



الجامعة الإسلامية
الاندونيسية

Analisis Faktor-Faktor Penerimaan Mobile Banking di Indonesia Menggunakan Extended TAM

Imam Andhika

18917113

Tesis diajukan sebagai syarat untuk meraih gelar Magister Komputer

Konsentrasi Sistem Informasi Enterprise

Program Studi Informatika Program Magister

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia

2023

Lembar Pengesahan Pembimbing

**Analisis Faktor-Faktor Penerimaan Mobile Banking di Indonesia Menggunakan
Extended TAM**



Pembimbing

Ahmad Munasir Raf'ie Pratama, S.T, M.I.T, Ph.D

Lembar Pengesahan Penguji

Analisis Faktor-Faktor Penerimaan Mobile Banking di Indonesia Menggunakan Extended TAM

Imam Andhika

18917113

Yogyakarta, Januari, 2023

Tim Penguji,

Ahmad Munasir Raf'ie Pratama, S.T, M.I.T, Ph.D

Ketua

Dr. Ir. Elisa Kusrini, MT

Anggota I

Irving Vitra Papatungan, ST., M.Sc., Ph.D

Anggota II

Mengetahui,

Ketua Program Studi Informatika Program Magister

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia



Irving Vitra Papatungan, ST., M.Sc., Ph.D

Abstrak

Analisis Faktor-Faktor Penerimaan Mobile Banking di Indonesia Menggunakan Extended TAM

Mobile banking merupakan suatu pengembangan yang mengkombinasikan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersamaan, dengan aplikasi tersebut nasabah bisa mendapatkan layanan perbankan setiap saat tanpa harus mendatangi kantor cabang bank untuk melakukan transaksi personal seperti cek saldo, transfer antar rekening, pembayaran kartu kredit, telepon dan masih banyak lagi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan aplikasi *mobile banking* di Indonesia dengan mengembangkan model baru berdasarkan Technology Acceptance Model (TAM) dan memvalidasi data survei yang dikumpulkan dari 412 orang pengguna aplikasi *mobile banking* di Indonesia melalui survey online yang selanjutnya dianalisis menggunakan Structural Equation Modelling (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa mereka yang dikelilingi oleh orang-orang yang menggunakan aplikasi *mobile banking* akan menganggap bahwa aplikasi tersebut mudah untuk digunakan, setelah penggunaan aplikasi tersebut dirasa mudah maka pengguna akan merasa bahwa penggunaannya memiliki manfaat lebih. Kemudian hal tersebut menentukan sikap orang tersebut dalam penggunaan aplikasi *mobile banking*. Selanjutnya sikap dan pemahaman akan resiko yang mungkin terjadi dalam penggunaan aplikasi ini menentukan niat seseorang dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*. Sedangkan rasa takut menjadi faktor yang dapat menghalangi niat seseorang untuk menggunakan aplikasi *mobile banking*.

Kata kunci

TAM, *Mobile banking*

Abstract

Analysis of Mobile Banking Acceptance Factors in Indonesia Using Extended TAM

Mobile banking is a development that combines information technology and applications simultaneously, by using the application customers can get banking services at any time without having to go to a bank branch office to make personal transactions such as checking balances, transfers between accounts, credit card payments, telephone, and many more. This study aims to determine the factors that influence the acceptance of mobile banking applications in Indonesia by developing a new model based on the Technology Acceptance Model (TAM) and validating survey data collected from 412 mobile banking application users in Indonesia through an online survey which is then analyzed using Structural Equation Modeling (SEM). The results show that those who are surrounded by people who use mobile banking applications will think that the application is easy to use, after using the application is considered easy, the user will feel that its use has more benefits. Then it determines the attitude of the person in using the mobile banking application. Furthermore, the attitude and understanding of the risks that may occur in the use of this application determine a person's intention to use the mobile banking application. Meanwhile, fear is a factor that can hold someone back from using mobile banking applications.

Keywords

TAM, *Mobile banking*

Pernyataan Keaslian Tulisan

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini merupakan tulisan asli dari penulis, dan tidak berisi material yang telah diterbitkan sebelumnya atau tulisan dari penulis lain terkecuali referensi atas material tersebut telah disebutkan dalam tesis. Apabila ada kontribusi dari penulis lain dalam tesis ini, maka penulis lain tersebut secara eksplisit telah disebutkan dalam tesis ini.

Dengan ini saya juga menyatakan bahwa segala kontribusi dari pihak lain terhadap tesis ini, termasuk bantuan analisis statistik, desain survei, analisis data, prosedur teknis yang bersifat signifikan, dan segala bentuk aktivitas penelitian yang dipergunakan atau dilaporkan dalam tesis ini telah secara eksplisit disebutkan dalam tesis ini.

Segala bentuk hak cipta yang terdapat dalam material dokumen tesis ini berada dalam kepemilikan pemilik hak cipta masing-masing. Apabila dibutuhkan, penulis juga telah mendapatkan izin dari pemilik hak cipta untuk menggunakan ulang materialnya dalam tesis ini.

Yogyakarta, Januari 2023

A 10,000 Indonesian Rupiah banknote is shown with a signature written over it. The banknote features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '10000', and 'MILIAU TEMBEL'. The serial number 'AE727AKX213154332' is visible at the bottom left of the note.

Imam Andhika, S.Kom

Daftar Publikasi

“*Analysis of Mobile Banking Acceptance in Indonesia using Extended TAM (Technology Acceptance Model). Jurnal Teknologi Informasi dan Pendidikan (JTIP) Vol. 15, No. 2 (2022)*”

| Kontributor | Jenis Kontribusi |
|-------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| Imam Andhika | Mendesain eksperimen (20%) Mengolah data (15%) Menulis <i>paper</i> (25%) |
| Ahmad M. Raf'ie Pratama, S.T, M.I.T, Ph.D | Mendesain eksperimen (15%) Mengolah data (15%) Menulis dan mengedit <i>paper</i> (10%) |

Halaman Kontribusi

Penelitian ini tidak terlepas dari berbagai saran maupun bimbingan dari berbagai pihak, mulai dari pra penelitian, seminar proposal, seminar progress, hingga seminar pendadaran.

Pihak-pihak tersebut, antara lain:

- Ahmad M. Raf'ie Pratama, S.T, M.I.T, Ph.D.
- Dr. Ir. Elisa Kusriani, MT
- Irving Vitra Papatungan, ST., M.Sc., Ph.D



Halaman Persembahan

Alhamdulillahirabbil'amin

Dengan ketulusan dan kebesaran hati, tesis ini saya persembahkan kepada:

Kedua orang tua saya, Bapak Hasrizal Hasan dan Ibu Nofri Yeni
yang telah ikhlas melimpahkan kasih sayang, doa dan segala apapun yang dimilikinya
untuk saya

Keluarga besar, terkhusus untuk Ibunda Dr. Afnita, M.Pd
Yang senantiasa memberikan nasehat dan motivasi pada saya

Serta dengan segala kerendahan hati, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Keluarga besar dosen, karyawan, staf, serta rekan mahasiswa/ mahasiswi di Program Studi
Informatika - Program Magister, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia

Kata Pengantar

Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat, karunia dan hidayah-Nya sehingga tesis yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Penerimaan Mobile Banking di Indonesia Menggunakan Extended TAM” dapat terselesaikan dengan baik dan dapat berguna bagi perkembangan ilmu dan teknologi. Tesis ini merupakan salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar program magister (S2) Informatika, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.

Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah keharibaan baginda Rasulullah Muhammad SAW atas segala bentuk kemapanan dan kejayaan yang beliau hadirkan bagi seluruh umat Islam di dunia.

Penulis menyadari akan keterbatasan pengetahuan yang dimiliki, sehingga tanpa bantuan dari berbagai pihak, rasanya sulit bagi penulis untuk menyelesaikan penyusunan tesis ini. Maka dari itu dengan segenap kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

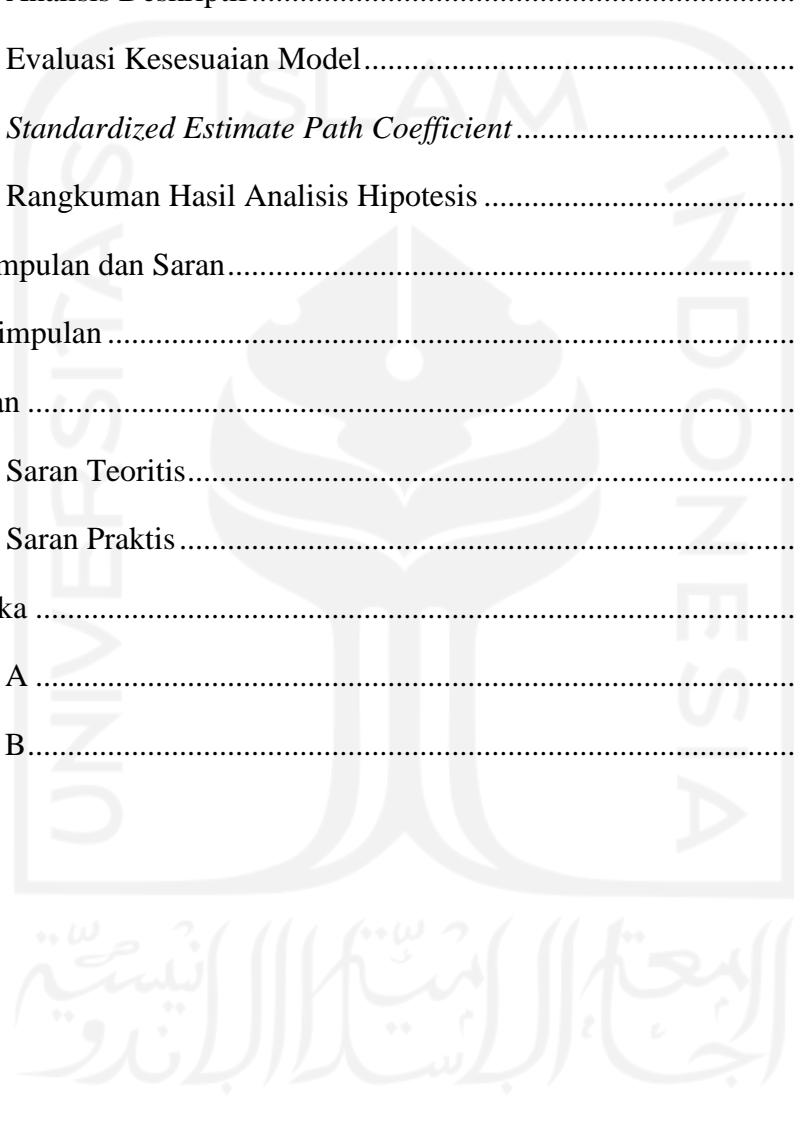
1. Izzati Muhimmah, S.T., M.Sc., Ph.D selaku Ketua Program Studi Informatika – Program Magister, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.
2. Ahmad Munasir Raf'ie Pratama, S.T., M.I.T., Ph.D selaku dosen pembimbing, dengan baik dapat membimbing, mengarahkan, serta memotivasi agar penulisan tesis ini dapat segera terselesaikan.
3. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Informatika - Program Magister, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia yang telah membagikan ilmu pengetahuan dan wawasannya, serta para staff dan karyawan yang turut andil membantu dalam melayani mahasiswa/ mahasiswinya sehingga perkuliahan dapat berjalan lancar.
4. Orang tua dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat bagi penulis selama ini
5. Rekan-rekan mahasiswa MTI khususnya konsentrasi Sistem Informasi Enterprise angkatan XVIII yang selama ini berjuang bersama dan selalu memberikan semangat satu sama lain.
6. Pihak-pihak lain yang turut membantu dalam menyelesaikan penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis.

