebiasaan *(Habit)* mempengaruhi nasabah dalam niat menggunakan mobile banking *(Behavior Intention)***

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan bahwa H2 yang disarankan diterima atau signifikan menurut hasil pengujian hipotesis karena nilai inner model untuk uji-t sebesar 6,559 lebih tinggi dari nilai t dengan standar deviasi 1,96. Selain itu, nilai koefisien jalur 0,000 berada di bawah ambang batas 0,05 yang menunjukkan bahwa H2 diterima. Hal ini sesuai dengan hasil yang ditemukan oleh Thaker et al (2019) yang menunjukan bahwa habit memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan mobile banking Syariah. Demikian juga Hasil serupa dalam penelitian oleh Raza et al (2019) menyatakan bahwa habit ditemukan positif dan signifikan, artinya hipotesis diterima, menunjukkan bahwa penggunaan mengarah pada niat dan akhirnya penggunaan aktual.

3. **Pengaruh dorongan motivasi *(Hedonic Motivation)* mempengaruhi nasabah dalam niat menggunakan mobile banking *(Behavioral Intention)***

H3 yang diajukan diterima atau signifikan sesuai dengan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan, yang ditunjukkan dengan nilai inner model uji-t sebesar 5,020 dan lebih tinggi dari nilai t dengan standar 1,96. Selain itu, nilai koefisien jalur 0,000 berada di bawah ambang batas 0,05, yang menunjukkan bahwa H3 disetujui. diterima. Hal ini berbeda dengan penelitian oleh Thaker et al (2019) dimana menunjukan bahwa

dorongan motiivasi berkorelasi negatif dengan niat berperilaku saat menggunakan mobile banking, dengan nilai koefisien jalur sebesar -0,097. Hal ini disebabkan oleh temuan demografi dari penelitian ini yang menunjukkan bahwa usia pengguna tertinggi tergolong pelajar, artinya mereka memiliki kemampuan pemahaman yang baik dan mudah untuk diajarkan, atau yang biasa disebut dengan usia produktif, artinya mereka cenderung memiliki dorongan motivasi untuk menemukan banyak inovasi dan sesuatu yang baru. lebih baik dalam memenuhi kebutuhan mereka.

dalam kasusnya Mikalef et al (2013) menyebutkan bahwa sikap bermotivasi yang didorong oleh susatu yang nyaman dan memberikan kepuasan secara psikologis dapat meningkatkan niat dalam mengikuti dan menggunakan hal tersebut , sehingga disimpulkan pada variabel ini dinyatakan diterima atau pengaruh signifikan tehadap niat menggunakan *mobile banking*.

4. Pengaruh kebiasaan *(Habit)* mempengaruhi nasabah dalam meng adopsi Mobile Banking *(Use Behavior)*

H4 yang disarankan diterima atau signifikan menurut hasil pengujian hipotesis yang dilakukan karena nilai inner model uji-t sebesar 3,494 lebih tinggi dari nilai t dengan standar deviasi 1,96. Selain itu, hasil koefisien jalur sebesar 0,001 berada di bawah ambang batas 0,05, yang berarti H4 dapat diterima. Hal ini sesuai dengan hasil yang ditemukan oleh Thaker et al (2019) yang menunjukan bahwa habit memiliki pengaruh signifikan terhadap mengadopsi mobile banking Syariah positif. Hal ini serupa dengan penelitian Viswanath Venkatesh (2012) yang menunjukan bahwa kebiasaan perilaku nasabah merupakan faktor kunci dalam mendorong penggunaan mobile banking.

5. Pengaruh sifat ke ber-agamaan *(Religiosity)* mempengaruhi nasabah dalam niat menggunakan mobile banking *(Behavioral Intention)*

H5 yang diajukan diterima atau signifikan menurut hasil pengujian hipotesis yang dilakukan karena nilai inner model uji-t sebesar 2,078 lebih tinggi dari nilai t-hitung dengan standar 1,96. Selain itu, hasil koefisien jalur sebesar 0,038 berada dalam kriteria minimal 0,05 yang menunjukkan bahwa H5 dapat diterima. Dalam penelitian ini menambahkan Religiosity sebagai salah satu variabel sedangkan dalam penelitian Thaker et al (2019) tidak ada variabel tambahan didalamnya, tetapi dalam penelitian Johar & Suhartanto (2019) Faktor lainnya adalah religiusitas, yang dapat diartikan sebagai cara pandang seseorang terhadap sesuatu yang berkaitan dengan keyakinan agama. Misalnya, jika seseorang percaya bahwa layanan perbankan syariah sesuai dengan Syariah atau Islam, dia akan menggunakan mobile banking syariah.

Karena pengguna mobile banking syariah menyadari tuntutan mereka sesuai dengan prinsip syariah, penelitian ini juga menunjukkan bahwa hipotesis tersebut valid dan signifikan. Akibatnya, pilihan penulis memiliki implikasi religius yang signifikan. Maka, menjadi penting untuk mempertimbangkan keyakinan agama saat mengambil keputusan agar terhindar dari kerusakan dan selalu memberikan kebaikan untuk dunia dan akhirat. Penambahan variabel Nilai Syariah terbukti signifikan dan dapat digunakan sebagai data penilaian untuk menyelidiki Syariah dan nilai-nilai Islam yang telah diterapkan untuk kemaslahatan pengguna, umat, dan ummat, atau komunitas global.

6. **Pengaruh kondisi fasilitas *(Facilitating Condition)* mempengaruhi nasabah dalam mengadopsi mobile banking *(Use Behavior)***

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka H6 yang diajukan tidak diterima atau tidak signifikan berdasarkan nilai inner model nilai uji t sebesar 1,188 yang lebih kecil dari nilai t dengan standar 1,96. Selain itu, karena hasil koefisien jalur 0,235 lebih besar dari batas ambang 0,05, maka H6 dianggap ditolak atau tidak diterima. Hal ini berbeda dengan hasil yang ditemukan oleh Thaker et al (2019) Hal tersebut dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,311 dan nilai uji t sebesar 5,089 menunjukkan bahwa Kondisi Pemfasilitasi dapat diterima dan berdampak positif terhadap keinginan menggunakan mobile banking syariah.

Dikarenakan aksesibilitas informasi, infrastruktur yang kuat, dan penyedia layanan yang paham dengan mobile banking syariah, hal ini berbeda dengan penelitian ini. Pengguna tidak terpengaruh oleh penggunaan mobile banking.

7. **Pengaruh kondisi fasilitas *(Facilitating Condition)* mempengaruhi nasabah dalam niat menggunakan mobile banking *(Behavior Intention)***

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan, H7 yang diajukan tidak diterima atau tidak signifikan berdasarkan nilai inner model uji-t sebesar 0,904 dan lebih kecil dari nilai-t dengan standar 1,96. Selain itu, H7 dianggap ditolak karena hasil koefisien jalur sebesar 0,366 berada di atas syarat minimal 0,05. Hal ini berbeda dengan hasil yang ditemukan oleh Thaker et al (2019) yang menunjukan bahwa Dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,259 dan nilai t-test sebesar 4,402, Kondisi yang Memfasilitasi memiliki pengaruh yang besar terhadap niat pengguna untuk menggunakan mobile banking syariah, yang

menunjukkan bahwa mereka diterima dan memiliki dampak yang menguntungkan.

Berbeda dengan penelitian ini, kondisi yang memungkinkan ditawarkan dengan kondisi yang baik seperti dukungan teknis dan persyaratan infrastruktur yang memadai dan layanan ahli yang kuat, sehingga konsumen tidak serta merta berdampak pada keinginan untuk merangkul mobile banking setiap hari. Hal ini juga terlihat dari tuntutan setiap nasabah, salah satunya adalah ketidakmampuan beberapa transaksi untuk diselesaikan secara digital, sehingga niat untuk menggunakan mobile banking tidak terpengaruh oleh keadaan fasilitas.

