

## **PENGARUH PENERIMAAN TEKNOLOGI DENGAN METODE UTAUT TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DI BSI TANGERANG**

**Muhammad Nurul Alim**

STAI Asy-Syukriyyah Tangerang  
[nurul.alim@asy-syukriyyah.ac.id](mailto:nurul.alim@asy-syukriyyah.ac.id)

**Wahyu Hidayat**

STAI Asy-Syukriyyah Tangerang  
[wahyu.hidayat@asy-syukriyyah.ac.id](mailto:wahyu.hidayat@asy-syukriyyah.ac.id)

**Risqi Amalia**

STAI Asy-Syukriyyah Tangerang  
[risqiamalia2000@gmail.com](mailto:risqiamalia2000@gmail.com)

**Abstract:** *The purpose of this study is to determine the effect of UTAUT factors, i.e. four independent variables, namely: Performance Expectations (X1), Business Expectations (X2), Social Influence (X3), and Facilitating Conditions, and the dependent variable is Interest (Y) partially and simultaneously. The populations are BSI customers in Tangerang with a sample size of 110 respondents. This study applies quantitative research methods. The analysis used in this study is the measurement model test (outer model) and the structural model test (inner model). This study uses the SmartPLS 3.0. The results indicate that Performance Expectations, Social Influence, and Facilitating Conditions partially have positive effects on customer interest in using mbanking services, while Effort Expectation has a negative and insignificant effect on Customer Interest in using mbanking services. Further, all independent variables simultaneously affect the dependent variable. This study is expected to be useful for academic scholars and banking practitioners.*

**Keywords:** *UTAUT, Mobile Banking, and Interest*

### **PENDAHULUAN**

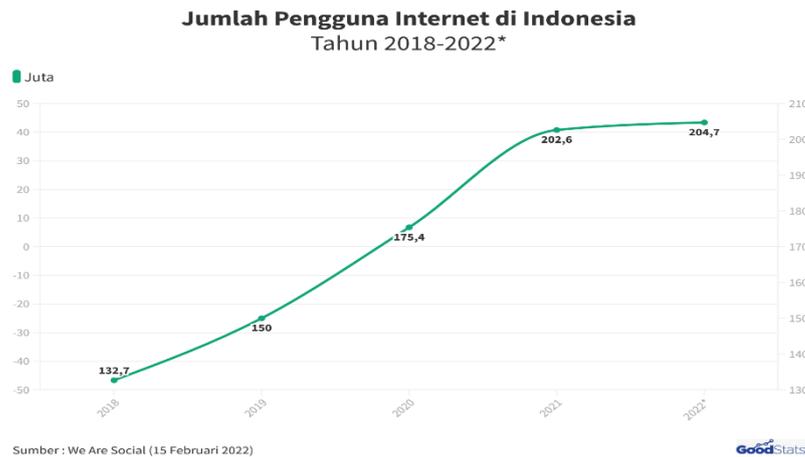
Perkembangan teknologi semakin berkembang sehingga mendorong dunia bisnis untuk lebih maju dan berkembang dan internet menjadi media bertransaksi jual beli dan bertukar informasi. Era digital 4.0 telah membawa perubahan signifikan dalam gaya kehidupan masyarakat di segala sisi kehidupan mencakup pendidikan, komunikasi, sosial, ekonomi, dan lainnya<sup>1</sup>. Data BPS dari hasil Survei Susenas tahun 2020 menunjukkan 53,73 % populasi Indonesia telah menggunakan internet. Tingginya pengguna internet memperlihatkan adanya keterbukaan dan penerimaan masyarakat terhadap perkembangan teknologi menuju perubahan masyarakat menjadi lebih informatif. Penggunaan internet tidak terlepas dari perkembangan

---

<sup>1</sup> Alim et al., "Literasi Peran Fintech Dan Bisnis Digital Syariah Untuk Penguatan Ekonomi Umat: Literacy on the Role of Fintech and Sharia Digital Business for the Ummah's Economy," 80.

telepon seluler. Di tahun 2020 tercatat 90,75% rumah tangga Indonesia memiliki satu nomor telepon seluler. Menurut laporan hasil survey dari We Are Social tercatat ada sebanyak 204,7 pengguna internet di Indonesia pada awal tahun 2022.

**Gambar 1. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2018-2022**



Sumber : Goodstat.id (2022)

Berdasarkan hasil tersebut, jumlah pengguna internet di Indonesia pada Januari 2021 tercatat sebanyak 202,6 juta dengan kenaikan persentase sebesar 1,03%. Bahkan, penggunaan internet di Indonesia meningkat dalam lima tahun terakhir yang mana terjadi lonjakan persentase sebesar 54,25%. Hal ini dilihat dari penggunaan internet pada tahun 2018 sebesar 132,7 juta pengguna.<sup>2</sup> Karena tingginya pengguna smartphone dan internet kegiatan perbankan dialihkan ke layanan mobile yang dapat diakses secara langsung di smartphone seperti cek saldo, transfer dana, pembayaran tagihan, dan sebagainya. Teknologi QRIS (*Quick response code Indonesia standard*) termasuk dalam layanan *mobile banking* yang dapat mempercepat pembayaran<sup>3</sup>.

Bank Syariah Indonesia dibentuk pada tanggal 1 Februari 2021 dengan bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah yang menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan tersebut menghadirkan layanan yang lebih lengkap,

<sup>2</sup><https://goodstats.id/article/menngulik-perkembangan-penggunaan-smartphone-di-indonesia-sT2LA#>: (diakses pada 19 Januari 2022, pukul 3:30)

<sup>3</sup> Hamzah Muchtar et al., "Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) E-Payment Adoption: Customers Perspective," 13.

jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang baik. BSI menyediakan layanan *mobile banking* dengan data nasabah pengguna *mobile banking* sebagai berikut:4

**Tabel 1. Jumlah Nasabah & Pengguna Mobile Banking**

No.	Keterangan	Nasabah	Mobile Banking
1.	Bank Syariah Indonesia	15,5 Juta Nasabah	2,7 Juta Nasabah
2.	BSI di Tangerang	406.968 Nasabah	73.254 Nasabah