Daftar Isi

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| Lembar Pengesahan Pembimbing | i |
| Lembar Pengesahan Penguji..... | ii |
| Abstrak | iii |
| Abstract..... | iv |
| Pernyataan Keaslian Tulisan | v |
| Daftar Publikasi | vi |
| Halaman Kontribusi..... | vii |
| Halaman Persembahan | viii |
| Kata Pengantar..... | ix |
| Daftar Isi..... | x |
| Daftar Tabel..... | xiii |
| Daftar Gambar | xiv |
| Glosarium | xv |
| BAB 1 Pendahuluan | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 2 |
| 1.3 Batasan Masalah | 2 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 2 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 3 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 3 |
| BAB 2 Landasan Teori | 5 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka..... | 5 |
| 2.1.1 Customer Acceptance Analysis of Islamic Bank of Indonesia Mobile Banking Using Technology Acceptance Model (TAM)..... | 6 |
| 2.1.2 Technology Acceptance Model to Measure Customer's Interest to Use Mobile Banking..... | 8 |

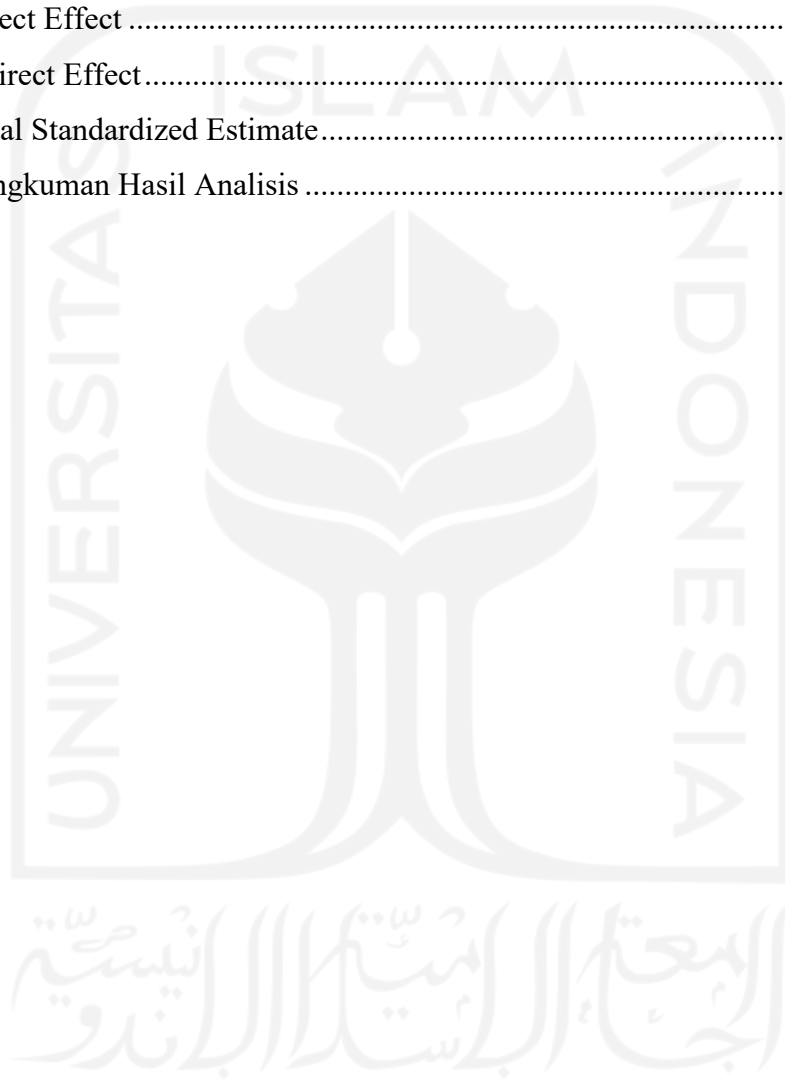
| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.1.3 | The Intention and Use Behaviour of the Mobile Banking System in indonesia: UTAUT Model | 10 |
| 2.1.4 | Examine the Technology of Acceptance Model Among Mobile Banking Users in Indonesia | 11 |
| 2.1.5 | Examining The Role Of Usability, Compatibility And Social Influence In Mobile Banking Adoption In Indonesia..... | 12 |
| 2.1.6 | Exploring The Use Of Mobile Banking: A Technology Acceptance Model Approach | 14 |
| 2.1.7 | Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified..... | 15 |
| 2.1.8 | Analisis Faktor-Faktor UTAUT dan Trust Terhadap Behavioral Intention Pengguna BNI Mobile Banking Pada Pekerja Migran Indonesia | 16 |
| 2.1.9 | Penerimaan dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah: Ekstensi Technology Acceptance Model | 17 |
| 2.1.10 | Behavioral Intentions to Adopt Mobile Banking among Students with the Covid-19 Pandemic as Moderating Variable | 18 |
| 2.1.11 | Kesimpulan Tinjauan Pustaka | 20 |
| BAB 3 Metodologi Penelitian | | 21 |
| 3.1 | Jenis Penelitian | 21 |
| 3.2 | Model yang diusulkan..... | 21 |
| 3.2.1 | Technology Acceptance Model..... | 21 |
| 3.2.2 | Variabel Eksternal | 23 |
| 3.3 | Hipotesis Penelitian | 24 |
| 3.4 | Metode Analisis Data..... | 26 |
| 3.4.1 | Metode <i>Structural Equation Model</i> | 26 |
| 3.5 | Metode Penarikan Sampel | 26 |
| 3.5.1 | Prosedur Pengumpulan Data | 26 |
| 3.5.2 | Desain Kuesioner..... | 27 |
| 3.5.3 | Populasi dan Sampel Penelitian..... | 27 |

| | | |
|----------------|-----------------------------------------------------|----|
| 3.5.4 | Waktu Pengumpulan Data..... | 28 |
| 3.6 | Tahapan Penelitian..... | 28 |
| BAB 4 | Hasil dan Pembahasan..... | 29 |
| 4.1 | Karakteristik Responden..... | 29 |
| 4.2 | Hasil Penelitian..... | 30 |
| 4.2.1 | Analisis Deskriptif..... | 30 |
| 4.2.2 | Evaluasi Kesesuaian Model..... | 31 |
| 4.2.3 | <i>Standardized Estimate Path Coefficient</i> | 34 |
| 4.2.4 | Rangkuman Hasil Analisis Hipotesis..... | 38 |
| BAB 5 | Kesimpulan dan Saran..... | 40 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 40 |
| 5.2 | Saran..... | 40 |
| 5.2.1 | Saran Teoritis..... | 41 |
| 5.2.2 | Saran Praktis..... | 41 |
| Daftar Pustaka | | 42 |
| LAMPIRAN A | | 47 |
| LAMPIRAN B | | 49 |



Daftar Tabel

| | |
|---------------------------------------------|----|
| Tabel 3.1 Hipotesis dan Referensinya | 24 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden | 29 |
| Tabel 4.2 Individual Item Reliability | 31 |
| Tabel 4.3 Heterotrait-Monotrait Ratio..... | 32 |
| Tabel 4.4 Fit Model | 34 |
| Tabel 4.5 Direct Effect | 35 |
| Tabel 4.6 Indirect Effect..... | 35 |
| Tabel 4.7 Total Standardized Estimate..... | 36 |
| Tabel 4.8 Rangkuman Hasil Analisis | 38 |



Daftar Gambar

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Jumlah Bank Yang Menggunakan dan Tidak Menggunakan Mobile Banking di Indonesia Tahun 2004-2018 (Yudaruddin, 2020) | 5 |
| Gambar 2.2 Model Kerangka Penelitian Wandira (2022)..... | 7 |
| Gambar 2.3 Model Kerangka Penelitian Widanengsih (2021)..... | 9 |
| Gambar 2.4 Model Kerangka Penelitian Purwanto & Loisa (2020) | 11 |
| Gambar 2.5 Model Kerangka Penelitian Purwanto & Mutahar (2020)..... | 12 |
| Gambar 2.6 Model Kerangka Penelitian Sitorus et al. (2019) | 13 |
| Gambar 2.7 Model Kerangka Penelitian Sukmawati et al. (2021)..... | 18 |
| Gambar 2.8 Model Kerangka Penelitian Pasaribu (2021)..... | 19 |
| Gambar 3.1 The technology Acceptance Model (TAM) (Davis et al., 1989)..... | 23 |
| Gambar 3.2 Model TAM yang diusulkan..... | 26 |
| Gambar 3.3 Tahapan Penelitian..... | 28 |
| Gambar 4.1 Standardized Estimate BI | 36 |

Glosarium

| | |
|-------|-------------------------------------------------------------|
| ATT | - <i>Attitude Towards Using</i> |
| AVE | - <i>Average Variance Extracted</i> |
| BI | - <i>Behavioral Intentions</i> |
| CFI | - <i>Comparative Fit Index</i> |
| CFA | - <i>Confirmatory Factor Analyst</i> |
| CL | - <i>Confidence Level</i> |
| FUT | - <i>Fear When Using Technology</i> |
| HTMT | - <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> |
| MoE | - <i>Margin of Error</i> |
| PEOU | - <i>Perceived Ease of Use</i> |
| PR | - <i>Perceived Risk</i> |
| PU | - <i>Perceived Usefulness</i> |
| RMSEA | - <i>Root Mean Square Error of Approximation</i> |
| SEM | - <i>Structural Equation Modelling</i> |
| SI | - <i>Social Influence</i> |
| SRMR | - <i>Standardized Root Mean Square Residual</i> |
| TAM | - <i>Technology Acceptance Model</i> |
| TLI | - <i>Tucker-Lewis Index</i> |
| UTAUT | - <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> |

BAB 1

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Pandemi covid-19 yang awalnya muncul di kota Wuhan, China pada awal tahun 2020 menyebar dengan cepat ke seluruh dunia termasuk Indonesia (Levani et al., 2021). Akibatnya kita diharuskan untuk memakai masker, menjaga jarak dan menghindari kerumunan (Nasruddin & Haq, 2020). Hal tersebut tentu saja juga berpengaruh pada bidang perbankan. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang terus berkembang dari tahun ke tahun merupakan salah satu kunci keberhasilan sebuah organisasi dalam persaingan bisnis di era pandemi saat ini. Meningkatnya penggunaan perangkat *mobile* seperti *smartphone* dan dengan adanya dukungan jaringan telekomunikasi nirkabel 3G, 4G, bahkan 5G, proses bisnis dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi tersebut menjadi peluang bisnis dengan potensi yang sangat besar (Zhang et al., 2012). Sejalan dengan perkembangan teknologi dan informasi tersebut pihak perbankan juga menawarkan kemudahan terhadap jasa perbankan melalui aplikasi *mobile banking* pada *smartphone*. *Mobile banking* merupakan suatu pengembangan yang mengkombinasikan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersamaan, dengan aplikasi tersebut nasabah bisa mendapatkan layanan perbankan setiap saat tanpa harus mendatangi kantor cabang bank untuk melakukan transaksi personal (Tirtana & Sari, 2014). Dengan menggunakan layanan *mobile banking* nasabah bisa melakukan berbagai transaksi seperti cek saldo, transfer antar rekening, pembayaran kartu kredit, telepon dan sebagainya tanpa harus mengunjungi ATM atau bank secara langsung (Resita & Baridwan, 2015).