8. **Pengaruh harapan kinerja *(Performance Expectancy)* mempengaruhi nasabah pada niat menggunakan mobile banking *(Behavior Intention)***

Nilai t statistik sebesar 0,856 yang masih berada di bawah nilai t tabel standar sebesar 1,96 menunjukkan berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, bahwa H8 yang diajukan tidak diterima atau tidak signifikan. Hal ini menunjukkan berpengaruh positif terhadap ekspektasi kinerja namun tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan niat nasabah bank untuk mengadopsi mobile banking.

Hal ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Thaker et al (2019) menunjukan bahwa Dengan nilai t sebesar 2,867 yang lebih tinggi dari ambang batas rata-rata sebesar 1,96 dan menunjukkan substansial, ekspektasi kinerja secara positif berdampak cukup besar terhadap peningkatan niat untuk mengadopsi. ini juga terjadi pada penelitian Alalwan et al (2018) yang menunjukkan hal yang hampir sama yaitu bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap niat menggunakan. Namun, penelitian ini menghasilkan hasil yang beragam, yang terjadi karena efek moderasi usia, jenis kelamin,

dan pengalaman yang tidak dipertimbangkan model UTAUT 2 dalam penelitian.

Maka bebrbeda dengan penelitian ini adalah meskipun meningkatkan kinerja membantu pelanggan mobile banking, hal itu tidak cukup atau tidak berdampak pada niat untuk mulai menggunakan mobile banking. Hal ini juga diperkuat dengan temuan penelitian demografis, yang menunjukkan bahwa penelitian saat ini berkonsentrasi pada siswa yang usia dan beban kerjanya tidak memerlukan banyak upaya untuk memenuhi ekspektasi keberhasilan.

9. Pengaruh harapan usaha *(Effort Expectancy)* mempengaruhi nasabah dalam niat menggunakan mobile banking *(Behavior Intention)*

Nilai inner model uji t yaitu 0,110 dan dibawah nilai t dengan standar 1,96 menunjukkan bahwa H9 yang diajukan tidak diterima atau tidak signifikan berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan. Selain itu, karena hasil koefisien jalur sebesar 0,627 lebih besar dari batas ambang 0,05 , maka H9 dianggap ditolak atau tidak diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ekspektasi upaya tidak memiliki dampak yang nyata terhadap peningkatan niat nasabah bank untuk menggunakan mobile banking.

Hal ini berbeda dengan hasil yang ditemukan oleh Thaker et al., (2019) yang menunjukan bahwa niat adopsi dalam penggunaan secara signifikan dipengaruhi oleh ekspektasi upaya. Berbeda dengan temuan penelitian tersebut, kemudahan penggunaan dan pengelolaan mobile banking menjadi pendorong masyarakat untuk mengadopsi dan menggunakannya. Hal ini masih memiliki dampak yang terbatas, karena hampir semua aplikasi mobile banking saat ini harus dibuat lebih sederhana untuk digunakan sehingga baik program yang sesuai Syariah maupun yang tidak sesuai Syariah dapat digunakan dengan mudah. Temuan demografis penelitian ini yang menunjukkan bahwa mayoritas

pengguna yang berstatus pelajar berada di lingkaran ini dan mudah dipelajari serta memiliki kemampuan pemahaman yang tinggi, mengarah pada kesimpulan bahwa H9 dalam penelitian ini.

10. **Pengaruh oleh pengaruh sosial *(Sosial Influence)* terhadap niat menggunakan mobile banking *(Behavior Intention)***

Nilai inner model dari nilai uji t sebesar 0,486 yang berada di bawah nilai t dengan standar deviasi 1,96, menunjukkan berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, bahwa H10 yang diajukan tidak diterima atau tidak signifikan. . Selain itu, hasil koefisien jalur sebesar 0,913 berada di atas syarat minimum 0,05, menunjukkan bahwa H10 ditolak atau tidak diterima. Hal ini sesuai dengan hasil yang ditemukan oleh Thaker et al (2019) yang menunjukkan bahwa pengaruh sosial berpengaruh negatif dengan nilai koefisien jalur sebesar -0,078, menunjukkan bahwa pengaruh sosial tidak berpengaruh atau tidak penting dalam mempengaruhi kecenderungan seseorang untuk menggunakan mobile banking syariah.

Hasil ini berbeda yang ditemukan oleh Dewayanti A, Kusiyanti A,.Herlambang A.D.(2018) mencatat bahwa Ketertarikan seseorang dalam memanfaatkan layanan BRI mobile dapat dipengaruhi oleh faktor sosial. Sehingga dapat disimpulkan bahwa lingkungan sekitar termasuk teman, keluarga, dan pengalaman pengguna layanan juga mempengaruhi minat untuk menggunakan layanan BRImo.

Akibatnya, dalam penelitian ini diklaim bahwa pengaruh sosial tidak diterima dan tidak signifikan. Ini karena tujuan pribadi memiliki dampak terbesar, pengaruh masyarakat tidak ada hubungannya dengan tujuan. Keputusan untuk menggunakan mobile banking ini dibuat karena alasan pribadi, sehingga tidak dapat digeneralisasikan. Oleh karena itu, H10 dalam penyelidikan ini dapat dikatakan tidak diterima atau ditolak.

D. Kontribusi Mobile Banking Bagi Perekonomian

Salah satu ekologi ekonomi adalah sektor perbankan. Namun demikian, seiring dengan berkembangnya industri perbankan, hal tersebut turut membantu memajukan perekonomian. Salah satu ekologi ekonomi adalah sektor perbankan. Namun demikian, dengan berkembangnya industri perbankan dan banyaknya layanan perbankan yang ditawarkan oleh bank-bank yang memperhatikan pasar keuangan, telah membantu kemajuan perekonomian Indonesia. Akibatnya, saluran iklan bank digunakan oleh semakin banyak orang untuk mendidik mereka tentang dunia perbankan. Ada beberapa opsi yang dapat membantu dan mempermudah masalah keuangan, mulai dari mobile banking hingga layanan seperti pembiayaan dan lainnya. Diharapkan unsur-unsur selain bank, seperti lembaga keuangan, dapat berfungsi dengan baik dan saling berkoordinasi untuk meningkatkan taraf perekonomian Indonesia. Dengan fondasi yang kokoh, dapat dikatakan bahwa bukan tidak mungkin keuangan akan mampu menopang perekonomian bangsa di masa mendatang dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yang terus berkembang dan lebih maju.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berikut ini dapat ditarik kesimpulan dari temuan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti tentang Analisis Variabel Penggunaan Layanan Mobile Banking Secara Berkelanjutan di Indonesia:

1. Hasil penelitian ini, behavioral intention (BI) berpengaruh signifikan terhadap Use Behavior pada mobile banking. Ini mungkin karena niat atau niat perilaku nasabah merupakan faktor penting dalam adopsi atau penggunaan teknologi yang sebenarnya.
2. Penelitian ini menemukan bahwa habit (HB) berpengaruh signifikan terhadap Behavior Intention untuk mengadopsi mobile banking. Ini karena tingkat kebiasaan pengguna yang menyebabkan penggguna semakin memahami, sehingga penggunaan mengarah pada niat dan pada akhirnya penggunaan.
3. Pada penelitian ini menghasilkan bahwa Hedonic Motivation (HM) berpengaruh secara signifikan terhadap Behavioural Intention, dikarenakan setiap individu memiliki motivasi kesenangan sendiri terhadap menggunakan suatu teknologi.
4. Berdasarkan temuan penelitian ini, kebiasaan (HB) secara signifikan mempengaruhi cara nasabah menggunakan mobile banking. Hal ini menunjukkan bahwa tumbuhnya niat perilaku terhadap mobile banking secara signifikan dipengaruhi oleh kebiasaan (habits).
5. Penelitian ini menemukan bahwa religiusitas (RE) berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku mengadopsi mobile banking. Hal ini dikarenakan kesadaran pengguna akan pilihan dalam penggunaannya, memperhatikan unsur nilai-nilai Islam yang terkandung di dalamnya.
6. Ditemukan dalam penelitian ini bahwa kondisi fasilitasi (FC) tidak memiliki dampak yang berarti pada perilaku penggunaan mobile banking. Hal ini

dimungkinkan karena ada kondisi yang menguntungkan, seperti bantuan teknis, persyaratan infrastruktur yang memadai, dan kebutuhan akan layanan ahli, yang belum tentu berdampak pada adopsi karena salah satu syaratnya adalah tidak semua transaksi harus dilakukan. dilakukan secara digital.