Sumber: BPS Tangerang

Pada masa pandemi Covid-19, sejak Maret 2020- Juli 2021 perkembangan transaksi BSI mobile mengalami kemajuan yang pesat pada jumlah pengguna *mobile banking* 2,5 juta pengguna dengan perkembangan transaksi BSI mobile sebesar 46,4 juta transaksi/ naik hingga 97,4%. Peningkatan ini disebabkan hadirnya kebiasaan baru dari masyarakat Indonesia saat masa pandemi covid-19 serta aktivitas transaksi keuangan nasabah dalam berbelanja di e-commerce. Pertumbuhan *mobile banking* di Indonesia Per Juni 2022 yang dikutip pada [bankbsi.co.id](http://bankbsi.co.id), user pengguna BSI Mobile mencapai 4,07 Juta user naik sebesar 81% secara yoy. Jumlah pengguna yang semakin meningkat dipengaruhi oleh perubahan perilaku masyarakat yang mulai beralih ke e-channel BSI Mobile, ATM maupun Internet Banking. Saat ini profil nasabah Bank BSI sebanyak 97% telah beralih menggunakan e-channel. Transaksi kumulatif yang didapatkan BSI Mobile per Juni 2022 mencapai 117,72 Juta transaksi dan berkontribusi memberikan *fee based income* sebesar Rp 119 miliar. Sedangkan pada kuartal ketiga terjadi peningkatan jumlah pengguna BSI Mobile mencapai 4,44 juta pengguna atau naik sebesar 43% secara yoy. Jumlah pengguna yang semakin meningkat dipengaruhi oleh perubahan perilaku masyarakat yang semakin beralih ke e-channel BSI Mobile, ATM maupun Internet Banking. Transaksi kumulatif BSI Mobile per September 2022 mencapai 187,20 juta transaksi dan berkontribusi memberikan *fee based income* sebesar Rp173 miliar.<sup>5</sup> Loyalitas nasabah BSI yang menggunakan *mobile banking* dipengaruhi oleh citra merek, kualitas pelayanan, dan kepercayaan<sup>6</sup>.

<sup>4</sup> Junaedi and Neneng, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Pt. Bank Syariah Indonesia Di Tangerang," 15–16.

<sup>5</sup> <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/semester-i-2022-laba-bersih-bsi-naik-4131> (diakses pada 5 November 2022 pkl 22.00)

<sup>6</sup> Muchtar, Alim, and Nurjannah, "Analisa Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking Bank Syariah Indonesia," 100.

Meningkatnya penggunaan *mobile banking* dari data di atas menunjukkan minat masyarakat dalam menggunakan layanan digital yang diberikan oleh bank. Minat (*interest*) merupakan keadaan psikis yang menghasilkan reaksi secara terarah kepada sesuatu, situasi atau obyek tertentu yang menyenangkan dan memberikan kepuasan kepadanya. Jadi minat selalu diikuti oleh perasaan senang dan dari situ diperoleh kepuasan. Minat merupakan adanya rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruhnya. Sedangkan minat sebagai kecondongan untuk memilih atau melakukan sesuatu hal pada obyek tertentu di antara sejumlah obyek yang tersedia.<sup>7</sup>

Suatu teknologi informasi dapat dikatakan berhasil apabila diterima dengan baik oleh pengguna atau nasabah. Pengidentifikasi faktor penentu penerimaan teknologi informasi menjadi hal penting untuk pengembangan sistem informasi. Hal tersebut perlu dilakukan sehingga investasi yang tinggi terhadap fasilitas teknologi informasi tersebut bisa bermanfaat dan mampu memberikan nilai bagi konsumen maupun bagi perusahaan. Permasalahan ini mendorong peneliti untuk meneliti penerimaan teknologi informasi oleh pengguna dengan menggunakan metode Teori Terpadu Penerimaan dan Penggunaan Teknologi (*Unified Theory Of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*). Metode UTAUT menurut Venkatesh, Thong, & Su (2003) merupakan model yang dapat digunakan untuk memprediksi tingkat penerimaan dan penggunaan terhadap suatu teknologi.<sup>8</sup> Model UTAUT ini terdapat empat konstruk/variable yang memiliki peranan penting yaitu *performance expectancy* (harapan kinerja), *effort expectancy* (ekspektasi usaha), *social influence* (pengaruh sosial), dan *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi). *Performance Expectancy* merupakan tingkat manfaat atau keuntungan yang didapatkan oleh konsumen/nasabah dalam menggunakan teknologi untuk melaksanakan kegiatan sehari-hari mereka. *Effort Expectancy* diartikan sebagai tingkat upaya atau usaha yang terkait dengan penggunaan sistem atau teknologi oleh pengguna. *Social influence* dapat diartikan sudah sejauh mana seorang individu merasa bahwa penting untuk orang lain untuk percaya bahwa mereka harus menggunakan sistem atau teknologi tertentu. Dan *facilitating conditions* merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa sumber daya dan dukungan organisasi serta infrastruktur teknis tersedia untuk mendukung penggunaan sistem.

---

<sup>7</sup> Sudarsana, "Pembinaan Minat Baca," 1.6.

<sup>8</sup> Deameta, "Prediksi Intensi Perilaku Terhadap Penggunaan Mobile Banking Menggunakan The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology, Trust, Dan Network Externalities," 206.

Penelitian terdahulu berkenaan dengan penggunaan *mobile banking* dan minat masyarakat yaitu penelitian oleh Atik Afifah (2021) menunjukkan bahwa harapan kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat nasabah menggunakan digital banking, tetapi kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh terhadap nasabah menggunakan digital banking<sup>9</sup>. Penelitian oleh Mohammad Santosa Mulyo Diningrat, dkk (2019) memaparkan hasil BNI *mobile banking* sudah memenuhi kebutuhan, dilihat dari harapan usaha dan harapan kinerja. Namun, pengaruh sosial kurang berpengaruh karena rekening bersifat individu dan jarang ada orang dengan rekening yang sama dalam komunitas tertentu.<sup>10</sup> Penelitian Naufal Shadiq (2021) menunjukkan hasil yaitu variabel harapan kinerja, harapan usaha, dan kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan masyarakat dalam menggunakan teknologi *mobile banking*<sup>11</sup>. Penelitian oleh Rauzatul Jannah (2019) di PT Bank Mandiri Syariah Cabang Banda Aceh dengan hasil menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam penggunaan digital banking dengan menggunakan model UTAUT adalah *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, akan tetapi *facilitating conditions* tidak berpengaruh signifikan terhadap *digital banking*. Secara simultan, faktor-faktor tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nasabah.<sup>12</sup> Penelitian oleh Bambang Sugiharto, dkk (2021) menunjukkan bahwa *performance expectations*, *effort expectations*, and *social influence* berpengaruh positif terhadap niat dalam menggunakan *mobile banking*, hasil pengujian secara parsial maupun simultan<sup>13</sup>. Penelitian oleh Shinta dan Septi (2021) menunjukkan bahwa perilaku saat menggunakan teknologi, efikasi diri, kegelisahan, dan perilaku saat menggunakan sistem berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* pada masa pandemi, sedangkan harapan kinerja, harapan upaya, pengaruh sosial, dan kondisi memfasilitasi tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* pada masa pandemi.<sup>14</sup>

---

<sup>9</sup> Atik, "Determinan Minat Nasabah Menggunakan Digital Banking Dengan Menggunakan Metode Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Bank Syariah Mandiri Cabang Belitang Tahun 2019-2020."

<sup>10</sup> Diningrat, W.a, and Henderi, "Evaluasi Penerimaan Aplikasi Mobile Banking BNI Terhadap Minat Nasabah Menggunakan UTAUT."

<sup>11</sup> Shadiq, "ANALISIS MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN TEKNOLOGI MOBILE BANKING PADA BANK SYARIAH DI INDONESIA."