Namun ada beberapa hal yang menghalangi niat dalam menggunakan *mobile banking* seperti kurangnya informasi tentang kegunaan dan cara penggunaan aplikasi, rendahnya kesadaran tentang teknologi, adanya sikap penolakan terhadap inovasi, dukungan infrastruktur dan kemampuan aplikasi untuk berinteraksi dengan aplikasi lainnya (Oliveira et al., 2016). Keamanan juga merupakan masalah lain bagi konsumen saat melakukan pembayaran menggunakan aplikasi *mobile* (Apanasevic et al., 2016). Para konsumen khawatir terjadi kebocoran informasi pribadi ketika melakukan transaksi secara digital (Hossain et al., 2019).

Untuk mengatasi berbagai masalah tersebut sehingga dapat meningkatkan penggunaan mobile banking, penelitian terdahulu telah mengusulkan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi niat dan penggunaan aplikasi *mobile banking* secara berkelanjutan (Rana et al., 2014). Penerapan model TAM (*Technology Acceptance Model*) menyatakan bahwa kemudahan dalam penggunaan, manfaat, sikap, kepercayaan yang dirasakan, penilaian subjektif merupakan beberapa faktor penting yang secara signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan suatu teknologi dan akhirnya pada penggunaan secara berkelanjutan (Dwivedi et al., 2019). Penelitian ini bertujuan untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan aplikasi m-banking oleh nasabah perbankan di Indonesia. Secara khusus, penelitian ini juga akan melakukan kontekstualisasi akan model penerimaan teknologi berbasis TAM dengan menambahkan beberapa variabel baru yang relevan dan berpotensi menjadi faktor penting dalam penerimaan m-banking di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Faktor apa saja yang dapat mempengaruhi penerimaan *mobile banking* di Indonesia?
2. Bagaimana hubungan antar faktor yang mempengaruhi penerimaan *mobile banking* di Indonesia?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki cakupan yang dianalisis meliputi beberapa batasan konsep dan isi yaitu:

1. Ruang lingkup penelitian terbatas pada area geografis Indonesia.
2. Analisis yang dilakukan tidak melibatkan variabel moderator seperti usia, jenis kelamin, asal daerah, lokasi tempat tinggal, pekerjaan, pendapatan dan jenjang pendidikan.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan *mobile banking* di Indonesia.

2. Mengetahui hubungan antar faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan *mobile banking* di Indonesia.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

- Menambah wawasan untuk melihat tingkat penerimaan dan penggunaan *mobile banking* di Indonesia.
- Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan acuan dan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya.
- Model teoritis yang dihasilkan dapat digunakan untuk melakukan prediksi terhadap faktor-faktor yang akan mempengaruhi penerimaan suatu teknologi dengan studi kasus yang berbeda.

2. Manfaat praktis

- Sebagai referensi bagi pihak perbankan yang menyediakan aplikasi *mobile banking* agar dapat memaksimalkan faktor-faktor tersebut.
- Masukan bagi pihak perbankan untuk mengembangkan aplikasi *mobile banking*.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penulisan laporan tesis ini adalah sebagai berikut:

Bab 1 Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang penelitian yang memuat penjelasan penyebab penelitian ini muncul sekaligus pentingnya penelitian tersebut, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat dari penelitian ini serta sistematika penulisan.

Bab 2 Landasan Teori

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka dan teori dasar. Tinjauan pustaka memuat pandangan berbagai para peneliti sebelumnya mengenai topik yang diteliti, sedangkan teori dasar berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan topik penelitian.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Bab ini menguraikan tahapan penyelesaian masalah dalam penelitian yang menjelaskan jenis penelitian, data penelitian, teknik analisis data dan hipotesis penelitian.

Bab 4 Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang hasil dan pembahasan dari hasil yang diperoleh dalam menyelesaikan masalah.

Bab 5 Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan yang merupakan rangkuman dari hasil analisis kinerja pada bagian sebelumnya dan saran-saran yang perlu diperhatikan berdasarkan keterbatasan yang ditemukan dan asumsi-asumsi yang dibuat dalam penyusunan tesis.



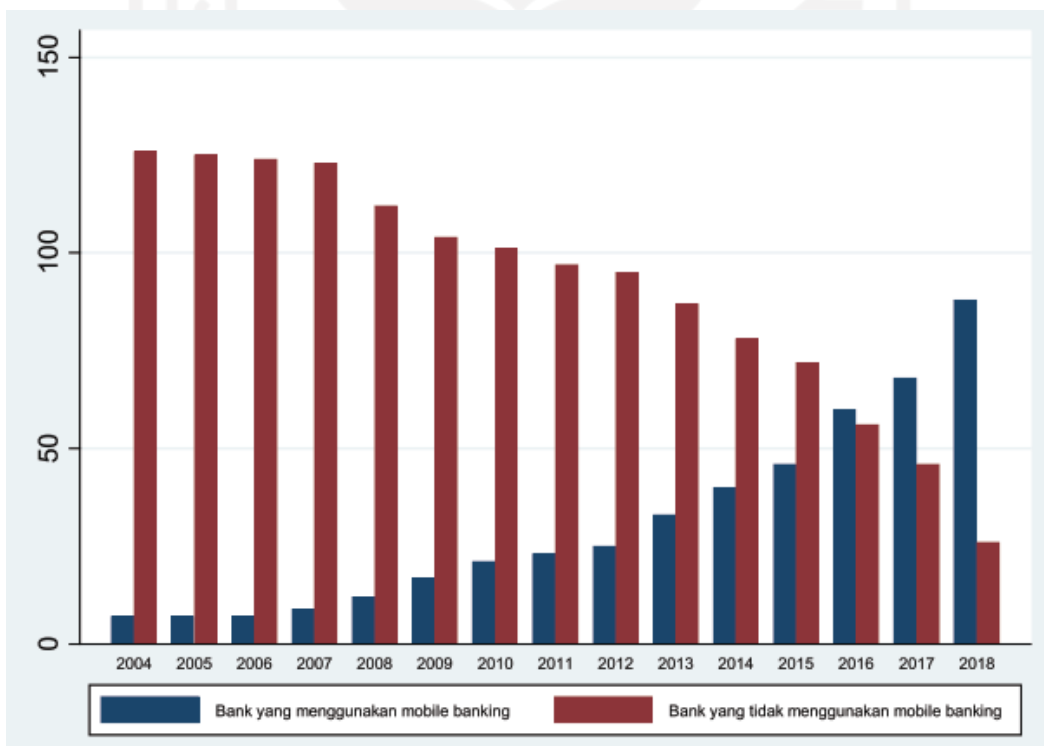
BAB 2

Landasan Teori

2.1 Tinjauan Pustaka

Mobile banking merupakan suatu pengembangan yang mengkombinasikan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersamaan, dengan aplikasi tersebut nasabah bisa mendapatkan layanan perbankan setiap saat tanpa harus mendatangi kantor cabang bank untuk melakukan transaksi personal (Tirtana & Sari, 2014). Dengan menggunakan layanan *mobile banking* nasabah bisa melakukan berbagai transaksi seperti cek saldo, transfer antar rekening, pembayaran kartu kredit, telepon dan sebagainya tanpa harus mengunjungi ATM atau bank secara langsung (Resita & Baridwan, 2015).

Meningkatnya penggunaan *smartphone* juga mempengaruhi penggunaan layanan *mobile banking*, hal tersebut mengakibatkan lebih banyak bank yang menawarkan layanan tersebut. Data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) selama tahun 2004 – 2018 terhadap 139 bank umum di Indonesia (termasuk bank syariah) menunjukkan peningkatan terhadap penggunaan *mobile banking*.



Gambar 2.1 Jumlah Bank Yang Menggunakan dan Tidak Menggunakan Mobile Banking di Indonesia Tahun 2004-2018 (Yudaruddin, 2020)

Peningkatan penggunaan mobile banking sebagai bagian dari proses digitalisasi perbankan direspon oleh regulator dengan berbagai regulasi agar digitalisasi perbankan terus ditingkatkan. Berbagai regulasi telah dibuat untuk mendukung hal tersebut antara lain: Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan, Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2016 Tentang Strategi Nasional Keuangan Inklusif, Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2016 tentang Sistem Manajemen Pengamanan Informasi, Panduan Penyelenggaraan Digital Branch oleh Bank Umum melalui surat nomor S-98/PB.1/2016 pada 21 Desember 2016, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12 /POJK.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 13 /POJK.02/2018 tentang Inovasi Keuangan Digital Di Sektor Jasa Keuangan.

Mobile banking sebagai salah satu bagian dari digital banking, memegang peranan penting dalam industri perbankan. Penelitian yang dilakukan Yao et al., (2018) menunjukkan digital banking memberikan dampak positif terhadap industri perbankan. DeYoung et al., (2007) juga memaparkan bahwa digital banking adalah bagian dari proses inovasi keuangan yang berfungsi sebagai pengganti cabang fisik untuk menyediakan layanan perbankan. Penelitian lain juga menunjukkan secara spesifik bahwa mobile banking meningkatkan kinerja (profitabilitas) bank. Carlson et al., (2001) menyatakan bahwa bank besar memiliki keunggulan dibandingkan bank kecil dalam berbagai layanan yang mereka tawarkan melalui digital banking, bank yang menggunakan digital banking memiliki keuntungan lebih dibandingkan dengan bank yang tidak menggunakan digital banking.

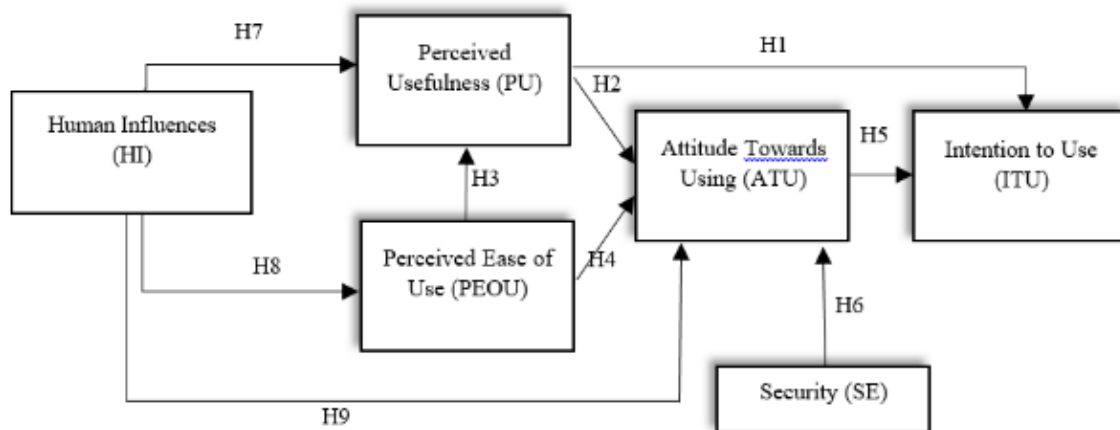
Berikut adalah 10 penelitian terdahulu yang membahas mengenai beberapa teori atau konsep, serta hasil-hasil penelitian dengan kriteria sebagai berikut:

- Membahas mengenai penerimaan, adopsi, atau niat terhadap penggunaan mobile banking
- Penggunaan layanan mobile banking yang diteliti berdomisili di Indonesia.

2.1.1 Customer Acceptance Analysis of Islamic Bank of Indonesia Mobile Banking Using Technology Acceptance Model (TAM)

Penelitian yang dilakukan oleh (Wandira, 2022) bertujuan untuk memverifikasi faktor penerimaan nasabah Bank Umum Syariah Indonesia terhadap penggunaan mobile banking

dan memodelkan perilaku pengguna dalam menggunakannya dengan Technology Acceptance Model (TAM). Faktor-faktor tersebut dilihat dari persepsi kegunaan yang dirasakan, persepsi kemudahan penggunaan, niat menggunakan, sikap terhadap aplikasi, perilaku pengguna, keamanan, dan pengaruh manusia.