7. Penelitian ini menyimpulkan bahwa facilitating conditions (FC) tidak berpengaruh signifikan terhadap Behavior Intention Menurut temuan penelitian, kondisi fasilitasi (FC) memiliki pengaruh yang kecil terhadap niat perilaku untuk menggunakan mobile banking. Ini karena keterbatasan layanan dalam menangani permintaan pengguna.
8. Menurut temuan studi tersebut, Performance Expectancy (PE) tidak memiliki pengaruh yang jelas terhadap niat perilaku individu untuk menggunakan mobile banking. Tidak butuh waktu lama bagi rata-rata pengguna untuk mencapai kriteria kinerja yang dirasakan karena mereka masih relatif muda dan berstatus pelajar.
9. Penelitian ini menemukan bahwa Niat Perilaku Menggunakan Mobile Banking tidak berpengaruh signifikan terhadap Effort Expectancy (EE). Hal ini dikarenakan mayoritas penggunanya berada pada rentang usia produktif yaitu antara usia 17 hingga 25 tahun, dimana mereka memiliki kemampuan pemahaman yang tinggi dan mudah dipelajari sehingga lebih mudah untuk digunakan.
10. Studi ini menunjukkan bahwa niat untuk mengadopsi aktivitas mobile banking tidak dipengaruhi secara signifikan oleh pengaruh sosial (SI). karena tidak efektif karena keinginan untuk mengadopsi merupakan cerminan dari individu dan tidak dapat digeneralisasikan.

B. Saran

1. Bagi Penyedia Aplikasi Mobile Banking

   Kajian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan aplikasi mobile banking agar menghadirkan layanan dan fitur yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan dapat diandalkan sebagai pilihan terbaik di masa mendatang. agar mobile banking dapat terus membantu pengguna dan mempertahankan dirinya baik di masa kini maupun masa depan. Kebijakan merger diberlakukan dengan cara yang sama, memaksa pemasok aplikasi untuk berkonsentrasi menciptakan aplikasi yang lebih baik dan terus menjaga kualitasnya, salah satunya memastikan keamanan data informasi klien dari penipuan. akan lebih dipercaya.

2. Peneliti Selanjutnya

   Dalam mencari sumber informasi sebaiknya lebih mengeksplorasi sejauh dan seluas mungkin sambil mencari sumber informasi untuk memaksimalkan informasi yang Anda temukan. Selain itu, peneliti menawarkan definisi yang lebih spesifik untuk memperoleh sumber yang lebih akurat, dan jika memungkinkan dapat menggunakan pendekatan wawancara langsung untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan benar. Peneliti kemudian ingin memperluas dan meningkatkan model UTAUT2 untuk mengungkap sudut pandang segar dan signifikan pada topik yang sedang dibahas.

DAFTAR PUSTAKA

Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).

Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Algharabat, R. (2018). Examining factors influencing Jordanian customers' intentions and adoption of internet banking: Extending UTAUT2 with risk. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *40*(October 2017), 125–138. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.08.026

Andrianto, A. (2018). (2018). *Faktor Yang Memengaruhi Behavior Intention Untuk Penggunaan Aplikasi Dompet Digital*. 111–122. https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i2.2412

Ari, D. P. S. (2013). Pengaruh Technology Acceptance Model Dan Pengembangannya Dalam Perilaku Menggunakan Core Banking System. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, *17*(2), 267–278.

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

Arya Pering, I. M. A. (2020). Kajian Analisis Jalur Dengan Structural Equation Modeling (Sem) Smart-Pls 3.0. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, *3*(2), 28–48. https://doi.org/10.47532/jis.v3i2.177

Christalisana, C. (2018). Pengaruh Pengalaman Dan Karakter Sumber Daya Manusia Konsultan Manajemen Konstruksi Terhadap Kualitas Pekerjaan Pada Proyek Di Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Fondasi*, *7*(1), 87–98. https://doi.org/10.36055/jft.v7i1.3305

Christiono, D. I., & Brahmana, R. K. M. R. (2018). Analisis Pengaruh Performance Expeciancy Terhadap Behavior Intention pada Online Marketplace. *Agora*, *6*(2), 1–6.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, *13*(3), 319–339. https://doi.org/10.2307/249008

Delvia, S. (2019). Mengulas Tolong Menolong Dalam Perspektif Islam. *PPKn Dan Hukum*, *14*(2), 113.

Digital, S. J. F. S. : I. (2019). *Pengguna Internet dan Digital Banking Melonjak Karena Faktor Ini*. Bareksa.Com. https://www.bareksa.com/berita/berita-ekonomi-terkini/2019-01-26/pengguna-internet-dan-digital-banking-melonjak-karena-faktor-ini

Hadi, S., & Novi, N. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, *5*(1), 55. https://doi.org/10.12928/optimum.v5i1.7840

Hafiz A & Mulkan 2020. (2020). MANAJEMEN STRATEGI LAYANAN MOBILE BANKING Prodi Manajemen Dakwah , Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi , UIN Syarif Hidayatullah , Jakarta * Email : abdul.hafiz18@uinjkt.ac.id Prodi Manajemen Dakwah , Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi , UIN Sy. *Abdul Hafiz & Mulkan*, *8*(Analisis SWOT, Proses dan Prosedur Layanan Mobile Banking), 5.

Hardani, Nur Hikmatul Auliyah, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, D. J. S. & R. R. I. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kualitatif. In *Repository.Uinsu.Ac.Id* (Issue April).

Hendarsyah, D. 2012. (2012). KEAMANAN LAYANAN INTERNET BANKING DALAM TRANSAKSI PERBANKAN. *KEAMANAN LAYANAN INTERNET BANKING DALAM TRANSAKSI PERBANKAN Decky Hendarsyah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Syari'ah Bengkalis Email: Deckydb@gmail.Com*, *21*(1), 1–9. http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203

Irwan, Adam, K., Adam, K., Pada, D., Matematika, J., Sains, F., & Teknlogi, D. (2015). METODE PARTIAL LEAST SQUARE (PLS) DAN TERAPANNYA (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kab. Bone). *Teknosains*, *9*(1), 53–68.

Johar, R. S., & Suhartanto, D. (2019). The Adoption of Online Internet Banking in Islamic Banking Industry. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, *662*(3). https://doi.org/10.1088/1757-899X/662/3/032032

Lestari, D. (2016). Determinan Minat Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, *4*.

Louis Loudevik Marciano1, Marchellino Julian Chandra2, V. I. (2022). *ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY) TERHADAP MINAT BELI*. *8*(2), 80–91. https://doi.org/10.9744/jmhot.8.2.80

Mahande, R. D., & Jasruddin. (2018). UTAUT Model: Suatu Pendekatan Evaluasi Penerimaan E-Learning pada Program Pascasarjana. *Jurnal Iqtisaduna*, *1*(1), 1.

Mikalef, P., Giannakos, M., & Pateli, A. (2013). Shopping and word-of-mouth intentions on social media. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce*

Research, *8*(1), 17–34. https://doi.org/10.4067/S0718-18762013000100003

Otoritas Jasa Keuangan. (2018). POJK Nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum. *Ojk RI*, *I*, 1–55.