<sup>12</sup> Rauzatul Jannah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Digital Banking Dengan Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) Pada PT Bank Mandiri Syariah Cabang Banda Aceh," 2019.

<sup>13</sup> Sugiharto, Umiyati, and Sholihah, "Application Of Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (Utaut) Model To The Intention To Using Mobile Banking Service," November 22, 2021.

<sup>14</sup> Sari and Cristiana, "Penerapan Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Pada Masa Pandemi Berbasis Data Google Trends."

Penelitian ini dibatasi pada objek yaitu masyarakat nasabah BSI pengguna *mobile banking* di Tangerang. Variabel yang digunakan yaitu (1) Harapan Kinerja (*performance Expectancy*), (2) Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*), (3) Pengaruh Sosial (*Social Influence*) dan (4) Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*) sebagai variabel independen dan variabel Minat sebagai variabel dependen. Rumusan masalah penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan. Novelty dari artikel ini yaitu pada pembatasan objek pada nasabah BSI pengguna *mobile banking* di Tangerang.

## **KAJIAN TEORI**

*Mobile banking* merupakan salah satu produk yang ditawarkan oleh bank atau lembaga keuangan untuk melakukan transaksi keuangan dan non-keuangan menggunakan perangkat seluler.<sup>15</sup> *Mobile banking* adalah salah satu layanan yang menjadikan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau smartphone. Layanan *mobile banking* bisa digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia pada SIM (Subscriber Identity Module) Card, USSD (Unstructured Supplementary Service Data), atau bisa dengan aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah. *Mobile banking* memberikan kemudahan jika dibandingkan dengan SMS banking karena nasabah tidak perlu mengingat format pesan SMS yang akan dikirimkan ke bank dan juga nomor tujuan SMS banking. Manfaat teknologi *mobile banking* mengefisienkan waktu dan biaya yang dimiliki pengguna dengan melakukan layanan keuangan lainnya tanpa harus menghubungi *customer service* atau mendatangi teller di cabang bank tersebut. Untuk lembaga keuangan, adanya *mobile banking* ini memberikan manfaat tambahan bagi bank dan memungkinkan bank untuk melakukan penjualan produk dan layanan perbankan lainnya. Keunggulan *Mobile Banking* BSI yaitu Tarik Tunai tanpa kartu dan Menu Favorite sehingga nasabah tidak perlu memasukkan kembali akun-akun yang berulang kali digunakan untuk menu pembayaran seperti, PLN, Telepon, HP dan lain-lain.

Venkatesh dkk pada tahun 2003 mengembangkan model penerimaan teknologi baru yaitu UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) yang kemudian dipakai serta dikembangkan kembali oleh banyak peneliti hingga saat ini.<sup>16</sup> Model ini menggabungkan delapan teori penerimaan teknologi terkemuka menjadi satu teori. Kedelapan

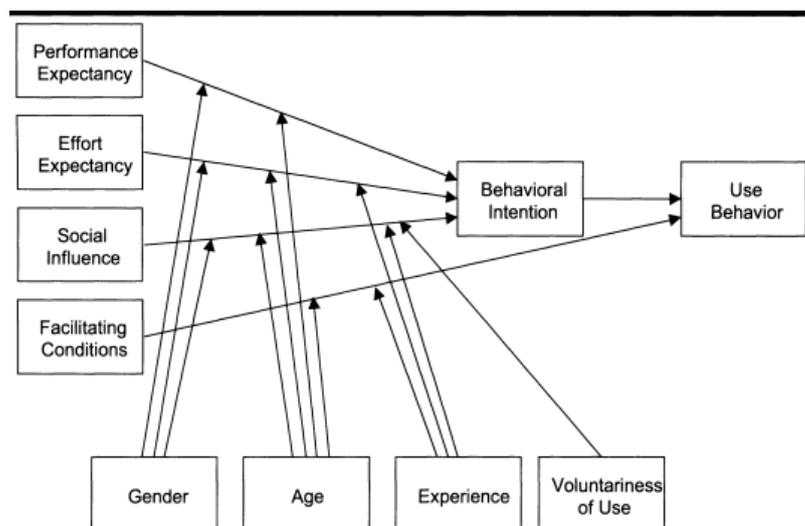
---

<sup>15</sup> Charissa Kezia Rahmawati and Bayu Arie Fianto, "Analisis Deskriptif Pada Dimensi Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah," 1119.

<sup>16</sup> Sugiharto, Umiyati, and Sholihah, "Application of Unified Theory Of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Model to the Intention to Using Mobile Banking Service," 140.

teori terkemuka tersebut yang disatukan dalam UTAUT yaitu *theory of reasoned action* (TRA), *the technology acceptance model* (TAM), *motivational models* (MM), *theory of planned behavior* (TPB), *combined TAM and TPC* (C-TAMTPB), *the model of the PC utilization* (MPCU), *innovation diffusion theory* (IDT), dan *social cognitive theory* (SCT). Model UTAUT ini terbukti berhasil dibandingkan kedelapan teori yang lain dalam menjelaskan hingga 70% varian pengguna. Setelah mengevaluasi kedelapan model tersebut, Venkates,dkk menemukan tujuh konstruk yang tampaknya menjadi penentu langsung utama dalam niat berperilaku atau perilaku penggunaan setidaknya pada beberapa model. Faktor/konstruk tersebut adalah *performance expectancy*, *effort expectancy*, *sosial influence*, *facilitating conditions*, *attitude toward using technology*, serta *self-efficacy*. Empat konstruk utama yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition*), ditemukan setelah dilakukan pengujian tambahan dari hasil penggabungan teori-teori tersebut. Konstruksi ini sangat penting sebagai penentu langsung niat berperilaku dan perilaku penggunaan. Sebagai prediktor langsung terhadap niat berperilaku, faktor lainnya tidak signifikan. Selain itu, ada empat moderator: jenis kelamin, usia, kesukarelaan, dan pengalaman. Keempat variabel ini ditempatkan untuk mengurangi pengaruh keempat komponen utama terhadap niat berperilaku dan perilaku penggunaan.

**Gambar 2. Model UTAUT**



Sumber: Venkatesh,dkk, 2003)

Keempat konstruk model teoritis UTAUT tersebut mempengaruhi minat perilaku ke penggunaan teknologi. Harapan kinerja fokus pada keyakinan individu bahwa teknologi yang

digunakan akan meningkatkan kinerja pekerjaan. faktor tersebut mempengaruhi perilaku minat terhadap teknologi.<sup>17</sup> Ekspektasi usaha berfokus pada bagaimana teknologi ini memberikan kenyamanan bagi pengguna. Pengaruh sosial berfokus pada persepsi individu terhadap seberapa banyak orang disekitarnya yang percaya akan pentingnya penggunaan teknologi ini. Dan kondisi yang memfasilitasi berfokus pada bagaimana konsumen percaya bahwa infrastruktur yang sudah ada memadai dan mendukung penggunaan teknologi.