Gambar 2.2 Model Kerangka Penelitian Wandira (2022)

Dalam penelitian ini terdapat 10 hipotesis, yaitu:

- H1: Perceived Usefulness berpengaruh secara signifikan terhadap Intention to use.
- H2: Perceived Usefulness berpengaruh secara signifikan terhadap attitude towards using.
- H3: Perceived Ease of Use berpengaruh secara signifikan terhadap perceived usefulness.
- H4: Perceived ease of use berpengaruh secara signifikan terhadap attitude towards using.
- H5: Attitude Towards using berpengaruh secara signifikan terhadap intention to use.
- H6: Security berpengaruh secara signifikan terhadap attitude towards using.
- H7: Human Influences berpengaruh secara signifikan terhadap perceived usefulness.
- H8: Human Influences berpengaruh secara signifikan terhadap perceived ease of use.
- H9: Human Influences berpengaruh secara signifikan terhadap attitude towards using.

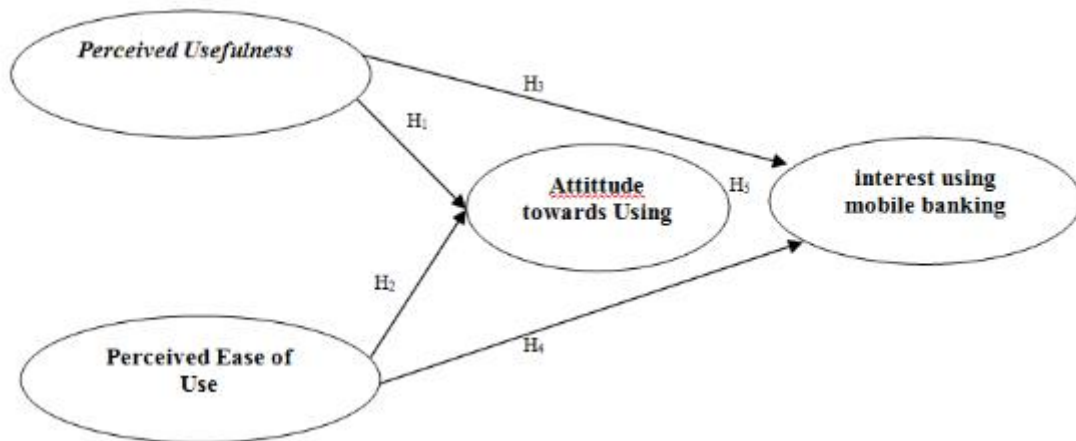
Pada penelitian ini survei dirancang menggunakan Google Formulir, survei tersebut dibagikan kepada 183 responden dari berbagai nasabah Bank Umum Syariah Indonesia. Dari 183 responden yang menjawab, 166 orang menggunakan mobile banking BSI, dan 17 orang tidak menggunakannya. Sedangkan evaluasi menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan software AMOS.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Human Influences berpengaruh positif dan signifikan terhadap PEOU tetapi tidak berpengaruh terhadap PU dan ATU. Artinya, orang lain, rekan kerja, dan lingkungan kerja dapat mempengaruhi kemudahan nasabah menggunakan aplikasi mobile banking BSI. Akan tetapi hal ini tidak mempengaruhi sikap nasabah terhadap penggunaan mobile banking, hal tersebut juga tidak memberikan dampak positif yang signifikan terhadap manfaat BSI Mobile Banking. Artinya mereka yang menggunakan aplikasi mobile banking BSI tidak terlalu memperhatikan manfaat dari aplikasi mobile banking BSI selama dapat meningkatkan reputasinya di antara teman dan kolega. Selain reputasi tersebut, perusahaan tempat mereka bekerja menggunakan Bank Syariah Indonesia sebagai layanan keuangan, sehingga karyawan mereka juga menggunakan layanan BSI untuk keuangan mereka.

SE juga memberikan dampak positif bagi ATU, dimana nasabah menganggap aplikasi mobile banking BSI sebagai aplikasi aman yang dapat mereka gunakan untuk berbagai transaksi keuangan. Aplikasi mobile banking menggunakan PIN yang berbeda dari PIN ATM dan hal ini disebabkan rumitnya smartphone dengan perlindungan sidik jari. ATU memiliki dampak positif yang signifikan terhadap ITU. Artinya sikap nasabah mempengaruhi niat mereka untuk menggunakan mobile banking BSI. Sikap terbuka terhadap penggunaan teknologi menunjukkan niat yang sangat baik dari nasabah menggunakan mobile banking.

2.1.2 Technology Acceptance Model to Measure Customer's Interest to Use Mobile Banking

Penelitian yang dilakukan (Widanengsih, 2021) bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan pengguna dan sikap terhadap minat menggunakan m-banking dimediasi terhadap nasabah Bank BUMN di Jakarta. Populasi pada penelitian adalah nasabah Bank BUMN di Jakarta yang menggunakan mobile banking, selama bulan September 2020. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) berbasis komponen dengan menggunakan PLS sebagai alat analisis dalam penelitian ini. Teknik Partial Least Square (PLS) dipilih karena teknik ini banyak digunakan untuk analisis kausal - prediksi yang kompleks dan merupakan teknik yang cocok untuk digunakan dalam aplikasi prediksi dan pengembangan teori seperti pada penelitian ini.



Gambar 2.3 Model Kerangka Penelitian Widanengsih (2021)

Pada penelitian ini terdapat 5 hipotesis, yaitu:

- H1: Perceived usefulness berpengaruh secara signifikan terhadap attitudes using mobile banking.
- H2: Perceived ease of use berpengaruh secara signifikan terhadap attitudes to using mobile banking.
- H3: Perceived usefulness berpengaruh secara signifikan terhadap interest in using mobile banking.
- H4: Perceived ease of use berpengaruh secara signifikan terhadap interest using mobile banking.
- H5: Perceived attitudes berpengaruh secara signifikan terhadap interest using mobile banking.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Perceived usefulness tidak mempengaruhi sikap dalam menggunakan M-Banking, sehingga semakin tinggi Perceived usefulness tidak berdampak pada sikap dalam menggunakan M-Banking. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa nasabah belum memiliki kepercayaan penuh terhadap sistem M-Banking, fenomena banyaknya penipuan dan pembobolan data transaksi perbankan secara online di Indonesia yang membangun persepsi bahwa keamanan data perbankan belum aman sehingga rentan terhadap kejahatan siber.

Perceived usefulness tidak berpengaruh signifikan terhadap interest in using mobile banking dengan demikian semakin tinggi Perceived usefulness tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan M- Banking. Hal ini dapat menunjukkan bahwa sistem M-Banking bank-bank BUMN di Indonesia kurang dipercaya oleh nasabah, sehingga pihak perbankan harus segera melakukan perbaikan sistem agar aman dan bermanfaat. Selain itu, beberapa

responden menganggap transaksi M-Banking tidak aman, hal ini menunjukkan edukasi kepada masyarakat bahwa M-Banking bermanfaat dan aman, serta perlu ditingkatkan.

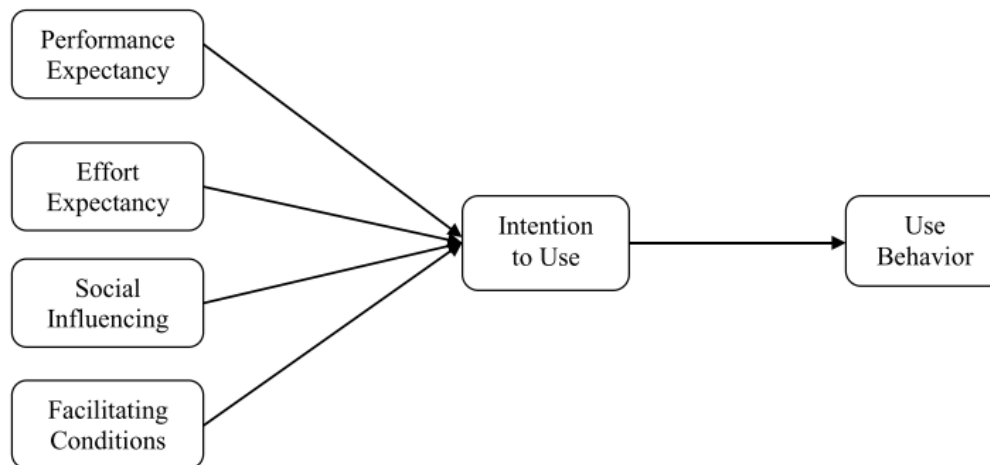
Perceived ease of use tidak berpengaruh secara signifikan terhadap interest using mobile banking, dengan demikian semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan tidak berdampak pada minat menggunakan M-Banking.

Perceived attitudes berpengaruh secara signifikan terhadap interest using mobile banking, hal ini menunjukkan bahwa jika nasabah sebagai pengguna M-Banking merasa senang, nyaman dan menerima penggunaan M-Banking maka akan mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan M-Banking. Sehingga diharapkan pengembangan aplikasi M-Banking mempertimbangkan kenyamanan nasabah sehingga nasabah bersedia menerima penggunaan M Banking.

2.1.3 The Intention and Use Behaviour of the Mobile Banking System in indonesia:

UTAUT Model

Penelitian yang dilakukan Purwanto & Loisa (2020) ini melaporkan hasil investigasi implementasi model UTAUT terhadap niat dan perilaku penggunaan m-banking di kalangan nasabah Indonesia. Beberapa faktor yang mendorong niat nasabah untuk memanfaatkan aplikasi m-banking dan menggunakannya secara terus menerus adalah Performance expectancy, dimana nasabah menggunakan m-banking dengan harapan dapat membantu kinerjanya, variabel ini memiliki kesamaan dengan Perceived usefulness dalam variabel yang ada pada peneliian tentang penerimaan mobile banking di Indonesia yang sedang penulis lakukan. Kemudian Effort expectancy merupakan salah satu faktor lainnya. Nasabah akan tertarik menggunakan m-banking jika mereka merasakan kemudahan dalam penggunaan teknologi tersebut, variabel ini juga memiliki kesamaan dengan Perceived ease of use pada peneliian tentang penerimaan mobile banking di Indonesia yang sedang penulis lakukan. Kemudian social influencing, ketika orang lain memberikan pengaruh terhadap orang lain sehingga akan mendorongnya untuk memanfaatkan m-banking. Demikian pula, facilitating conditions yang terbukti menjadi stimulus bagi nasabah untuk memanfaatkan inovasi IT sebagai mobile banking. Jumlah sampel yang berhasil dikumpulkan dan digunakan adalah 137 responden, dengan mayoritas usia 21 – 30 Tahun.