Putra, E. A. (2015). Anak Berkesulitan Belajar di Sekolah Dasar Se-Kelurahan Kalumbuk Padang. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Khusus*, *1*(3), 71–76. http://103.216.87.80/index.php/jupekhu/article/viewFile/6065/4707

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

Saputra, D., Adiputra, I., Gharnaditya, D., Budiman, P. C., & Diana, V. (2020). Factors influencing behavioral intention in purchasing groceries through E-commerce XYZ's virtual store. *Proceedings of 2020 International Conference on Information Management and Technology, ICIMTech 2020*, *August*, 81–86. https://doi.org/10.1109/ICIMTech50083.2020.9211278

Sedana, I. G. N., & Wijaya, S. W. (2012). Penerapan Model Utaut Untuk Memahami Penerimaan Dan Penggunaan Learning Management System Studi Kasus: Experential E-Learning of Sanata Dharma University. *Jurnal Sistem Informasi*, *5*(2), 114. https://doi.org/10.21609/jsi.v5i2.271

Sicillia, M., & Yazid, A. (2020). Analisis Dampak Digital Banking Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Sebuah Bank Swasta. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, *3*(2), 79. https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4520

Siqueira, M. S. S., Nascimento, P. O., & Freire, A. P. (2022). Reporting Behaviour of People with Disabilities in relation to the Lack of Accessibility on Government Websites: Analysis in the light of the Theory of Planned Behaviour. *Disability, CBR and Inclusive Development*, *33*(1), 52–68. https://doi.org/10.47985/dcidj.475

Soegesty, N. B., Fahmi, I., & Novianti, T. (2020). Kajian Faktor Yang Memengaruhi Adopsi Sistem Pijaman Peer To Peer Lending. *Jurnal Manajemen Teknologi*, *19*(1), 59–79. https://doi.org/10.12695/jmt.2020.19.1.4

Sriyana, J. dan M. M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat. *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN FINTECH SYARIAH*, *5*(1), 47–63.

Sugiharto, B., Umiyati, I., Sholihah, N. N., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Subang, S. (2021). Application of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut) Model To the Intention To Using Mobile Banking Service. *Accounting Research Journal of Sutaatmadja (ACCRUALS*, *05*, 137–138.

Thaker, M. A. Bin, Allah Pitchay, A. Bin, Mohd Thas Thaker, H. Bin, & Amin, M. F. Bin. (2019). Factors influencing consumers' adoption of Islamic mobile banking

services in Malaysia: An approach of partial least squares (PLS). *Journal of Islamic Marketing*, *10*(4), 1037–1056. https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2018-0065

Van Der Heijden, H. (2004). Van der Heijden/Hedonic Information Systems v iiicir c i Iv research n?te User Acceptance of Hedonic information systems1. *Source: MIS Quarterly*, *28*(4), 695–704.

Venkatesh, Viswanath, (2003). (2003). Human Acceptance of Information Technology. In *User acceptance of information technology: Toward a unified view. MIS Quarterly, 425-478.* (Vol. 27, Issue 3, pp. 425–478). CRC Press. https://doi.org/10.1201/9780849375477.ch230

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, *46*(2), 186–204. https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926

Viswanath Venkatesh, J. Y. L. T. and X. X. (2012). 350mW G-band medium power amplifier fabricated through a new method of 3D-copper additive manufacturing. *"Consumer Acceptance and Use of Information Technology:. MIS Quarterly, Vol. 36 No. 1,.*, *36*(1), 157–178. https://doi.org/10.1109/MWSYM.2015.7167037

Wibowo, B. S., & Tambotoh, J. J. C. (2015). Analisis Pemanfaatan Teknologi Informasi Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model 3 Pada Aplikasi Data Pokok Pendidikan Dasar. *Semnasteknomedia Online*, *3*(1), 55. https://www.m-culture.go.th/mculture_th/download/king9/Glossary_about_HM_King_Bhumibol_Adulyadej's_Funeral.pdf

Widyarini, L. A. (2005). 15.219936-Analisis-Niat-Perilaku-Menggunakan-Inter.Pdf. In *widya Manajemen & Akuntansi* (Vol. 5, pp. 101–123).

Wilfan, A. F., & Martini, E. (2021). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Linkaja Berdasarkan Model Teori Utaut2 (unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology2). *EProceedings …*, *8*(6), 7729–7741. https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16895%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16895/16612

LAMPIRAN

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

A. Pengantar

Bapak, Ibu, Saudara/i yang terhormat,

بركاته و الله رحمة و عليكم السلام

Perkenalkan, Kami Mahasiswa Aktif Program Studi S1 Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Saat ini kami sedang melakukan penelitian dengan topik :

"Analisis Minat Konsumen Muslim Mengunakan Mobile Banking"

Mobile banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau smartphone. Layanan mobile banking dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah. Kami memohon ketersediaan Bapak, Ibu, Saudara/i untuk meluangkan waktu sekitar 5-8 menit untuk mengisi kuesioner penelitian. Semua data dan informasi yang Bapak, Ibu, Saudara/i isi bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ini.

Segala bentuk pertanyaan, kritik, dan saran terhadap penelitian ini dapat disampaikan melalui email 19313085@students.uii.ac.id atau 19313170@students.uii.ac.id.

Kami ucapkan terima kasih atas perhatian dan ketersediaan Bapak. Ibu, Saudara/i dalam berpartisipasi pada penelitian ini.

وَبَرَكَاتُهُ اللهِ وَرَحْمَةُ عَلَيْكُمْ وَالسَّلاَمُ

Hormat Kami

B. Intruksi Penelitian

Berilah jawaban pertanyaan dengan memilih pada kolom yang tersedia sesuai dengan kondisi yang Anda alami saat ini. Dengan ketentuan :

a. Pilihlah pada salah satu kolom jawaban yang tersedia mulai dari angka 1 s/d 5 untuk setiap item pertanyaan yang disediakan sesuai dengan pendapat Anda.

b. Apabila Anda setuju dengan peryataan yang diajukan dalam kuesioner, maka berikan tanda pada angka yang menunjukan nilai yang semakin tinggi disebelah kanan. Semakin mendekati angka 5 maka Anda semakin setuju atau semakin mengetahui dengan pernyataan yang ada dalam kuesioner.

c. Apabila Anda tidak setuju dengan peryataan yang diajukan dalam kuesioner, maka berikan tanda pada angka yang menunjukan nilai yang semakin rendah disebalah kiri. Semakin mendekati angka 1 maka Anda semakintidak setuju atau semakin tidak mengetahui dengan pernyataan yang ada dalam kuesioner.

Terima Kasih.

C. Data Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki – Laki
   Perempuan

3. Status Pernikahan :
   - Menikah
   - Belum Menikah

4. Umur :
   - Dibawah 17 Tahun
   - 17-25 Tahun
   - 26-35 Tahun
   - 36-45 Tahun
   - 46-55 Tahun
   - Diatas 55 Tahun

5. Pendidikan Terakhir :
   - Lulusan SMA sederajat
   - Lulusan Sarjana (S1)
   - Lulusan Master (S2)
   - Lulusan Doktor (S3)

6. Pengeluaran Perbulan :
   - kurang dari Rp 1.000.000
   - Rp 1.001.000 – Rp 5.000.000
   - Rp 5.001.000 – Rp 10.000.000
   - Rp 10.001.000 – Rp 15.000.000
   - Rp 15.001.000 – Rp 20.000.000
   - Rp 20.001.000 – Rp 25.000.000
   - Lebih dari Rp 25.000.000

7. Berapa rata-rata transaksi melalui mobile banking dalam 1 bulan :
   - Kurang dari Rp 1.000.000
   - Rp 1.000.100 – Rp 2.500.000
   - Rp 2.501.000 – Rp 5.000.000
   - Rp 5.001.000 – Rp 7.500.0000
   - Rp 7.501.000 – Rp 10.000.000