*Performance Expectancy* (harapan kinerja) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan membantu mereka mencapai manfaat dalam pekerjaan.<sup>18</sup> Ekspektasi Usaha menitikberatkan kemudahan pada penggunaan teknologi baru.<sup>19</sup> Ekspektasi usaha diartikan sebagai level kemudahan penggunaan sistem yang mampu mengurangi upaya (tenaga dan waktu) individu melakukan pekerjaannya<sup>20</sup>. Menurut Venkatesh, ada tiga konstruk yang diformulasikan dalam variabel *effort expectancy* yaitu persepsi kemudahan penggunaan dari model TAM, kompleksitas dari *model of PC Utilization* (MPCU) dan kemudahan penggunaan dari teori difusi inovasi (IDT).<sup>21</sup> Pengaruh Sosial didefinisikan yaitu sejauh mana seorang individu dipengaruhi oleh orang-orang yang menganggap penggunaan sistem itu penting. Dalam hal ini, pengaruh sosial merupakan faktor penentu terhadap tujuan perilaku dalam norma subyektif dalam TKA, TAM, TPB, faktor sosial dalam MPCU, serta citra dalam teori difusi inovasi (IDT) (Venkatesh, et al., 2003). Indikator variabel pengaruh social yaitu<sup>22</sup> (a) Norma subjektif (*Subjective Norm*) yaitu pandangan yang dimiliki seseorang terhadap individu lain yang akan mempengaruhi orang tersebut untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan,<sup>23</sup> (b) Faktor sosial (*Social factor*) yang merupakan persepsi seseorang bahwa banyak orang disekitarnya menganggap penggunaan sistem itu penting bagi dirinya, (c) *Image* (Status) yaitu merupakan lingkungan tertentu penggunaan teknologi informasi meningkatkan status atau citra seseorang seseorang dalam sistem social, (d) Kondisi yang Memfasilitas (*Facilitating Conditions*) yaitu

---

<sup>17</sup> Venkatesh et al., "User Acceptance of Information Technology," 425–78.

<sup>18</sup> Dadas and Rahanatha, "Penerapan Model Utaut Untuk Memahami Niat Menggunakan Search Engine Advertising Pada Pelaku Umkm Provinsi Bali," 7265.

<sup>19</sup> Venkatesh dkk., "User Acceptance of Information Technology," hal.450.

<sup>20</sup> Dzulhaida and Giri, "Analisis Minat Masyarakat Terhadap Penggunaan Layanan E-Money Di Indonesia Dengan Menggunakan Model Modifikasi Unified Theory Of Acceptance And Use Technology 2 (UTAUT 2)."

<sup>21</sup> Rauzatul Jannah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Digital Banking Dengan Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) Pada PT Bank Mandiri Syariah Cabang Banda Aceh," 2019, 29–30.

<sup>22</sup> Rauzatul Jannah, 30.

<sup>23</sup> Ajezen, *The Theory Of Planned Behavior* (Organization Behavior and Human Decision Processes,1991), hal.179.

tingkat di mana individu percaya bahwa penggunaan sistem dapat memfasilitasi infrastruktur organisasi dan teknis yang ada selama dalam menggunakan suatu teknologi.<sup>24</sup> Dari penjelasan ini, konsep Venkatesh diwujudkan oleh tiga susunan yang berbeda, yaitu: *perceived behavioral control* (TPB/DTPB, C-TAM-TPB), *facilitating conditions* (MPCU) dan *compability* (IDT).<sup>25</sup>

Keinginan seseorang dalam menggunakan teknologi informasi dengan tujuan yang diharapkan disebut dengan *behavioral intention* atau niat perilaku. Niat perilaku atau *behavioral intention* merupakan keinginan mendalam seseorang menggunakan teknologi informasi dengan tujuan yang dimaksud. Minat menggunakan sistem adalah niat pengguna tetap menggunakan sistem secara terus menerus dengan asumsi bahwa mereka memiliki akses sistem tersebut. Niat perilaku adalah suatu ukuran mengenai kekuatan tujuan seseorang untuk melakukan tindakan khusus (model TRA). Niat perilaku ditentukan oleh Sikap (*attitude*) seseorang dan Subjective Norm. Sikap (*attitude*) ialah perasaan positif atau negatif seseorang yang menetapkan tujuan dan target perilaku. Sedangkan subjective norm ialah persepsi manusia tentang opini public tentang harus dilakukan atau tidak suatu perilaku yang telah banyak dibicarakan.<sup>26</sup> Perilaku penggunaan (*use behavior*) dapat diartikan bahwa seberapa sering pengguna menggunakan teknologi informasi. Suatu teknologi informasi akan digunakan apabila pengguna memiliki minat menggunakan sistem informasi tersebut, dikarenakan keyakinan seseorang menggunakan sistem dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya.<sup>27</sup> Teori ini awalnya bernama TRA (*Theory of Reasoned Action*) yang kemudian dikembangkan oleh Icek Ajzen dan berganti menjadi TPB (*Theory of Planned Behavior*). Teori TPB yang dikembangkan oleh Ajzen menambahkan konstruk yang belum ada di TRA yaitu persepsi control perilaku (*perceived behavioral control*). TPB menyarankan bahwa selain sikap dan norma subjektif, kontrol perilaku yang direkomendasikan juga dipertimbangkan, terutama kemungkinan melakukan suatu tindakan seperti pada TRA yang sebenarnya, dengan faktor utama dalam TPB ialah niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Secara khusus TPB (*Theory of Planned Behavior*) menghubungkan keyakinan (*beliefs*) dengan *attitude* (sikap). Berdasarkan hal tersebut, individu akan mengevaluasi sikapnya terhadap suatu perilaku berdasarkan keyakinannya tentang aksesibilitasnya, dimana keyakinan merupakan

---

<sup>24</sup> Venkatesh et al., "User Acceptance of Information Technology," 453.

<sup>25</sup> Prassetio, "Penerapan model utaut dalam penerimaan nasabah menggunakan digital banking BNI Syariah dengan religiusitas sebagai variabel moderating (studi kasus)," 20.

<sup>26</sup> Shafly, "Penerapan Model Utaut2 Untuk Menjelaskan Behavioral Intention Dan Use Behavior Penggunaan Mobile Banking Di Kota Malang," 7.

<sup>27</sup> *Ibid.*, hal.8.

kemungkinan subjektif bahwa perilaku tersebut akan berdampak pada sesuatu yang pasti. Kemudian niat merupakan perkiraan individu tentang kemungkinan bahwa dia akan melakukan tindakan tertentu. Timbullah yang diharapkan atas sesuatu yang dilakukan merupakan model dari nilai harapan. Variabel ini menghubungkan antara keyakinan, sikap dan harapan. Ajzen, TPB (*theory of planned behavior*) mengemukakan bahwa niat (intensi) adalah fungsi dari dua faktor dasar yaitu sikap berperilaku (*attitude toward the behavior*) dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*)<sup>28</sup>.