Gambar 2.4 Model Kerangka Penelitian Purwanto & Loisa (2020)

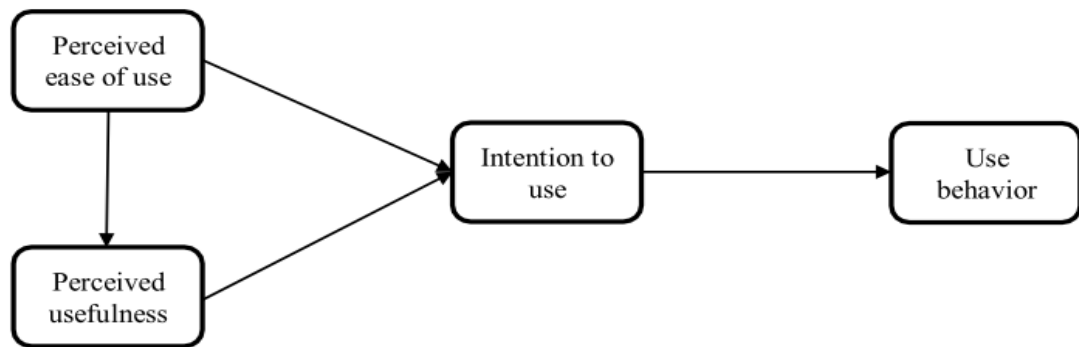
Terdapat 5 hipotesis pada penelitian ini, yaitu:

- H1: Performance expectancy berpengaruh secara signifikan terhadap behavior intention.
- H2: Effort expectancy berpengaruh secara signifikan terhadap behavior intention.
- H3: Social influence berpengaruh secara signifikan terhadap behavior intention.
- H4: Facilitating conditions berpengaruh secara signifikan terhadap behavior intention.
- H5: Behavior intention berpengaruh secara signifikan terhadap use behavior.

Hasilnya determinan niat dan perilaku menggunakan m-banking di kalangan generasi milenial Indonesia adalah Effort expectancy dan Facilitating conditions. Generasi milenial lebih individualistik daripada kolektivistik, sehingga mereka tidak membutuhkan pengaruh sosial untuk mengetahui manfaat menggunakan m-banking. Mereka menggunakan m-banking, terutama untuk keperluan individu dan aktivitas sehari-hari daripada untuk membantu pekerjaan mereka, sehingga ekspektasi kinerja bukan merupakan faktor yang mempengaruhi mereka untuk menggunakan m-banking.

2.1.4 Examine the Technology of Acceptance Model Among Mobile Banking Users in Indonesia

Penelitian yang dilakukan Purwanto & Mutahar (2020) ini bertujuan untuk mengetahui faktor TAM dari intention to use dan use behaviors. Penelitian ini menggunakan strategi eksplanatori sekuensial dari metode campuran, melibatkan 140 responden di Jakarta untuk data kuantitatif, dan melakukan wawancara mendalam dengan beberapa responden yang mengisi survei data dalam pengumpulan data kuantitatif.



Gambar 2.5 Model Kerangka Penelitian Purwanto & Mutahar (2020)

Pada penelitian ini terdapat 4 hipotesis, yaitu:

- H1: Bagaimana pengaruh Perceived ease of use terhadap perceived usefulness
- H2: Bagaimana pengaruh Perceived ease of use terhadap intention to use
- H3: Bagaimana pengaruh Perceived usefulness terhadap intention to use
- H4: Bagaimana pengaruh Intention to use terhadap use behavior

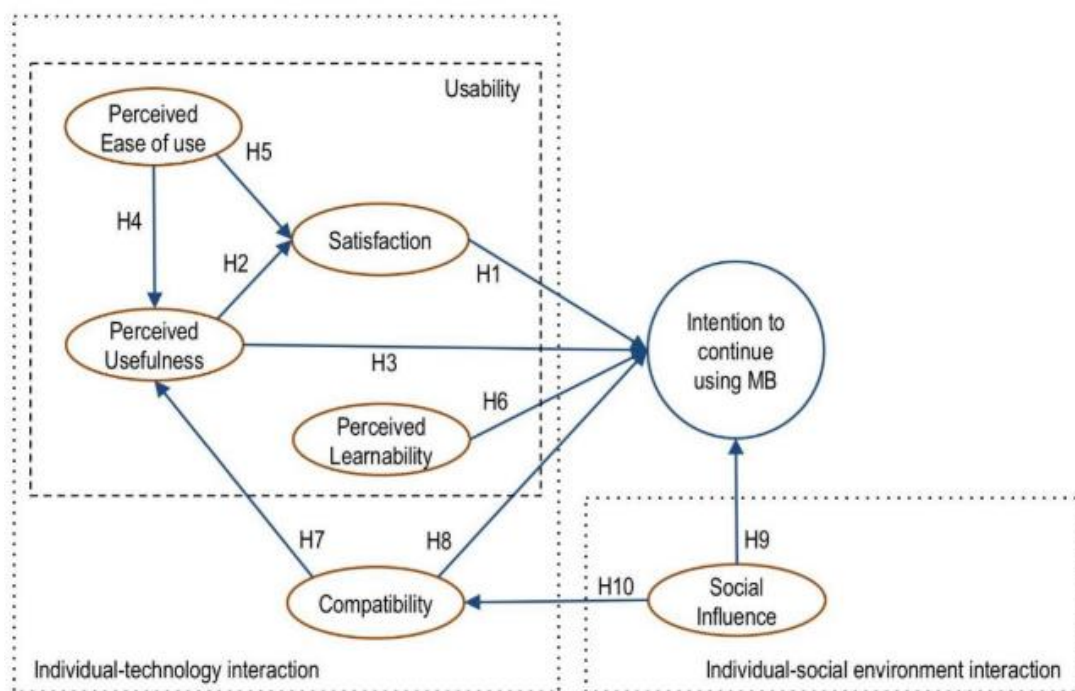
Studi ini membuktikan bahwa Perceived ease of use berpengaruh terhadap perceived usefulness secara signifikan, oleh karena itu, pihak perbankan harus meningkatkan dukungannya untuk mempermudah penggunaan m-banking guna meningkatkan persepsi nasabah tentang kegunaannya dan mendorong mereka untuk menggunakan m-banking. Kemudahan menjadi kunci ketertarikan masyarakat untuk menggunakannya, dan penelitian membuktikan hipotesis tersebut.

Perceived ease of use merupakan stimulus penting yang mendorong mereka untuk menggunakan mobile banking. Ketika nasabah merasa bebas dari kesulitan dan tidak memerlukan usaha yang keras, mereka akan berpikir bahwa m-banking itu mudah dan persepsi tentang kemudahan tersebut akan mendorong mereka untuk menggunakannya. Tetapi ketika pengguna kesulitan untuk mendaftarkan akun mereka, dan langkah-langkah transaksi yang rumit, itu akan menghalangi mereka untuk menggunakannya.

2.1.5 Examining The Role Of Usability, Compatibility And Social Influence In Mobile Banking Adoption In Indonesia

Penelitian yang dilakukan Sitorus et al. (2019) melaporkan temuan yang meneliti perilaku adopsi mobile banking di Indonesia dari perspektif interaksi. Secara khusus, makalah ini mengkaji usability, compatibility and social influence dalam menjelaskan niat pengguna untuk terus menggunakan mobile banking di Indonesia. Meskipun penelitian ini hanya menggunakan jumlah sampel yang relatif kecil, penelitian menunjukkan bahwa kegunaan dan kompatibilitas mempengaruhi niat untuk terus menggunakan mobile banking. Sebuah

studi empiris yang melibatkan jumlah sampel yang lebih besar diperlukan untuk memberikan bukti yang lebih baik untuk mengkonfirmasi peran penting kegunaan dan kompatibilitas dalam perilaku adopsi mobile banking. Sampel diambil dari beberapa populasi di Indonesia, Jabodetabek dan Bandung. Dari 381 responden di lakukan pemilihan data sehingga hanya tersisa sebanyak 319 responden. Model penelitian konseptual dievaluasi dengan Partial Least Squares – Structural Equation Modeling (PLS-SEM), menggunakan software SmartPLS 3. Terdapat 10 hipotesis pada penelitian ini, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.5



Gambar 2.6 Model Kerangka Penelitian Sitorus et al. (2019)

Terdapat 10 hipotesis pada penelitian ini, yaitu:

- H1: User satisfaction secara positif mempengaruhi intention to continue using mobile banking
- H2: Perceived usefulness secara positif mempengaruhi intention to continue using mobile banking
- H3: Perceived usefulness secara positif mempengaruhi user satisfaction
- H4: Perceived ease of use secara positif mempengaruhi perceived usefulness
- H5: Perceived ease of use secara positif mempengaruhi user satisfaction
- H6: Perceived learnability secara positif mempengaruhi intention to continue using mobile banking
- H7: Compatibility secara positif mempengaruhi perceived usefulness

- H8: Compatibility secara positif mempengaruhi intention to continue using mobile banking
- H9: Social influence secara positif mempengaruhi intention to continue using mobile banking
- H10: Social influence secara positif mempengaruhi compatibility

Studi ini telah menemukan bahwa intention to continue using mobile banking secara signifikan ditentukan oleh satisfaction, compatibility, perceived usefulness, perceived learnability and social influence. Satisfaction ditemukan memiliki pengaruh tertinggi pada niat penggunaan secara terus menerus. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan tidak hanya penting bagi nasabah bank dalam interaksi langsung di cabang fisik bank, tetapi juga dalam pengalaman mereka dalam menggunakan aplikasi mobile banking. Oleh karena itu, bank harus memfokuskan upayanya untuk meningkatkan kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi tersebut. Penelitian ini menemukan bahwa kepuasan sangat ditentukan oleh perceived ease of use dan perceived usefulness, oleh karena itu bank harus memastikan bahwa mobile banking mereka mudah digunakan dan bermanfaat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Niat untuk terus menggunakan mobile banking secara signifikan ditentukan oleh satisfaction, compatibility, perceived usefulness, perceived learnability and social influence. Kepuasan ditemukan memiliki pengaruh tertinggi pada niat penggunaan lanjutan.

Penelitian ini hanya menyelidiki sebagian kerangka perspektif interaksi, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memeriksa semua jenis interaksi dalam kerangka. Analisis perbedaan antara karakteristik sampel yang berbeda dan pengaruhnya terhadap niat untuk terus menggunakan mobile banking juga akan berkontribusi pada pemahaman yang lebih baik tentang perilaku adopsi nasabah terhadap aplikasi mobile banking.

2.1.6 Exploring The Use Of Mobile Banking: A Technology Acceptance Model

Approach

Penelitian yang dilakukan Aieni & Purwantini (2017) bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, kepercayaan, keamanan, dan risiko terhadap penggunaan mobile banking dengan mendasarkan pada konsep Technology Acceptance Model. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Magelang. Jumlah populasi sebanyak 271

orang, kemudian data yang digunakan sebanyak 119 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling.

Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan tidak berpengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa H1 dalam penelitian ini tidak diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa para nasabah belum begitu percaya bahwa penggunaan mobile banking dapat memberikan kontribusi positif bagi mereka. Kemudian persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking. Hasil tersebut menunjukkan bahwasanya para pengguna mobile banking belum yakin dengan penggunaan sistem tersebut akan bebas dari kesalahan, tidak merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan, sehingga H2 tidak diterima. Selanjutnya penelitian ini menemukan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking. Dari hasil tersebut, maka dapat dinyatakan bahwa H3 tidak diterima dan tidak membuktikan adanya pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan mobile banking. H3 pada penelitian ini tidak diterima karena responden merasa tidak yakin dan kurang percaya untuk menggunakan mobile banking. Hal ini dipicu oleh banyaknya kasus kejahatan siber dan penipuan melalui mobile banking, yang mengakibatkan kekawatiran dari responden untuk memberi informasi keuangan bila bertransaksi melalui mobile banking.

Kemudian penelitian ini menjelaskan bahwa faktor terpenting yang mempengaruhi penggunaan mobile banking adalah variabel keamanan. Keamanan dalam melakukan transaksi menggunakan mobile banking menjadi pertimbangan utama nasabah ketika akan menggunakan fasilitas tersebut, sehingga semakin besar keamanan yang dirasakan nasabah, maka akan semakin tinggi pula penggunaan layanan mobile banking.