		Rp 10.001.000 – Rp12.500.000
		Rp 12.501.000 – Rp15.000.000
		Lebih dari Rp 15.000.000

8.	Lama menggunakan aplikasi mobile banking	:	Kurang dari 1 tahun
			1-2 tahun
			3-4 Tahun
			5-6 Tahun
			lebih dari 6 Tahun
9.	Mobile banking yang digunakan	:	Bank Syariah
			Bank Konvensional
			Bank Syariah dan Konvensional
10.	Asal daerah	:	Jawa Barat
			Jawa Tengah
			Jawa Timur
			DKI Jakarta
			DI Yogyakarta

D. Pertanyaan kuesioner

1. Effort Expectancy (EE)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN RESPONDEN				
		STS	TS	N	S	SS
1	Mobile banking sangatlah mudah untuk digunakan					
2	Mobile banking memiliki manfaat meningkatkan kinerja dibanyak kegiatan dan keperluan					
3	Tidak memerlukan keahlian dan mudah bagi saya untuk belajar menggunakan mobile banking					
4	Mudah bagi saya untuk mengembangkan keterampilan menggunakan mobile banking					

2. Faciliting Condition (FC)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN RESPONDEN				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk menggunakan mobile banking					
2	Saya selalu bisa mendapatkan bantuan ketika menemukan kesulitan menggunakan yang berurusan dengan mobile banking					
3	Saya memiliki pengalaman yang cukup untuk menggunakan mobile banking dengan nyaman					

4	Saya bisa mendapatkan bantuan dari orang lain ketika saya mengalami kesulitan menggunakan mobile banking					

3. Performance Expectancy (PE)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN RESPONDEN				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa mobile banking berguna dalam kehidupan saya sehari-hari					
2	Menggunakan mobile banking memungkinkan saya untuk melakukan keuangan saya transaksi lebih cepat					
3	Menggunakan mobile banking meningkatkan produktivitas saya secara keseluruhan					
4	Menggunakan mobile banking meningkatkan kinerja saya di banyak kegiatan					
5	Mobile banking akan memberi saya kemudahan yang lebih besar					

4. Social Influence

5. Religiosity (RE)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN RESPONDEN				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya selalu berusaha menjalankan transaksi ekonomi/bisnis sesuai dengan ajaran Islam					
2	Saya selalu berusaha menghindari praktek transaksi ekonomi/bisnis yang tidak sesuai dengan Islam					

NO	PERNYATAAN	JAWABAN RESPONDEN				
		STS	TS	N	S	SS
1	Rekan-rekan dan teman dekat saya mendukung saya menggunakan mobile banking					
2	Kebanyakan orang yang saya kagumi dan saya pengaruhi menggunakan mobile banking					
3	Orang-orang yang penting bagi saya dapat membantu saya dalam penggunaan mobile banking					
4	Menggunakan mobile banking membuat saya terlihat cerdas dan modern					
5	Tempat saya bekerja/belajar mendukung saya mengunakan mobile Banking					

3	Saya selalu mencari informasi tentang hukum-hukum Islam tentang transaksi ekonomi/bisnis setiap saya punya masalah tentang transaksi ekonomi/bisnis					
4	Saya menyakini kegiatan ekonomi/bisnis yang saya lakukan dipertanggung jawabkan dihadapan Allah SWT					
5	Saya menyakini bahwa kegiatan ekonomi/bisnis yang saya jalankan akan memperoleh keuntungan yang berlipat jika saya mampu menjalan ekonomi/bisnis sesuai dengan ajaran Islam					

6. Habit (HA)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN RESPONDEN				
		STS	TS	N	S	SS
1	Penggunaan aplikasi mobile banking sudah menjadi kebiasaan bagi saya.					
2	Saya ketagihan menggunakan aplikasi mobile banking					

NO	PERNYATAAN	JAWABAN RESPONDEN				
		STS	TS	N	S	SS
3	Menggunakan aplikasi mobile banking adalah sesuatu yang saya lakukan secara spontan					
4	Menggunakan aplikasi mobile banking adalah bagian dari rutinitas harian saya.					

7. Hedonic Motivation (HM)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN RESPONDEN				
		STS	TS	N	S	SS
1	Menggunakan aplikasi mobile banking itu menyenangkan					
2	Menggunakan aplikasi mobile banking itu sangat menghibur					
3	Menggunakan aplikasi mobile banking itu membuat saya merasa berharga					
4	Menggunakan aplikasi mobile banking itu membuat saya merasa modern					

8. Behavior Intention (BI)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN RESPONDEN				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya akan selalu mencoba menggunakan aplikasi mobile banking untuk kegiatan sehari-hari					
2	Saya bermaksud untuk terus menggunakan aplikasi mobile banking untuk melakukan kegiatan sehari-hari					
3	Saya berniat untuk tetap menggunakan aplikasi mobile banking walaupun belum tentu semua menu yang disajikan sesuai dengan pilihan saya.					
4	Saya berencana menggunakan aplikasi mobile banking untuk aktivitas bulan depan					
5	Saya bermaksud menggunakan aplikasi mobile banking untuk kegiatan di masa depan					

9. Use Behavior (UB)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN RESPONDEN				
		STS	TS	N	S	SS
1	Penggunaan aplikasi mobile banking saya terus meningkat					
2	Saya menggunakan aplikasi mobile banking lebih dari aplikasi yang lain					
3	Saya selalu mengupdate aplikasi mobile banking dengan versi terbaru					
4	Saya akan merekomendasi pengunaan aplikasi mobile banking kepada orang lain					

Lampiran 2

Tabulasi Data Penelitian

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5
5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5
5	5	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3
4	5	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5
5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4
3	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4
5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4
5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5
3	3	3	4	4	2	3	3	4	5	4	3	4
4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	3	4	5	3	5	4	5	5	5	5	4
5	5	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5
4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	2	2	3
4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4
5	5	5	5	3	3	4	3	5	5	3	3	4

5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3	5
4	5	2	3	4	3	3	3	4	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5
5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
5	5	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	4	3	3	5	3	3	4
5	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	4	4	5
4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	3	3	4	5	4	4	5	5	3	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5
4	4	3	4	3	4	3	5	5	4	3	3	4

5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5
5	5	5	5	4	3	4	4	5	5	4	5	5
5	5	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4
5	5	4	4	3	4	3	4	5	5	4	4	5
5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5
5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	3	3	4
5	5	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5
4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5
5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	3	4	4	3	4	3	4	5	3	4	4
5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	4
3	4	5	5	5	4	5	5	4	5	3	3	4
4	4	5	3	4	3	4	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	4	5	3	4	3	5	5	5	5	5
5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	3	5	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4
4	5	2	5	5	4	5	3	5	5	3	3	5
5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	4	5	5	3	4	2	4	5	5	3	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	3	5	3	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
4	5	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	4
5	4	5	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	3	3	3	4	3	5	3	3	4
4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	3	4
4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5
5	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	5
5	4	5	4	4	4	4	3	2	5	3	2	4
4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	3	5	4	4	5	5	5	4	5	3
5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5

4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	5	4	3	5	4	4	4	5
5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4
4	3	3	3	4	5	5	5	2	4	5	3	5
5	5	4	5	4	4	2	5	5	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3
5	5	5	4	3	3	4	5	4	5	3	3	4
5	5	5	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3
4	3	3	3	4	3	2	4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	3	5	5

5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5
4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5
5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	5	5	1	5	5	4	3	5
4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	3	4	4
5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	3	4	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5	4	3	5	5	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5

5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5
4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4
4	3	5	4	5	4	3	5	3	4	4	3	5
5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5
5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
4	4	3	3	2	2	3	3	4	5	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	3	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5
5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	2	2	3	3	3	3	3	3	2	4	1
2	2	2	2	1	2	2	3	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4
5	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	3	3	5
3	4	4	3	4	3	4	4	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4
5	5	4	4	3	5	4	5	5	5	5	3	4
5	4	3	3	4	3	4	5	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	4	5	1	5	5	5	5	5