Minat adalah keinginan atau dorongan dalam diri seseorang terhadap objek tertentu. Minat tersebut berkaitan dengan motivasi seseorang, sesuatu yang dipelajari, dan dapat berubah-ubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman serta mode yang sedang trend, bukan bawaan sejak lahir.<sup>29</sup> Minat merupakan hal yang berkaitan dengan perasaan senang atau suka seseorang terhadap suatu objek. Minat ialah suatu perasaan lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruhnya. Pada dasarnya minat merupakan penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, maka semakin besar minat.<sup>30</sup> Seseorang akan berminat menggunakan produk apabila individu tersebut menilai sesuatu yang bermanfaat untuk dirinya dan mendatangkan kepuasan. Salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong individu untuk mencapai tujuan.<sup>31</sup> Minat sebagai aspek psikologis tidak hanya membentuk perilaku seseorang dalam melakukan aktifitas yang membuat seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Sedangkan nasabah merupakan konsumen-konsumen sebagai pemodal dalam proses transaksi barang atau jasa.<sup>32</sup> Minat penggunaan sistem informasi merupakan “niat perilaku pengguna untuk menggunakan sistem informasi, sehingga menjadi kecondongan perilaku untuk terus menggunakan sistem informasi perpustakaan tersebut”. Minat penggunaan (*behavioral intention*) teknologi informasi sebagai derajat keinginan atau niat seseorang untuk menggunakan teknologi informasi secara terus menerus selama orang tersebut memiliki akses

---

<sup>28</sup> Atik, “Determinan Minat Nasabah Menggunakan Digital Banking Dengan Menggunakan Metode Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Bank Syariah Mandiri Cabang Belitang Tahun 2019-2020,” 34.

<sup>29</sup> Iriani, “MINAT NASABAH DALAM PENGGUNAAN MOBILE BANKING PADA NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI KOTA PALOPO,” 102.

<sup>30</sup> Wulandari, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam,” 16.

<sup>31</sup> Priestiani Putri Rahayu, “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Mahasiswa Di Yogyakarta),” 21.

<sup>32</sup> Wulandari, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam,” 16.

terhadap teknologi informasi.<sup>33</sup> Berdasarkan definisi di atas, peneliti mengambil kesimpulan bahwa minat merupakan rasa ketertarikan seseorang untuk menggunakan suatu produk/jasa sehingga dapat memberikan manfaat kepada penggunanya dalam menjalankan aktivitasnya.

Minat sebagai aspek psikologis tidak hanya membentuk perilaku seseorang dalam melakukan aktifitas yang membuat seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Selain itu, minat dapat diartikan sebagai keinginan. Sedangkan nasabah merupakan konsumen-konsumen sebagai pemodal dalam proses transaksi barang atau jasa. Adanya minat untuk melakukan suatu tindakan akan menentukan apakah kegiatan tersebut akhirnya akan dilakukan. Kegiatan yang dilakukan ini yang disebut dengan perilaku. Oleh karena itu, perilaku merupakan “minat atau niat” yang sudah direalisasikan dalam bentuk tingkah laku yang sudah terlihat. Dalam teori tindakan diuraikan bahwa minat atau kehendak dipengaruhi oleh sikap serta norma yang dihubungkan.<sup>34</sup> Sebagaimana dalam firman Allah SWT dalam Surat An-Najm ayat 39-40:<sup>35</sup>

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى . وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَى

Artinya : *Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya, dan bahwasanya usaha itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya).*

Kerangka pemikiran penelitian merupakan yang mendukung dalam penelitian ini. Kerangka pemikiran pada penelitian ini memiliki empat faktor penentu yang berperan sebagai variabel independen yaitu harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*) dan kondisi memfasilitasi (*facilitating condition*) yang terhubung pada menggunakan sistem (*use the system*) yang pada penelitian ini variabel dependennya adalah minat dalam penggunaan *mobile banking* BSI. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:

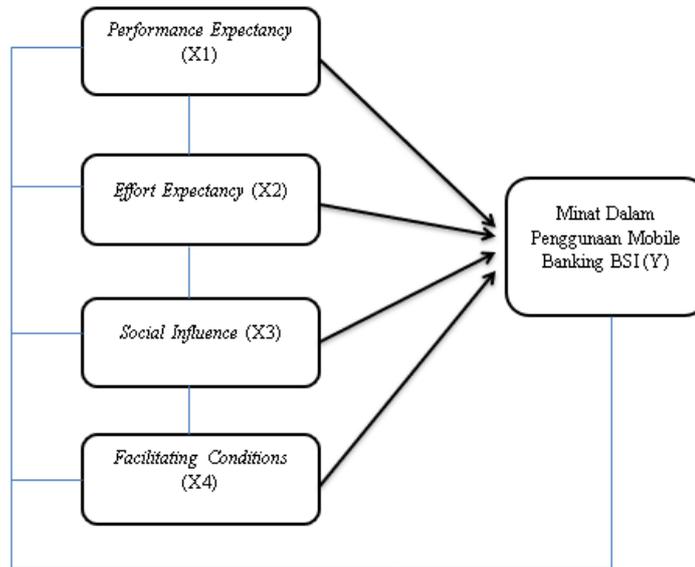
---

<sup>33</sup> Joan And Sitingjak, “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay,” 31.

<sup>34</sup> Wulandari, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam,” 17–18.

<sup>35</sup> BK, “Surat An Najm Ayat 39-42, Arab Latin, Arti, Tafsir dan Kandungan.”(diakses pada 30 Mei 2023,pukul 3:35)

**Gambar 3. Kerangka Pemikiran**



Sumber: Dibuat oleh Peneliti (2023)

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena penelitian ini memberikan gambaran tentang pengaruh dari harapan kinerja, exspetasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi terhadap minat menggunakan *mobile banking* BSI di kota Tangerang menggunakan metode model UTAUT. Populasi penelitian yaitu nasabah BSI yang menggunakan layanan *mobile banking*. Pengambilan sampel menggunakan pendekatan *non-probability sampling* karena peneliti memberikan peluang atau kesempatan yang tidak sama bagi setiap anggota populasi untuk dijadikan sampel. Penarikan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yang mana metode ini menggunakan kriteria yang sudah dipilih oleh peneliti dalam memilih sampel.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dijabarkan pengaruhnya dengan pendekatan deskriptif untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian. Data penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala pengukuran yaitu skala likert. Data kusioner selanjutnya diolah dengan pengelolaan data model adalah *Partial Least Square*, yaitu untuk menguji hipotesis-hipotesis dalam penelitian ini. Masing-masing hipotesis akan dianalisis menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0

### **PEMBAHASAN**

Berdasarkan pada perhitungan sampel dibutuhkan 100 responden untuk memenuhi hasil kuesioner dalam penelitian. Tetapi pada saat penyebaran hasil responden yang didapatkan ada sebanyak 110 responden dari nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI), yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan serta jumlah penghasilan. Profil responden

menunjukkan 53 orang atau 48,2% berjenis kelamin laki-laki dan 57 orang atau 51,8% berjenis kelamin perempuan. Dengan kata lain, responden perempuan lebih dominan.

**Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

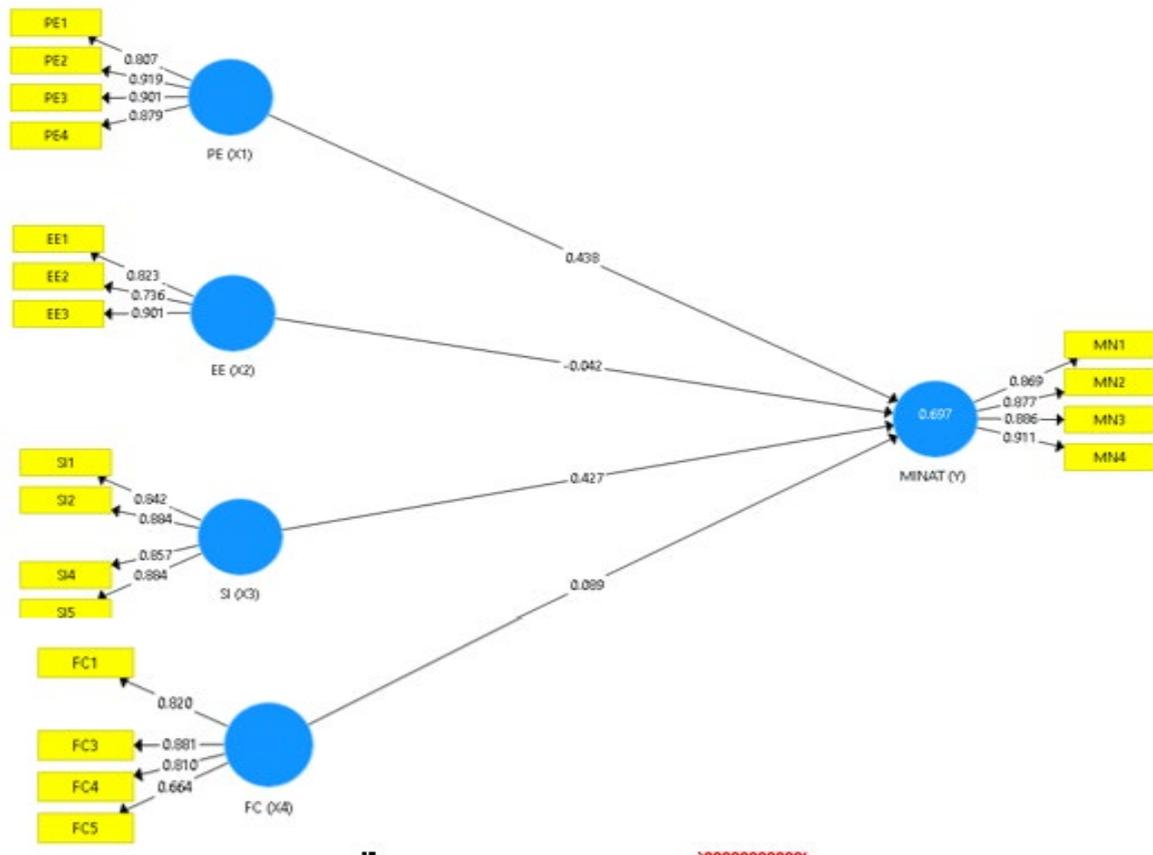
No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Laki-laki	53	48,2%
2.	Perempuan	57	51,8%
Jumlah		110	100%

*Sumber: Data primer diolah pada tahun 2023*

Hasil analisis pengukuran model/outer model dijelaskan secara spesifik pada hubungan antara variabel laten baik endogen ataupun eksogen (variabel bebas) dengan indikator/pengukuran dalam variabel yang ada. Pada pengujian model ini untuk mengetahui nilai pada analisis realibilitas dan validitas.<sup>36</sup> Pengujian *outer model* dilakukan pada 110 data yang telah terkumpul sebelumnya dan selanjutnya diolah untuk menguji hipotesis penelitian. Diketahui hasil uji *outer model* variabel Performance Expectancy (X1) memperoleh *outer loading* dengan rentang nilai 0,768 – 0,907; Effort Expectancy dengan rentang nilai *outer loading* 0,783 – 0,881; Social Influence dengan rentang nilai *outer loading* 0,805 – 0,865; serta variabel Facilitating Conditions dengan rentang nilai *outer loading* 0,730 – 0,896 dan Minat menggunakan dengan rentang nilai *outer loading* 0,818 – 0,899. Dari hasil ini diketahui bahwa nilai *outer loading* semua variabel sudah valid di atas >0,6. Tetapi, untuk kevalidan nilai pada uji *discriminant validity*, dengan demikian maka perlu dilakukan proses drop indikator yaitu indikator (PE5, EE4, EE5, SI3, FC2 dan MN5) dan cek data outlier dan lihat korelasi antar item. Pada semua variabel yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions* serta minat memiliki nilai loading factor  $\geq 0,50$  sehingga dapat disimpulkan bahwa memenuhi syarat *convergent validity* dan dinyatakan valid.

<sup>36</sup> Musyaffi, Khairunnisa, and Respati, Konsep Dasar Structural Equation Model- Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan SMARTPLS, 10.

**Gambar 3. Hasil Uji Outer Model Baru**



Sumber: Data primer diolah Sem-PLS 2023

**Hasil Analisis Uji Model Struktural (Inner Model)**

Estimasi koefisien jalur (path coefficients), hal ini adalah suatu nilai estimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural yang diperoleh dengan prosedur bootstrapping dengan nilai yang harus signifikan. Untuk pengujian hipotesis menggunakan nilai statistik untuk alpha 5% nilai t-statistik yang digunakan ialah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis adalah Ha diterima dan Ho ditolak Ketika t-statistik >1.96. Untuk menolak atau menerima hipotesis menggunakan probabilitas maka Ha diterima jika nilai p<0,05.

**Tabel 3. Path Coefficients**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV)	P Values
EE (X2) -> MINAT (Y)	-0.042	-0.021	0.072	0.587	0.557
FC (X4) -> MINAT (Y)	0.089	0.074	0.088	1.004	0.315

<b>PE (X1) -&gt; MINAT (Y)</b>	0.438	0.436	0.087	5.059	0.000
<b>SI (X3) -&gt; MINAT (Y)</b>	0.427	0.428	0.079	5.378	0.000

Sumber: Data diolah PLS,2023

Berdasarkan hasil pengujian ini dengan menggunakan SmartPLS 3.0. yang telah disajikan pada Tabel 3 dengan menggunakan tingkat signifikansi >1,96 pada kolom t statistik dan dengan tingkat signifikansi p value lebih kecil sama dengan dari 0,005 didapatkan hasil bahwa dari keempat variabel terdapat dua variabel dengan dengan nilai p value di bawah <0,005 yaitu variabel PE (X1) -> MINAT (Y) dan SI (X3) -> MINAT (Y) sehingga hasilnya adalah signifikan dan dua variabel lainnya dengan nilai p value di atas >0,005 yaitu variabel EE (X2) -> MINAT (Y) dan FC (X4) -> MINAT (Y) sehingga hasilnya adalah tidak signifikan.