2.1.7 Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology

Acceptance Model (TAM) Approach Modified

Penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati et al (2017) ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang akan mempengaruhi niat mahasiswa tentang niat untuk menggunakan aplikasi mobile banking guna mendukung aktivitas mereka sehari-hari. Penelitian ini mengadopsi model dari Technology Acceptance Model (TAM) yang telah dikembangkan oleh Davis (1989), dan dengan menambahkan tiga variabel external yaitu pengalaman, kompleksitas, dan gender. Model penelitian diuji secara empiris dengan menggunakan data survei terhadap mahasiswa di Universitas Jember. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan clustered random sampling. Didapat 120 responden yang

memenuhi syarat sebagai sampel, kemudian data dianalisis dengan menggunakan analisis Structural Equation Modelling (SEM) dengan menggunakan program AMOS 22.0.

Pada penelitian ini terdapat 7 hipotesis, yaitu:

- H1: Pengaruh Pengalaman (Experience) terhadap Kegunaan Persepsian (Perceived Usefulness)
- H2: Pengaruh Kompleksitas (Complexity) terhadap Kegunaan Persepsian (Perceived Usefulness)
- H3: Pengaruh Gender terhadap Kegunaan Persepsian (Perceived Usefulness)
- H4: Pengaruh Gender terhadap Kemudahan Penggunaan Persepsian (Perceived Ease of Use)
- H5: Pengaruh Kemudahan Penggunaan Persepsian (Perceived Ease of Use) terhadap Kegunaan Persepsian (Perceived Usefulness)
- H6: Pengaruh Kemudahan Penggunaan Persepsian (Perceived Ease of Use) terhadap Minat Penggunaan (Behavioral Intention to Use)
- H7: Pengaruh Kegunaan Persepsian (Perceived Usefulness) terhadap Minat Penggunaan (Behavioral Intention to Use)

Dari hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa pengalaman, kompleksitas dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap kegunaan persepsian (perceived usefulness). Persepsi terhadap Kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat penggunaan berpengaruh terhadap minat perilaku pengguna mobile banking.

2.1.8 Analisis Faktor-Faktor UTAUT dan Trust Terhadap Behavioral Intention

Pengguna BNI Mobile Banking Pada Pekerja Migran Indonesia

Penelitian yang dilakukan Rita & Fitria (2021) bertujuan untuk menelisik niat perilaku penggunaan BNI Mobile banking pada Pekerja Migran Indonesia (PMI) dengan menggunakan model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). Selain variabel utama dari UTAUT peneliti juga menambahkan variabel tambahan yaitu, variable Trust. Dimana Trust sendiri mendukung dalam menanamkan kepercayaan pengguna atau pelanggan baru dalam menggunakan BNI Mobile banking baik itu dari kepercayaan terhadap bank, kepercayaan terhadap internet, ataupun kepercayaan terhadap informasi mobile banking.

Penelitian ini bersifat kuantitatif, dengan menggunakan survey untuk meneliti perilaku individu atau kelompok, metode pengumpulan data yang digunakan dalam

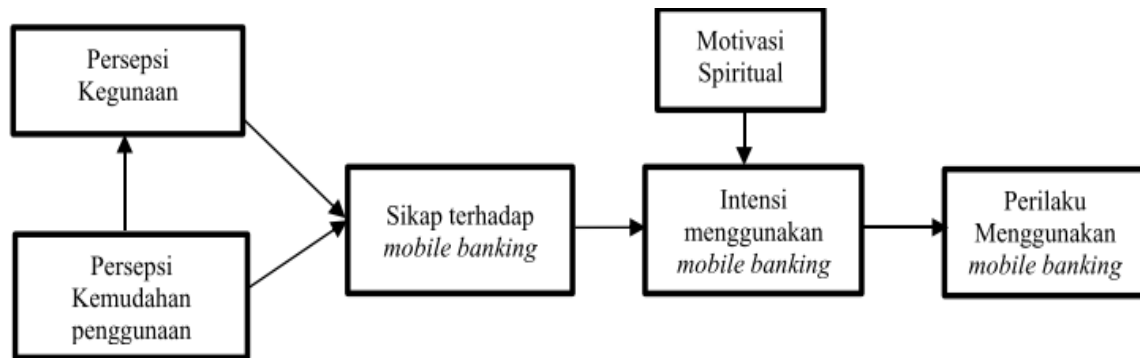
penelitian ini adalah survey kuesioner. Survey dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pekerja migran Indonesia (PMI) yang berada di tempat Pembekalan Akhir Pemberangkatan (PAP) tempat ini merupakan tempat para Pekerja Migran Indonesia (PMI) mendapatkan edukasi keuangan dari staff marketing BNI Remittance sebelum berangkat ke negara tujuan mereka untuk bekerja. Jumlah sampel adalah sebanyak 100 responden, dalam menentukan jumlah sampel digunakan pendekatan rumus Slovin. Selanjutnya metode analisis yang akan digunakan yaitu SEM – PLS atau metode Partial Least Square – Structural Equation Modeling, dan untuk pengolahan data penulis menggunakan software SmartPLS versi 3.0.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh Performance expectancy, Effort expectancy, Social influence, Facilitating conditions, dan Trust terhadap Behavioral intention pengguna BNI Mobile banking pada Pekerja Migran Indonesia secara simultan. Sedangkan, secara parsial hanya variabel Facilitating conditions yang memiliki pengaruh terhadap Behavioral intention pengguna BNI Mobile banking pada Pekerja Migran Indonesia, sedangkan Performance expectancy, Effort expectancy, Social influence, dan Trust tidak memiliki pengaruh terhadap Behavioral intention pengguna BNI Mobile banking pada Pekerja Migran Indonesia.

2.1.9 Penerimaan dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah:

Ekstensi Technology Acceptance Model

Penelitian yang dilakukan oleh Sukmawati et al. (2021) bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah terhadap penerimaan dan penggunaan layanan mobile banking perbankan syariah dengan menggunakan model teori Technology Acceptance Model (TAM) kemudian menambahkan variabel motivasi spiritual. Spiritualitas adalah sebuah konsep yang memiliki kedekatan dengan agama, motivasi spiritual memiliki kedudukan yang sangat penting. Motivasi spiritual merupakan motivasi yang memiliki hubungan dengan pemenuhan kebutuhan yang bersifat spiritual seperti aktualisasi diri dan agama. Dengan adanya motivasi spiritual dalam diri individu maka individu akan selalu melakukan setiap aktivitasnya dengan niat ibadah. Motivasi spiritual yang ada dalam diri seseorang akan berpengaruh secara langsung atau tidak langsung terhadap perilaku orang tersebut. Apabila orang tersebut memiliki tingkat spiritualitas yang tinggi maka orang tersebut akan mempertimbangkan segala sesuatu berdasarkan masalah.



Gambar 2.7 Model Kerangka Penelitian Sukmawati et al. (2021)

Pada penelitian ini terdapat 6 hipotesis, yaitu:

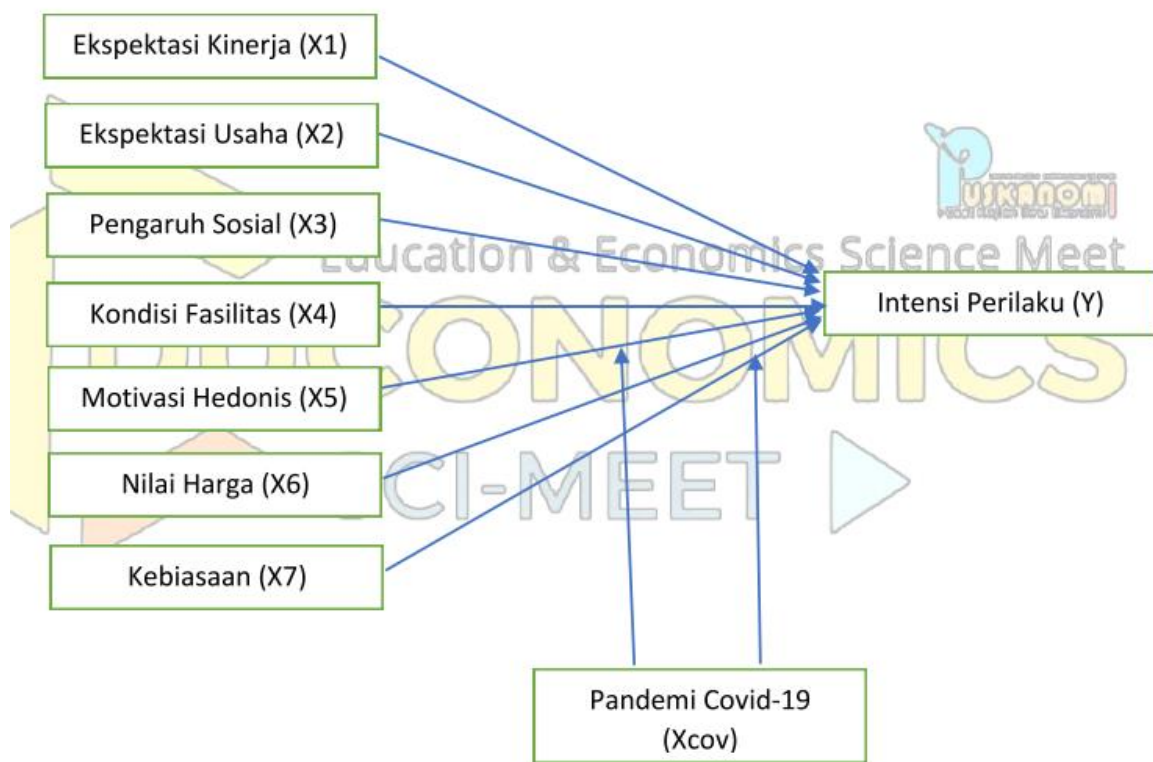
- H1: pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi kegunaan
- H2: pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap nasabah
- H3: pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap nasabah
- H4: pengaruh sikap nasabah terhadap intensi menggunakan mobile banking
- H5: pengaruh tingkat motivasi spiritual terhadap intensi menggunakan mobile banking
- H6: pengaruh intensi menggunakan mobile banking terhadap perilaku menggunakan mobile banking

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tingkat motivasi spiritual memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap intensi menggunakan mobile banking. Artinya semakin tinggi tingkat motivasi spiritual yang ada dalam diri nasabah maka niat nasabah untuk menggunakan layanan mobile banking juga akan semakin tinggi, hal tersebut dikarenakan nasabah yang menjadi responden dalam penelitian ini yakin bahwa dengan menggunakan mobile banking tidak melanggar aturan syariah, tanpa paksaan dan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri untuk mencapai kesejahteraan. Mereka juga meyakini bahwa transaksi melalui mobile banking adalah salah satu bagian dari muamalah.

2.1.10 Behavioral Intentions to Adopt Mobile Banking among Students with the Covid-19 Pandemic as Moderating Variable

Penelitian yang dilakukan oleh Pasaribu (2021) bertujuan untuk mengetahui hubungan faktor-faktor UTAUT 2 dengan perilaku penerimaan aplikasi mobile banking terhadap faktor moderasi pandemi Covid-19 dikalangan kaum muda, khususnya di kalangan mahasiswa dari universitas swasta di DKI Jakarta.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yakni dengan cara menerjemahkan pemahaman terhadap fenomena yang bersifat kualitatif kedalam angka kuantitatif sehingga dapat dianalisis dengan menggunakan statistik. Selain itu, penelitian ini juga bersifat asosiatif, karena bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penyebaran kuesioner dilakukan pada minggu pertama bulan April 2021 dan terkumpul 114 responden. Akan tetapi setelah melakukan *screening*, hanya 102 responden yang sesuai dengan kriteria. Pengolahan data menggunakan analisis deskriptif untuk variabel penelitian dan analisis regresi berganda untuk model penelitian.