4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4
5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4
5	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	4	4
4	5	4	3	4	4	3	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3
5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4
5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5
4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4
5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Keterangan : (X1.1 – X1.4) Effort Expectancy

(X2.1 – X2.4) Facilitating Condition

(X3.1 – X3.5) Performance Expectancy

X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	X6.1	X6.2	X6.3	X6.4
5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4
4	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	3	3
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3
5	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4
5	4	5	5	5	5	3	3	5	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	2	4	3	2	2	3	3	3	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4
3	2	4	2	2	5	4	3	3	3	3	1	3	2
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	5	4	4

5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1
4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2
4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3
4	5	5	4	4	5	5	2	5	4	3	4	4	2
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4
3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5
3	5	4	5	3	3	3	3	4	3	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	3	5	3	4	4	4	4	5	5	3	3	3	4
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	1	4	1
5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
5	4	4	2	3	4	4	3	5	5	4	4	3	3
3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	2
5	5	3	5	5	5	5	2	5	5	5	2	3	4
5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	4	4	4	4
3	1	3	1	5	3	4	3	5	3	5	3	2	3

5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
4	3	3	3	4	4	4	3	5	4	3	3	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5
4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4
5	4	5	5	5	4	3	2	3	3	5	4	3	4
4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
5	3	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4	4
3	2	2	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
4	5	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3
5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4
4	5	5	4	4	3	5	3	4	3	1	3	4	4
3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	3	4	4	3
4	3	4	3	4	4	5	4	5	4	5	3	3	3
4	4	3	5	4	3	4	2	5	5	2	1	1	2
4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	3	2
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	3	5	5	5	4	5	3	5	5	5	3	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	3	2	4	2	3	5	5	3	5	1	1	1
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	1	4	5	5	1	1	3	3	3	5	3	2	3
5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	2	3	3	4	4	5	3	4	5	3	1	2	1
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	3	4	4	4	3	3	3	4	2	2	2
3	2	2	3	2	4	4	3	5	4	5	2	4	3
4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	3	4	3
5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5
5	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	2
5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5	5
4	4	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5
4	3	4	4	5	4	5	3	5	5	3	3	4	3
4	3	4	3	3	3	4	3	2	4	4	2	4	3
3	3	3	3	3	5	5	3	5	5	2	3	2	2
3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	2	2	2	2
3	4	3	4	4	3	5	4	5	5	3	4	4	3
3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2	2	2	2
5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	3
5	2	4	3	3	4	4	3	4	4	2	3	3	2
4	2	2	4	4	5	5	5	5	5	3	3	3	2
4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4

5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5
5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	3	2	2
4	3	4	1	2	5	4	4	4	5	4	4	3	4
4	2	4	4	5	4	3	3	5	5	5	5	5	4
3	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	5	3	4
3	3	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3	3
4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	4	4	4	5	3	4	4	3	3	3	3
5	5	5	4	5	4	4	3	5	5	5	3	5	3
5	4	3	2	3	5	5	4	5	5	5	3	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3
5	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4	3	3	5	4	4	3	3	3
3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	2	3	3	3	4	5	3	4	3	4	2	3	3
5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3

4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	1	2	2	1
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	4	1
4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4
5	5	5	4	5	5	3	2	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4
4	4	4	3	5	3	3	4	3	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	2	2	2	2
4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3
5	5	5	5	5	1	3	3	4	4	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	3	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	3	5	5	4	5	2	5	4	5	4	4	4
4	5	4	4	5	4	4	3	5	4	5	5	5	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	2	4	5	4	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4
1	2	1	3	5	2	2	2	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4

3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5
5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	3	3	3
4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5
3	3	3	4	4	4	5	3	4	5	2	2	2	2
4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2
2	3	2	5	4	3	5	3	4	3	4	4	3	4
4	4	5	2	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4
5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3
3	4	3	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	2	3	4	5	4	5	5	3	2	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	2	5	5	3	4	5	4	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	4	3	3	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5
2	3	3	4	2	3	3	2	4	1	1	1	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	3	3	4	3
5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	3	2	3
4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3
5	4	4	3	3	4	4	3	5	5	3	4	5	4
4	3	3	5	4	3	2	3	4	5	4	4	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	2	3	3
3	3	4	4	4	5	5	4	5	5	3	3	2	2

5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	3	3	4	3
5	4	5	5	2	4	3	4	3	4	4	4	3	5
5	3	4	4	3	2	2	2	5	5	5	4	3	3
5	4	4	5	4	3	5	2	3	5	5	2	5	4
3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	3	2	4	1
3	4	3	4	3	5	5	4	4	4	3	3	3	3
5	3	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	3
4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3
3	3	3	3	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4
3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5
3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	3	2	2	4	3	4	5	5	5

5	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**
4	**3**	**4**	**4**	**4**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**
4	**4**	**4**	**4**	**4**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**

Keterangan : (X4.1 – X4.5) Social Influence

(X5.1 – X5.5) Religiosity

(X6.1 – X6.4) Habit

X7.1	X7.2	X7.3	X7.4	X8.1	X8.2	X8.3	X8.4	X8.5	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3
5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4
4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
4	3	4	5	4	3	3	4	5	2	1	4	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	2	2	2	2	4	3	3	2	2	4	3
5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4
5	4	4	5	5	4	5	4	5	3	3	3	5
2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	3	5	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4
4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5
2	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	3	2	3	2	2	2	3	4	3	2	2	3

5	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
5	5	4	5	3	3	5	3	3	3	3	5	5
5	3	3	5	2	3	3	3	3	2	2	2	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
4	3	3	4	4	4	4	4	5	3	3	5	4
5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	3	3	4	4	4	1	4	5	5	2	3	3
5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	5	5
3	3	3	5	3	3	3	5	5	3	1	4	5
5	4	4	4	5	5	3	5	5	5	2	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	2	2	3	4	4	2	3	3	3	1	2	3
3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4
4	3	2	3	3	3	4	3	3	1	1	1	1
3	2	3	5	3	5	5	5	5	3	1	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4
5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	2	4	5
5	3	3	1	4	4	4	4	5	3	1	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
5	5	3	5	5	5	3	4	5	5	3	4	5
5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	3	5	5	5	4	3	5	4	2	2	5
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3
5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4
5	3	3	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3
5	3	3	5	4	3	4	5	5	4	3	3	4
3	3	4	3	4	5	3	4	5	4	3	4	5
4	4	4	5	3	3	4	5	5	4	4	5	4

4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3
4	4	3	3	3	4	4	5	5	4	3	5	3
2	2	1	3	2	1	2	1	1	1	2	1	2
4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	2	3	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4
5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	1	5	3	3	3	3	3	3	5	3	3
5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	2	3	2	1	2	3	3	3	5	2	3	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	3
3	3	2	4	3	4	2	2	3	4	1	5	4
5	4	4	4	3	4	3	4	4	5	2	5	3
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4
2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	5	4	5	5	5	5	5	1	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5
3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	2	3	3
4	2	2	5	2	3	3	3	3	4	4	3	2
4	2	2	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4
3	3	3	3	2	2	2	3	4	3	2	2	2
4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	3	3	3
3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	4	3	2
4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	3	5	4
4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3