**Tabel 4. Hasil Uji R Square**

	<b>R Square</b>	<b>R Square Adjusted</b>
<b>Minat (Y)</b>	0,697	0,685

Sumber: Data diolah PLS,2023

Hasil uji R Square menjelaskan besarnya varian variabel endogen yang dijelaskan oleh variabel eksogen/endogen. Berdasarkan Tabel 4, besar variasi variabel minat yang dijelaskan oleh *performance expectancy, effort expectancy, social influence* serta *facilitating conditions* adalah sebesar 0,697 atau 69,7% yang artinya variabel laten dependen dipengaruhi oleh variabel laten independen sebesar 69,7%, sementara sisanya yaitu 30,3% dipengaruhi oleh variabel di luar model penelitian.

**Tabel 5. Hasil Uji Q Square**

	<b>SSO</b>	<b>SSE</b>	<b>Q<sup>2</sup> (=1-SSE/SSO)</b>
<b>EE (X2)</b>	330.000	330.000	
<b>FC (X4)</b>	440.000	440.000	
<b>MINAT (Y)</b>	440.000	206.981	0,530
<b>PE (X1)</b>	440.000	440.000	
<b>SI (X3)</b>	440.000	440.000	

Sumber: Data diolah PLS,2023

Hasil uji Q Square menjelaskan seberapa baik variabel eksogen mampu memprediksi variabel endogen. Jika hasil dari uji Q Square lebih dari >0 maka variabel eksogen mampu memprediksi variabel endogen.<sup>37</sup> Berdasarkan Tabel 5, Q Square redundancy untuk minat yaitu (0,530) > 0 menunjukkan bahwa variabel yang mempengaruhi minat mempunyai *predictive relevance* terhadap minat. Setiap perubahan variasi variabel minat dapat diprediksi oleh

<sup>37</sup> YAMIN, *SMARTPLS 3, AMOS & STATA*, 27.

variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating conditions*.

### **Pengaruh *Performance Expectancy* Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mbanking***

Data penelitian mampu membuktikan hipotesis *performance expectancy* yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap nasabah dalam menggunakan layanan *mbanking*. Berdasarkan nilai coefficient path pada original sampel (O) pada Tabel 3 sebesar 0,438 dengan nilai t-statistik yaitu  $5.059 > 1,96$  t-tabel atau nilai p-value  $0.000 < 0,005$  sehingga dapat diketahui bahwa *Performance Expectancy* berpengaruh sebesar 43,8% terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* pada BSI secara signifikan. Artinya secara parsial variabel *performance expectancy* berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan teknologi *mobile banking*. Jadi dapat disimpulkan bahwa terbukti yaitu “*performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan BSI Mobile di Tangerang”.

### **Pengaruh *Effort Expectancy* Terhadap Minat Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking**

Hasil olah data membuktikan hipotesis *effort expectancy* yang berpengaruh negatif signifikan terhadap nasabah dalam menggunakan layanan *mbanking*. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji nilai coefficient path pada original sampel (O) pada Tabel 3 sebesar (-0,042) dengan nilai t-statistik yaitu  $0.587 < 1,96$  t-tabel atau nilai p-value  $0.557 > 0,005$ . Sehingga dapat diketahui bahwa *Effort Expectancy* berpengaruh sebesar -0,42% terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* pada BSI namun tidak signifikan. Artinya secara parsial variabel *effort expectancy* berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel minat menggunakan teknologi *mobile banking*. Jadi dapat disimpulkan bahwa “*effort expectancy* berpengaruh negatif signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI Mobile di Tangerang”.

### **Pengaruh *Social Influence* Terhadap Minat Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking**

Hasil olah data penelitian membuktikan hipotesis *social influence* yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap nasabah dalam menggunakan layanan *mbanking*. Berdasarkan nilai coefficient path pada original sampel (O) pada Tabel 3 sebesar 0,427 dengan nilai t-statistik yaitu  $5.378 > 1,96$  t-tabel atau nilai p-value  $0.000 < 0,005$ . Sehingga dapat diketahui bahwa *Social Influence* berpengaruh sebesar 42,7% terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* pada BSI secara signifikan. Artinya secara parsial variabel *social influence* berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan teknologi *mobile banking*. Jadi

dapat disimpulkan bahwa terbukti yaitu “*social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan BSI Mobile di Tangerang”.

### **Pengaruh *Facilitating Condition* Terhadap Minat Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking**

Hasil olah data SmartPLS 3.0 membuktikan hipotesis *facilitating condition* yang berpengaruh tidak signifikan terhadap nasabah dalam menggunakan layanan *mbanking*. Berdasarkan nilai coefficient path pada original sampel (O) pada Tabel 3 sebesar 0,089 dengan nilai t-statistik yaitu  $1.004 < 1,96$  t-tabel atau nilai p-value  $0.315 > 0,005$ . Sehingga dapat diketahui bahwa *Facilitating Condition* berpengaruh sebesar 0,89% terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* pada BSI namun tidak signifikan.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, secara parsial variabel *facilitating condition* berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel minat menggunakan teknologi *mobile banking*. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa pengguna/nasabah merasa kompatibilitas, kontrol perilaku yang dirasakan oleh pengguna serta kondisi fasilitas pada aplikasi tidak mempengaruhi minat menggunakan *mbanking* BSI. Hal ini dikarenakan bahwa aplikasi *mbanking* BSI belum mudah dijalankan pada semua sistem di handphone. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terbukti yaitu “*facilitating condition* berpengaruh tidak signifikan terhadap minat menggunakan layanan BSI Mobile di Tangerang”.

### **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari pengaruh faktor-faktor penerimaan teknologi dengan menggunakan model UTAUT yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan *mobile banking* BSI di Tangerang yaitu: (1) *Performance Expectancy* (harapan kinerja) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mbanking*; (2) *Effort Expectancy* (ekspektasi usaha) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mbanking*; (3) *Social Influence* (pengaruh sosial) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mbanking*; (4) *Facilitating Condition* (kondisi yang memfasilitasi) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mbanking*; (5) Secara simultan, variabel-variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating condition* terhadap variabel minat menggunakan layanan *mbanking*. Variabel *performance expectancy* berpengaruh terbesar terhadap minat menggunakan layanan *mbanking* BSI, diikuti oleh variabel-variabel *social influence*, *facilitating condition* dan *effort expectancy*.