Gambar 2.8 Model Kerangka Penelitian Pasaribu (2021)

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 tidak terbukti memberikan kontribusi sebagai variabel moderator pada hubungan Motivasi Hedonis dan Kebiasaan dengan tingkat penerimaan mobile banking di kalangan mahasiswa DKI Jakarta. Akan tetapi variabel pandemi Covid-19 terbukti sebagai variabel bebas yang mempengaruhi tingkat penerimaan mobile banking. Artinya motivasi hedonis merupakan motivasi kesenangan yang diperoleh berdasarkan penggunaan suatu sistem atau teknologi, dimana kondisi tersebut tidak dimoderatori oleh kondisi pandemi Covid-19. Kaum milenial sudah sangat familiar dengan adanya teknologi, sehingga tidak memerlukan faktor lain untuk memperkuat pengaruhnya dalam menggunakan teknologi mobile banking. Faktor

Motivasi Hedonis berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan mobile banking. Motivasi Hedonis didefinisikan sebagai tingkat kesenangan yang diperoleh dalam menggunakan teknologi baru. Oleh sebab itu pihak perbankan diharapkan dapat memberikan penawaran yang menarik dalam aplikasi mobile banking untuk meningkatkan kesenangan nasabah dalam menggunakan mobile banking, misalnya dengan adanya poin dalam setiap penggunaan mobile banking atau fitur lainnya yang ditawarkan seperti pembayaran cashless dengan QR Pay serta QRIS.

2.1.11 Kesimpulan Tinjauan Pustaka

Berdasarkan pemaparan tinjauan pustaka yang ada, maka dapat di tarik beberapa kesimpulan:

1. TAM (Technology Acceptance Model) dan UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) merupakan dua model yang paling banyak digunakan dalam memprediksi faktor - faktor penerimaan *mobile banking* di Indonesia.
2. Selain variabel utama TAM yang diperkenalkan (Davis et al., 1989) yaitu *Perceived Usefulness* (PU), *Perceived Ease Of Use* (PEOU), *Attitude towards using technology* (ATT), dan *Behavioral intention* (BI). *Social Influence* (SI) atau pengaruh sosial merupakan faktor yang dapat meningkatkan niat seseorang dalam menggunakan *mobile banking* di Indonesia. Hal tersebut sangat sesuai dengan karakteristik masyarakat Indonesia yang cenderung latah atau ikut - ikutan terhadap suatu trend.

BAB 3

Metodologi Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang saat ini dilakukan berjenis *explanatory research*. Menurut (Effendi & Singarimbun, 1995), *explanatory research* merupakan penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya untuk memberi penjelasan tentang mengapa dan bagaimana suatu hubungan dapat terjadi dalam suatu situasi.

3.2 Model yang diusulkan

Selain 4 variabel utama dari TAM, penelitian ini juga akan menambahkan 3 variabel eksternal. Variabel utama dari model TAM adalah *Perceived Usefulness* (PU), *Perceived Ease Of Use* (PEOU), *Attitude towards using technology* (ATT), dan *Behavioral intention* (BI). Sedangkan ketiga variabel eksternal yang akan ditambahkan adalah *Social Influence* (SI), *Perceived Risk* (PR), dan *Fear when using technology* (FUT).

3.2.1 Technology Acceptance Model

Technology Acceptance Model (TAM) digunakan untuk menjelaskan penerimaan pengguna terhadap sistem informasi tertentu. Menurut (Davis et al., 1989), TAM memberikan gambaran informatif dari proses pemilihan desain yang mempengaruhi penerimaan pengguna, sehingga dapat digunakan untuk memprediksi dan mengevaluasi penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi. Model TAM didasarkan pada dua variabel utama dalam memprediksi dan mengevaluasi penerimaan pengguna, yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan, yang akan mempengaruhi niat dan sikap seseorang, kemudian mempengaruhi seseorang dalam penggunaannya. Niat dan perilaku yang kemudian menggambarkan penggunaan sebenarnya dari sistem tertentu.

Selain itu, TAM yang diusulkan oleh (Davis et al., 1989) telah berkembang menjadi yang paling banyak digunakan karena dianggap sebagai perluasan paling berpengaruh dari TRA, menggantikan variabel yang berhubungan dengan sikap dan perilaku dengan ukuran penerimaan teknologi (Schierz et al., 2010).

TAM pertama kali diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1986 untuk menentukan perilaku penggunaan komputer. TAM adalah kerangka teoritis yang dirancang khusus untuk membantu menganalisis dan memperkirakan kecenderungan pengguna terhadap penerimaan teknologi informasi baru (Teoh Teng Tenk, M., Yew, H. C., & Heang, 2020) Kerangka asli dari TAM terdiri dari (Davis et al., 1989) :

a. *Perceived usefulness (PU)*

Perceived usefulness (PU) atau perspektif penggunaan merupakan suatu keadaan dimana seseorang percaya bahwa memakai suatu sistem tertentu akan dapat meningkatkan kinerjanya (Davis et al., 1989). PU merupakan variabel yang paling banyak signifikan dan penting dalam mempengaruhi sikap (*attitude*), niat (*behavioral intention*) dan perilaku (*behavioral*) di dalam menggunakan teknologi dari pada variabel lainnya (Bhagavatula et al., 2015)(Jogiyanto, 2007).

b. *Perceived ease of use (PEOU)*

Perceived ease of use atau perspektif kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat kemudahan dalam menggunakan sistem tertentu (Kitchenham Barbara, 2007).

c. *Attitude towards using technology (ATT)*

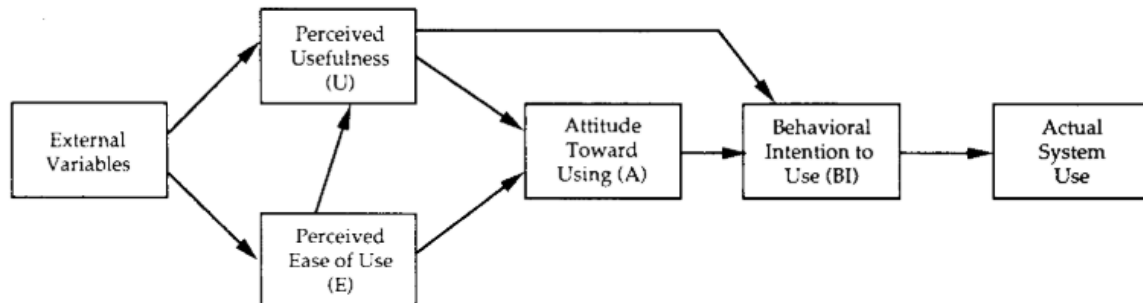
Attitude towards using technology didefinisikan oleh Davis, Bagozzi, and Warshaw (1989) sebagai perasaan positif atau negatif yang dirasakan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi tertentu. Dari berbagai penelitian sebelumnya Jogiyanto (2007) menyimpulkan bahwa sikap bisa berpengaruh secara positif terhadap niat perilaku (*behavioral intention*), namun beberapa penelitian lain juga menunjukkan bahwa sikap (*attitude*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan ke niat perilaku. Sehingga pada beberapa penelitian yang menggunakan TAM tidak melampirkan variabel sikap di dalam modelnya.

d. *Behavioral intention (BI)*

Dapat didefinisikan sebagai niat untuk menggunakan suatu teknologi dan kecenderungan perilaku untuk secara terus menerus menggunakannya. Variabel ini adalah variabel endogen dan dalam banyak penelitian yang menggunakan TAM menggambarkan penggunaan sistem aktual yang tidak diukur secara langsung.

e. *Actual system use atau Behavioral*

Actual system use atau pemakaian aktual adalah penggunaan system secara nyata. Saat ini actual system use sudah jarang digunakan dalam berbagai penelitian karena dianggap memiliki kesamaan dengan behavioral intention (BI).



Gambar 3.1 The technology Acceptance Model (TAM) (Davis et al., 1989)

3.2.2 Variabel Eksternal

Meskipun model TAM paling sering digunakan untuk menjelaskan niat perilaku seseorang dalam menggunakan teknologi, menambahkan variabel tertentu pada model diperlukan untuk menjelaskan niat menggunakan sebuah teknologi baru (Schierz et al., 2010). Penelitian ini akan menambahkan 3 variabel kedalam model awal TAM, adapun variabel tersebut adalah sebagai berikut:

a. *Social influence (SI)*

Pengaruh sosial dapat didefinisikan sebagai sejauh mana pengaruh yang diakibatkan oleh orang-orang yang dianggap penting (misalnya keluarga, kerabat dan teman) terhadap satu individu bahwa dia harus menggunakan teknologi tertentu (Venkatesh et al., 2003). Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menggunakan SI sebagai salah satu variabel dalam penerimaan suatu teknologi, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Wandira (2022) yang bertujuan untuk memverifikasi faktor penerimaan nasabah Bank Umum Syariah Indonesia, kemudian penelitian yang dilakukan Purwanto & Loisa (2020) yang melaporkan hasil investigasi implementasi model UTAUT terhadap niat dan perilaku penggunaan m-banking di kalangan nasabah Indonesia, juga penelitian yang dilakukan oleh Sitorus et al. (2019) melaporkan temuan yang meneliti perilaku adopsi mobile banking di Indonesia dari perspektif interaksi.

b. *Perceived Risk* (PR)

Dapat diartikan sebagai resiko yang mungkin terjadi pada saat penggunaan suatu teknologi. Layanan mobile banking membutuhkan dukungan jaringan telekomunikasi nirkabel yang baik, sehingga ketika terjadi kendala pada jaringan telekomunikasi tersebut transaksi akan terhambat. Perkembangan zaman yang begitu pesat juga memungkinkan terjadinya kejahatan dunia maya (cybercrime) (Böhme, 2013). Keamanan yang baik diyakini dapat meningkatkan penggunaan layanan elektronik. PR sebelumnya juga telah digunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh Kim et al., (2010) yang memeriksa keamanan dari sudut pandang pengguna *e-payment* di Korea, lalu penelitian yang dilakukan oleh Thakur & Srivastava (2014) tentang penerimaan pembayaran mobile di India.

c. *Fear when using technology* (FUT)

Dapat diartikan sebagai ketakutan yang dirasakan dalam menggunakan suatu teknologi. Rendahnya kesadaran akan teknologi merupakan salah satu faktor yang akan menjadi penghambat penggunaan layanan mobile banking. Tekanan terhadap penggunaan teknologi baru merupakan faktor penghambat untuk menggunakan suatu teknologi (Sharma et al., 2018). FUT juga telah digunakan dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Singh et al. (2020) yang melakukan penelitian mengenai faktor penentu dalam penggunaan dan rekomendasi layanan *mobile wallet* di India.