4	3	3	5	4	4	4	3	5	4	1	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4
5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	5	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3
4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	5	5
3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	5	5	3	4	4	5	4	4	5	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4
5	5	3	4	5	3	4	4	3	5	3	4	5
4	2	4	4	5	5	4	5	5	5	2	5	4
5	5	3	5	5	4	3	4	4	5	4	3	4
3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	4	4
5	3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	2	1	3	2	2	2	3	3	3	1	5	4
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	2	2	3	4	4	3	3	4	4	3	5	4
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
5	3	3	4	4	4	3	5	4	3	3	3	4
3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	2	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4
3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4
5	3	3	3	5	3	2	4	4	3	2	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2
3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4
5	5	5	5	3	2	2	4	3	1	1	1	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	3	2	3	5	5	5	5	5	5	1	5	5
4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
3	4	3	2	3	4	3	3	4	3	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	4	3
4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4
5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	3	3	4
5	4	5	5	5	4	4	3	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5
5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	4	3	5	5	4	4	3	4
5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	3	3	4	4	4	4	5	4	2	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4
3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	4	4	4	5	5	3	1	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	3	4
4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5
3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	3	3	2	3	4	4	2	4	3
5	5	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	3
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
3	3	2	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3
4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	1	1	2	2	2	2	3	3	2	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	5	3	4	5	5	4	3	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	5	4	4	3	4	4	5	4	3	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	2	1	2	3	2	2	3	1	1	2	2
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4

4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2
3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	2	4
4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3
3	2	4	5	3	4	3	4	5	5	5	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	2	2	3	3	3	3	3	4	4	1	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4
4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	5
5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	3	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	1	1	4	2	2	2	1	3	2	1	2	2
3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	3	4	4	4	4	3	3	4	5
5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	1	5	4
3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	1	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	5	4	3	4	5	5	5	2	3	4
5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4
5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5
5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Keterangan : (X7.1 – X7.4) Hedonic Motivation

(X8.1 – X8.5) Behavior Intention

(Y.1 – Y.4) Use Behavior

Lampiran 3

Hasil Analsis Data

A. Hasil Analisis Pengukuran Model

Uji Individual Item Realibility

Indikator	RE	EE	FC	HB	HM	PE	SI	UB	BI
EE		0,835							
EE		0,846							
EE		0,819							
EE		0,82							
FC			0,815						
FC			0,838						
FC			0,855						
FC			0,727						
PE						0,819			
PE						0,694			
PE						0,860			
PE						0,848			
PE						0,822			
SI							0,761		
SI							0,821		
SI							0,847		
SI							0,775		
SI							0,756		
RE	0,860								
RE	0,809								
RE	0,797								
RE	0,815								
RE	0,834								
HB				0,823					
HB				0,913					
HB				0,886					
HB				0,923					
HM					0,849				
HM					0,846				
HM					0,887				
HM					0,812				
BI									0,901
BI									0,916
BI									0,888
BI									0,906
BI									0,878
UB								0,876	
UB								0,779	
UB								0,863	
UB								0,862	

Uji Internal Consistency Realibility

Variabel	Composite Reliability
Religiosity	0,913
Effort Expectancy	0,899
Faciliting Condition	0,884
Habit	0,937
Hedonic motivation	0,912
Performance Expectancy	0,905
Sosial Influence	0,894
Use behavior	0,909
behavior intention	0,954

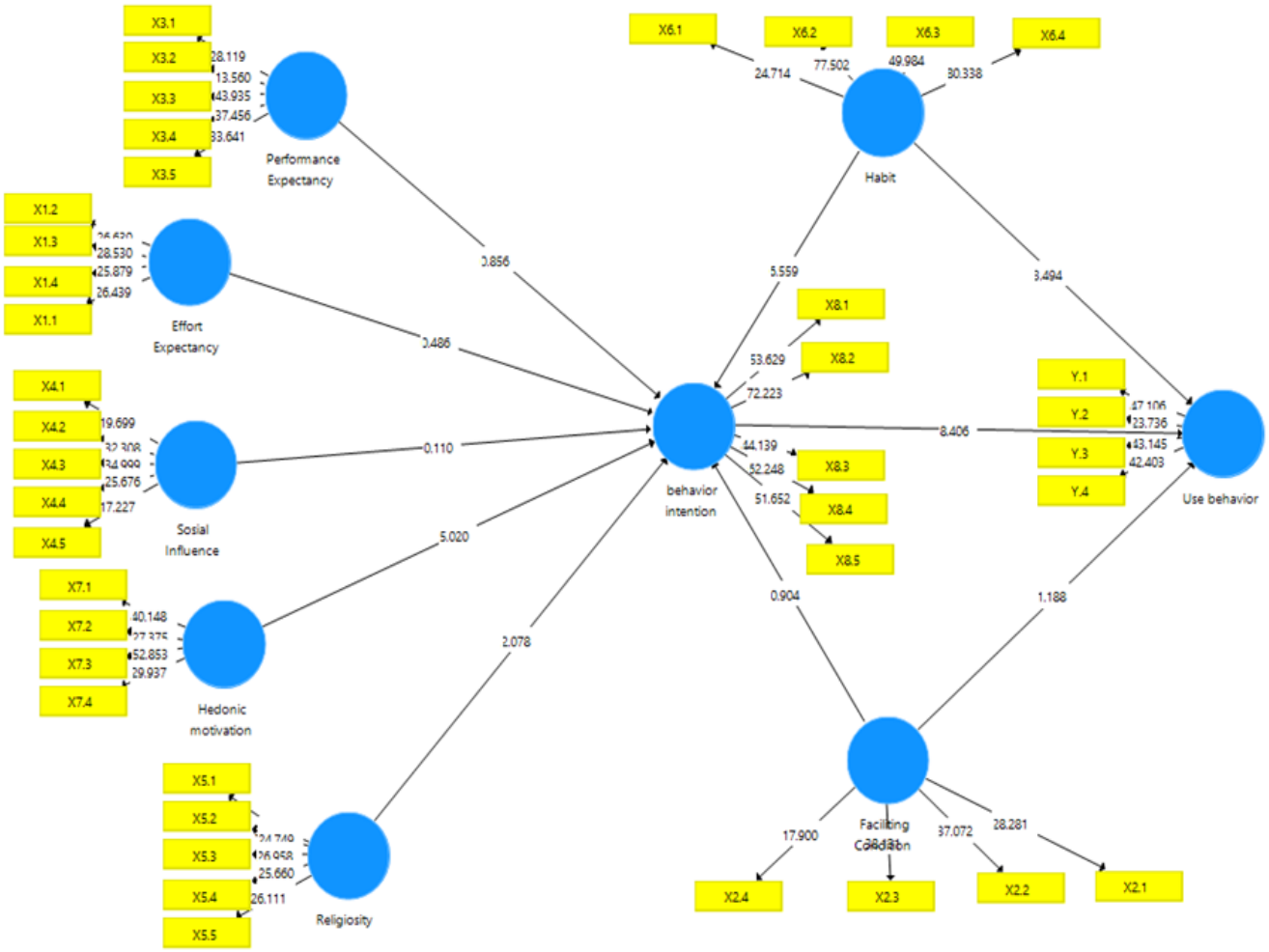
Uji Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Religiosity	0,678
Effort Expectancy	0,690
Faciliting Condition	0,656
Habit	0,787
Hedonic motivation	0,721
Performance Expectancy	0,658
Sosial Influence	0,629
Use behavior	0,716
behavior intention	0,806