Saran untuk peneliti selanjutnya yaitu agar mengeksplorasi model penelitian dan hipotesis berdasarkan teori UTAUT. Pertimbangkan untuk memodifikasi atau memperluas model dengan menambahkan variabel eksternal yang relevan dengan konteks penelitian.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Alim, Muhammad Nurul, Supriadi, Ruslan Husein Marasabessy, and Rahmat Solihin. "Literasi Peran Fintech Dan Bisnis Digital Syariah Untuk Penguatan Ekonomi Umat: Literacy on the Role of Fintech and Sharia Digital Business for the Ummah's Economy." *I-Com: Indonesian Community Journal* 2, no. 2 (June 2022): 78–87. <https://doi.org/10.33379/icom.v2i2.1296>.

Atik, Afifah. "Determinan Minat Nasabah Menggunakan Digital Banking Dengan Menggunakan Metode Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Bank Syariah Mandiri Cabang Belitang Tahun 2019-2020." UIN Raden Intan Lampung, an, 2022. <http://repository.radenintan.ac.id/17821/>.

BK, Muchlisin. "Surat An Najm Ayat 39-42, Arab Latin, Arti, Tafsir dan Kandungan." *BersamaDakwah* (blog), February 17, 2021. <https://bersamadakwah.net/surat-an-najm-ayat-39-42/>.

Charissa Kezia Rahmawati, -, and - Bayu Arie Fianto. "Analisis Deskriptif Pada Dimensi Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 7, no. 6 (2020): 1118–27. <https://e-journal.unair.ac.id/JESTT/article/view/18884>.

Dadas, Muhammad Azhari, and Gede Bayu Rahanatha. "PENERAPAN MODEL UTAUT UNTUK MEMAHAMI NIAT MENGGUNAKAN SEARCH ENGINE ADVERTISING PADA PELAKU UMKM PROVINSI BALI." *E-Jurnal Manajemen* 8, no. 12 (December 3, 2019): 7260–80. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i12.p18>.

Deameta, Armelia Firana. "PREDIKSI INTENSI PERILAKU TERHADAP PENGGUNAAN MOBILE BANKING MENGGUNAKAN THE UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY, TRUST, DAN NETWORK EXTERNALITIES." *JASa (Jurnal Akuntansi, Audit Dan Sistem Informasi Akuntansi)* 3, no. 2 (August 7, 2019): 205–18. <https://doi.org/10.36555/jasa.v3i2.943>.

Diningrat, Mohammad Santosa Mulyo, Bambang Soedjiono W.a, and Henderi Henderi. "Evaluasi Penerimaan Aplikasi Mobile Banking BNI Terhadap Minat Nasabah Menggunakan UTAUT." *Jurnal Informa : Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat* 5, no. 4 (December 20, 2019): 9–13. <https://doi.org/10.46808/informa.v5i4.132>.

Dzulhaida, Ratna, and Refi Rifaldi Windya Giri. "Analisis Minat Masyarakat Terhadap Penggunaan Layanan E-Money Di Indonesia Dengan Menggunakan Model Modifikasi Unified Theory Of Acceptance And Use Technology 2 (UTAUT 2)." *Majalah Ilmiah UNIKOM* 15, no. 2 (December 11, 2017). <https://doi.org/10.34010/miu.v15i2.555>.

Hamzah Muchtar, Evan, Budi Trianto, Irwan Maulana, Muhammad Nurul Alim, Ruslan Husen Marasabessy, Wahyu Hidayat, Edy Junaedi, and Masrizal. "Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) E-Payment Adoption: Customers Perspective." *Cogent Business & Management* 11, no. 1 (December 31, 2024): 2316044. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2316044>.

Iriani, Annisa Fitri. "MINAT NASABAH DALAM PENGGUNAAN MOBILE BANKING PADA NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI KOTA PALOPO" 2, no. 2 (2018).

Joan, Leoni, and Tony Sitinjak. "PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LAYANAN PEMBAYARAN DIGITAL GO-PAY." *Jurnal Manajemen* 8 (2019).

Junaedi, Edy, and Neneng Neneng. "PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEAMANAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA DI TANGERANG." *I-BEST: Islamic Banking & Economic Law Studies* 2, no. 1 (June 21, 2023): 13–32. <https://doi.org/10.36769/ibest.v2i1.338>.

Muchtar, Evan Hamzah, Muhammad Nurul Alim, and Nikmatul Nurjannah. "Analisa Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking Bank Syariah Indonesia." *I-BEST: Islamic Banking & Economic Law Studies* 1, no. 2 (December 14, 2022): 87–102. <https://doi.org/10.36769/ibest.v1i2.251>.

Musyaffi, Ayatulloh Michael, Hera Khairunnisa, and Dwi Kismayanti Respati. *KONSEP DASAR STRUCTURAL EQUATION MODEL- PARTIAL LEAST SQUARE (SEM-PLS) MENGGUNAKAN SMARTPLS*. Pascal Books, 2022.

Prassetio, Edwin. "Penerapan model utaut dalam penerimaan nasabah menggunakan digital banking BNI Syariah dengan religiusitas sebagai variabel moderating (studi kasus: nasabah

BNI Syariah Tangerang Selatan).” masterThesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/59815>.

Priestiani Putri Rahayu, 13312380. “PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI KENYAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING (Studi Empiris Pada Mahasiswa Di Yogyakarta),” January 21, 2019. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/13912>.

Rauzatul Jannah, 150603196. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Digital Banking Dengan Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) Pada PT Bank Mandiri Syariah Cabang Banda Aceh.” Skripsi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2019. <http://library.ar-raniry.ac.id/>.

Sari, Shinta Permata, and Septi Cristiana. “Penerapan Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Pada Masa Pandemi Berbasis Data Google Trends.” *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains Dan Teknologi 2*, no. 1 (January 26, 2022): 698–698.

Shadiq, Naufal. “ANALISIS MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN TEKNOLOGI MOBILE BANKING PADA BANK SYARIAH DI INDONESIA,” 2023. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/44221>.

Shafly, Naufal Alman. “PENERAPAN MODEL UTAUT2 UNTUK MENJELASKAN BEHAVIORAL INTENTION DAN USE BEHAVIOR PENGGUNAAN MOBILE BANKING DI KOTA MALANG,” n.d.

Sudarsana, Undang. “Pembinaan Minat Baca,” 2014. [pustaka.ut.ac.id](http://pustaka.ut.ac.id).

Sugiharto, Bambang, Indah Umiyati, and Noni Nissa Sholihah. “Application of Unified Theory Of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Model to the Intention to Using Mobile Banking Service.” *ACCUALS (Accounting Research Journal of Sutaatmadja)* 5, no. 02 (November 22, 2021). <https://doi.org/10.35310/accruals.v5i02.885>.

Venkatesh, Morris, Davis, and Davis. “User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View.” *MIS Quarterly* 27, no. 3 (2003): 425. <https://doi.org/10.2307/30036540>.

Wulandari, Dwitya Pratiwi. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam.” Diploma, Universitas Islam Negeri Sumatea Utara Medan, 2018. <http://repository.uinsu.ac.id/3759/>.

YAMIN, SOFYAN. *SMARTPLS 3, AMOS & STATA: OLAH DATA STATISTIK (MUDAH & PRAKTIS)*. Dewangga Energi Internasional Publishing, 2021.