Hasil Uji Discriminant Validity

Disscriminat Validity	RE	EE	FC	HB	HM	PE	SI	UB	BI
EE	0,355	**0,835**	0,493	0,436	0,370	0,527	0,370	0,390	0,422
EE	0,373	**0,846**	0,535	0,451	0,358	0,634	0,413	0,402	0,420
EE	0,345	**0,819**	0,556	0,363	0,291	0,489	0,472	0,360	0,444
EE	0,332	**0,820**	0,621	0,453	0,389	0,527	0,432	0,437	0,434
FC	0,346	0,581	**0,815**	0,408	0,400	0,561	0,460	0,369	0,401
FC	0,380	0,554	**0,838**	0,424	0,433	0,558	0,547	0,467	0,501
FC	0,360	0,593	**0,855**	0,505	0,426	0,622	0,548	0,456	0,475
FC	0,336	0,424	**0,727**	0,314	0,411	0,427	0,429	0,405	0,430
PE	0,380	0,547	0,520	0,526	0,377	**0,819**	0,531	0,419	0,470
PE	0,371	0,478	0,515	0,287	0,254	**0,694**	0,429	0,273	0,314
PE	0,445	0,547	0,549	0,562	0,494	**0,860**	0,591	0,540	0,574
PE	0,386	0,511	0,572	0,572	0,511	**0,848**	0,552	0,564	0,585
PE	0,425	0,586	0,579	0,474	0,384	**0,822**	0,530	0,443	0,473
SI	0,408	0,472	0,503	0,398	0,373	0,581	**0,761**	0,340	0,370
SI	0,386	0,339	0,450	0,466	0,500	0,478	**0,821**	0,467	0,484
SI	0,427	0,392	0,508	0,487	0,547	0,532	**0,847**	0,471	0,520
SI	0,403	0,360	0,439	0,435	0,546	0,459	**0,775**	0,365	0,490
SI	0,427	0,477	0,552	0,432	0,477	0,566	**0,756**	0,383	0,480
RE	**0,860**	0,329	0,343	0,428	0,427	0,359	0,444	0,482	0,468
RE	**0,809**	0,300	0,257	0,283	0,312	0,256	0,358	0,289	0,343
RE	**0,797**	0,309	0,334	0,481	0,447	0,380	0,411	0,506	0,513
RE	**0,815**	0,348	0,428	0,398	0,348	0,492	0,416	0,411	0,454
RE	**0,834**	0,453	0,431	0,448	0,353	0,516	0,486	0,451	0,434
HB	0,440	0,521	0,510	**0,823**	0,555	0,624	0,512	0,635	0,675
HB	0,440	0,436	0,433	**0,913**	0,686	0,541	0,481	0,755	0,786
HB	0,505	0,422	0,422	**0,886**	0,647	0,488	0,516	0,673	0,727
HB	0,412	0,448	0,461	**0,923**	0,656	0,538	0,492	0,732	0,753
HM	0,449	0,421	0,472	0,687	**0,849**	0,514	0,574	0,623	0,682
HM	0,358	0,278	0,418	0,560	**0,846**	0,332	0,481	0,590	0,630
HM	0,380	0,311	0,439	0,640	**0,887**	0,417	0,490	0,650	0,697
HM	0,391	0,431	0,422	0,546	**0,812**	0,484	0,575	0,560	0,620
BI	0,474	0,470	0,533	0,788	0,717	0,597	0,532	0,774	**0,901**
BI	0,471	0,427	0,450	0,785	0,680	0,548	0,520	0,805	**0,916**
BI	0,483	0,448	0,513	0,721	0,700	0,509	0,505	0,767	**0,888**
BI	0,500	0,499	0,526	0,721	0,720	0,543	0,546	0,762	**0,906**
BI	0,525	0,484	0,499	0,708	0,664	0,556	0,581	0,730	**0,878**
UB	0,492	0,426	0,441	0,705	0,630	0,501	0,476	**0,876**	0,770
UB	0,266	0,251	0,337	0,604	0,561	0,358	0,319	**0,779**	0,600
UB	0,501	0,430	0,537	0,668	0,548	0,486	0,399	**0,863**	0,721
UB	0,508	0,486	0,458	0,689	0,674	0,567	0,527	**0,862**	0,787

Gambar Hasil Analisis Outer Model



B. Hasil Analisis Sturktur Model

Path Coefficient

variabel	P Values
behavior intention -> Use behavior	0,000
Habit -> behavior intention	0,000
Hedonic motivation -> behavior intention	0,000
Habit -> Use behavior	0,001
Religiosity -> behavior intention	0,038
Faciliting Condition -> Use behavior	0,235
Faciliting Condition -> behavior intention	0,366
Performance Expectancy -> behavior intention	0,392
Effort Expectancy -> behavior intention	0,627
Sosial Influence -> behavior intention	0,913

Hasil Uji Coefficient of Determination (R^2)

Variabel	R Square
Behavioural Intention	0,774
Use Behavioural	0,754

Hasil Uji T – test

Variabel	T Statistics / T test
behavior intention -> Use behavior	8,406
Habit -> behavior intention	6,559
Hedonic motivation -> behavior intention	5,020
Habit -> Use behavior	3,494
Religiosity -> behavior intention	2,078
Variabel	**T Statistics / T test**
Faciliting Condition -> Use behavior	1,188
Faciliting Condition -> behavior intention	0,904
Performance Expectancy -> behavior intention	0,856
Effort Expectancy -> behavior intention	0,110
Sosial Influence -> behavior intention	0,486

Hasil Uji Effect Size (f^2)

hipotesis	F^2			
jalur	R- In	R - Ex	$\sum F^2$	Keterangan
Faciliting Condition -> behavior intention	0,774	0,006	0,768	besar
Performance Expectancy -> behavior intention	0,774	0,005	0,724	besar
Effort Expectancy -> behavior intention	0,774	0,001	0,773	besar
Sosial Influence -> behavior intention	0,774	0	0,774	besar
Habit -> behavior intention	0,774	0,387	0,387	besar
Hedonic motivation -> behavior intention	0,774	0,186	0,588	besar
Religiosity -> behavior intention	0,774	0,025	0,749	besar
Faciliting Condition -> Use behavior	0,754	0,008	0,746	besar
Habit -> Use behavior	0,754	0,076	0,678	besar
behavior intention -> Use behavior	0,754	0,448	0,306	besar

Hasil Uji Predictive Relavance

	SSO	SSE	Q^2(=1-SSE/SSO)
Religiosity	1.190.000	1.190.000	0
Effort Expectancy	952.000	952.000	0
Faciliting Condition	952.000	952.000	0
Habit	952.000	952.000	0
Hedonic motivation	952.000	952.000	0
Performance Expectancy	1.190.000	1.190.000	0
Sosial Influence	1.190.000	1.190.000	0
Use behavior	952.000	448.090	0,529
behavior intention	119.000	458.810	0,614

Hasil uji model fit

	Model Saturated	Model Estimasi
SRMR	0,066	**0,066**
d_ULS	3,58	3,6
d_G	1,406	1,416
Chi-Square	1870,124	1876,421
NFI	0,769	0,768

rms Theta	0,134

Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Pertanyaan Hipotesis	P Values	Keterangan
H1	**behavior intention -> Use behavior**	**0,000**	Diterima
H2	**Habit -> behavior intention**	**0,000**	Diterima
H3	**Hedonic motivation -> behavior intention**	**0,000**	Diterima
H4	**Habit -> Use behavior**	**0,001**	Diterima
H5	**Religiosity -> behavior intention**	**0,038**	Diterima
H6	**Faciliting Condition -> Use behavior**	**0,235**	Ditolak
H7	**Faciliting Condition -> behavior intention**	**0,366**	Ditolak
H8	**Performance Expectancy -> behavior intention**	**0,392**	Ditolak
H9	**Effort Expectancy -> behavior intention**	**0,627**	Ditolak
H10	**Sosial Influence -> behavior intention**	**0,913**	Ditolak

BIOGRAFI PENULIS

Syobri Tri Rahmansyah lahir di Gresik, pada tanggal 09 Mei 1999 adalah merupakan seorang mahasiswa di Universitas Islam Indonesia dengan program studi Ekonomi Pembangunan sejak 2019. Sebelum menjadi mahasiswa di Universitas Islam Indonesia penulis menempuh Pendidikan di SDN 2 Sidokumpul Gresik,dan melanjutkan SMP hingga SMA di Pondok Modern Darussalam Gontor Ponorogo . Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara. Saat ini penulis tinggal di Jln.pahlawan gang 05 RT 01 RW 02 Gresik, Jawa Timur Tepatnya dekat dengan ziarah Makam Sunan Maulana Malik Ibrahim. Penulis dapat dihubungi melalui nomer telephone 081235775613 atau alamat surel 19313085@students.uii.ac.