3.3 Hipotesis Penelitian

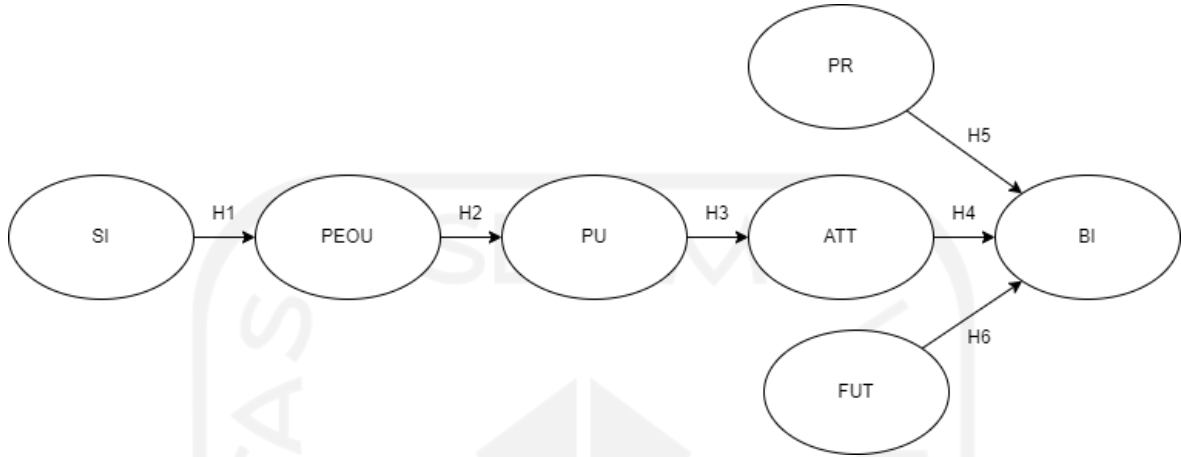
Hipotesis merupakan suatu pendapat atau dugaan yang bersifat sementara. Selain itu, hipotesis juga dapat diartikan sebagai suatu kemungkinan jawaban dari masalah yang diajukan. Berikut ini hipotesis yang ingin dibuktikan kebenarannya pada Tabel 3.1 dan Gambar 3.2

Tabel 3.1 Hipotesis dan Referensinya

| Kode | Hipotesis | Referensi |
|------|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| H1 | SI berpengaruh secara signifikan terhadap PEOU | Ketika seseorang terpengaruh oleh lingkungan sekitarnya terhadap penggunaan suatu teknologi, maka orang tersebut akan menganggap bahwa teknologi tersebut mudah digunakan. Referensi terkait: Wandira (2022) |

| | | |
|----|------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| H2 | PEOU berpengaruh secara signifikan terhadap PU | <p>Ketika sebuah teknologi dinilai mudah dalam penggunaannya, maka orang tersebut akan condong menilai lebih terhadap kegunaan suatu teknologi.</p> <p>Referensi terkait: Davis et al. (1989) Schierz et al. (2010) Purwanto & Mutahar (2020)</p> |
| H3 | PU berpengaruh secara signifikan terhadap ATT | <p>Ketika seseorang menilai bahwa suatu teknologi memiliki manfaat dan dapat mempermudah pekerjaannya, maka orang tersebut akan cenderung memiliki sikap untuk menerima teknologi tersebut.</p> <p>Referensi terkait: Davis et al. (1989) Schierz et al. (2010)</p> |
| H4 | ATT berpengaruh secara signifikan terhadap BI | <p>Ketika seseorang memiliki sikap untuk menerima suatu teknologi, maka orang tersebut akan cenderung memiliki niat untuk menggunakan teknologi tersebut.</p> <p>Referensi terkait: Davis et al. (1989) Kustono et al. (2020)</p> |
| H5 | PR berpengaruh secara signifikan terhadap BI | <p>Ketika seseorang memahami resiko dari suatu teknologi dengan baik, maka orang tersebut akan cenderung memiliki niat untuk menggunakan teknologi tersebut.</p> <p>Referensi terkait: Muhammad Taufik Hidayat et al. (2020) Tenk et al. (2020) Legi & Saerang (2020)</p> |
| H6 | FUT berpengaruh secara signifikan terhadap BI | <p>Ketika seseorang merasa takut dalam menggunakan suatu teknologi, maka hal tersebut</p> |

| | | |
|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | cenderung menghalangi niat orang tersebut untuk menggunakan teknologi itu. (Singh et al., 2020) |
|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------|



Gambar 3.2 Model TAM yang diusulkan

3.4 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan proses pengolahan data menjadi sebuah informasi, sehingga informasi tersebut dapat dipahami.

3.4.1 Metode *Structural Equation Model*

Structural equation model (SEM) adalah salah satu teknik statistik yang digunakan untuk membangun dan menguji model statistik yang biasanya dalam bentuk model sebab akibat. Sarwono (2010) menjelaskan SEM merupakan teknik statistik untuk menguji suatu model statistik yang biasanya berupa sebab akibat, SEM merupakan teknik untuk mengkonfirmasi dari analisis faktor, analisis jalur dan regresi dalam suatu kasus.

3.5 Metode Penarikan Sampel

Sub bab ini akan menjelaskan tentang tahapan data sampel dapat diperoleh guna kepentingan pada penelitian ini.

3.5.1 Prosedur Pengumpulan Data

Pada penelitian ini data dikumpulkan dengan metode pengisian kuesioner secara mandiri oleh pengguna layanan *mobile banking*. Kuesioner dibuat secara daring (dalam jaringan) dengan menggunakan bantuan Google Form agar dapat diakses tanpa adanya batasan

waktu dan tempat. Dari pembuatan kuesioner tersebut didapatkan tautan yang dapat disebarluaskan melalui sosial media.

3.5.2 Desain Kuesioner

Penelitian ini menerapkan *content validity*. *Content validity* merupakan pengadopsian item-item yang telah ada pada penelitian sebelumnya untuk diterapkan pada item penelitian sesuai dengan kebutuhan penelitian baik penelitian yang telah dipublikasikan di jurnal internasional maupun nasional (Raihan & Indira Rachmawati, 2019). Kemudian dilakukan beberapa modifikasi untuk melakukan penyesuaian kebutuhan penelitian sehingga item-item tersebut dapat mengukur variabel. Selanjutnya item-item tersebut digunakan sebagai acuan untuk pembuatan kuesioner.

Kuesioner pada penelitian ini memuat pertanyaan mengenai demografi responden, empat buah pernyataan terkait dengan variabel PEOU, empat buah pernyataan terkait dengan variabel PU, empat buah pernyataan terkait dengan variabel ATT, empat buah pernyataan terkait dengan variabel BI, empat buah pernyataan terkait dengan variabel PR, empat buah pernyataan terkait dengan variabel SI dan tiga buah pernyataan terkait dengan variabel FUT (dapat dilihat lebih lanjut pada Lampiran A). Pernyataan tersebut diberi penilaian menggunakan skala likert, yaitu:

- 1 = sangat tidak setuju
- 2 = tidak setuju
- 3 = netral
- 4 = setuju
- 5 = sangat setuju

3.5.3 Populasi dan Sampel Penelitian

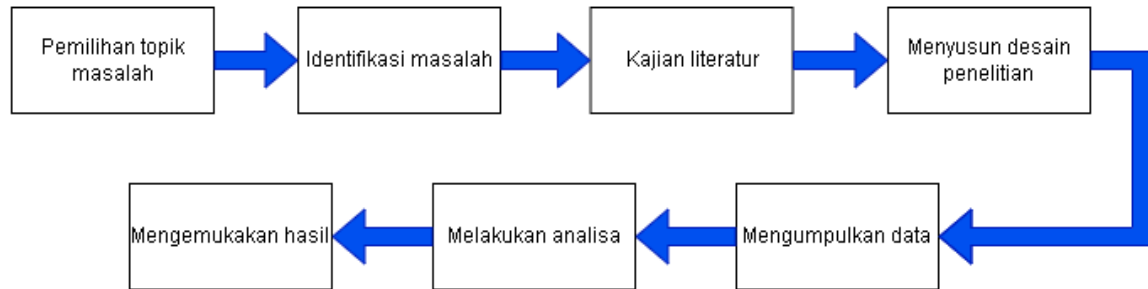
Penelitian ini akan menggunakan CL 95% dan MoE 5%. CL (*Confidence Level*) adalah tingkat keyakinan, sedangkan MoE (*Margin of Error*) adalah batas kesalahan yang dapat diterima terhadap suatu nilai dalam suatu survei. Peneliti menyusun daftar pertanyaan terkait layanan *mobile banking* yang kemudian disebarluaskan pada responden dalam bentuk sampel dari sebuah populasi. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh masyarakat Indonesia dengan kriteria pernah menggunakan layanan *mobile banking* dan berusia minimal 17 tahun.

3.5.4 Waktu Pengumpulan Data

Pengumpulan data sampel dilakukan selama kurang lebih tiga bulan, dimulai pada bulan Juni hingga Agustus 2021.

3.6 Tahapan Penelitian

Untuk melakukan penelitian yang baik diperlukan adanya langkah-langkah yang terencana sehingga penelitian yang dilakukan lebih terstruktur dan tepat sasaran.



Gambar 3.3 Tahapan Penelitian

BAB 4

Hasil dan Pembahasan

4.1 Karakteristik Responden

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh masyarakat Indonesia, tanpa adanya pengelompokan berdasarkan usia, jenis kelamin, jenjang pendidikan, pekerjaan ataupun aspek lainnya. Sampel yang akan digunakan merupakan masyarakat Indonesia dengan usia diatas 17 tahun. Pengambilan sampel dilakukan secara menyeluruh tanpa membatasi merek *smartphone* dan sistem operasi yang digunakan dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Setelah pengumpulan data selesai dilakukan, sampel yang terkumpul sejumlah 412 data. Karakteristik responden dapat dilihat pada Tabel 4.1

Tabel 4.1 Karakteristik Responden

| Karakteristik | Kategori | | Jumlah | Presentase |
|------------------|-----------------------------|----------------------------|--------|------------|
| Usia | 17 - 25 | | 245 | 59,47% |
| | 26 - 35 | | 150 | 36,41% |
| | >35 | | 17 | 4,13% |
| Jenis Kelamin | Laki-Laki | | 247 | 59,95% |
| | Perempuan | | 165 | 40,05% |
| Daerah Asal | Jawa | | 198 | 48,06% |
| | Luar Jawa | Sumatera | 161 | 39,08% |
| | | Kep Bali dan Nusa Tenggara | 9 | 2,18% |
| | | Kalimantan | 25 | 6,07% |
| | | Sulawesi | 16 | 3,88% |
| | | Papua | 3 | 0,73% |
| Daerah Domisili | Jawa | | 222 | 53,88% |
| | Luar Jawa | Sumatera | 138 | 33,50% |
| | | Kep Bali dan Nusa Tenggara | 11 | 2,67% |
| | | Kalimantan | 22 | 5,34% |
| | | Sulawesi | 12 | 2,91% |
| | | Papua | 5 | 1,21% |
| | Luar Negeri | | 2 | 0,49% |
| Sektor Pekerjaan | Negeri | | 68 | 16,50% |
| | Non Negeri | Swasta | 184 | 44,66% |
| | | Freelance | 76 | 18,45% |
| | Tidak Bekerja | | 84 | 20,39% |
| Bidang Pekerjaan | Perbankan dan Jasa Keuangan | | 71 | 17,23% |

| | | | |
|--------------------|----------------------------------------|-----|--------|
| | Lainnya | | |
| | Pelajar dan Mahasiswa | 63 | 15,29% |
| | Wiraswasta | 41 | 9,95% |
| | Teknologi Informasi dan Telekomunikasi | 24 | 5,83% |
| | Pegawai Pemerintah | 16 | 3,88% |
| | Jasa | 96 | 23,30% |
| | Pendidikan | 63 | 15,29% |
| | Tidak Bekerja | 38 | 9,22% |
| Jenjang Pendidikan | Sekolah Menengah Ke Bawah | 164 | 39,81% |
| | Diploma dan Sarjana | 199 | 48,30% |
| | Pasca sarjana | 49 | 11,89% |
| Pendapatan | Rendah | 348 | 84,47% |
| | Tinggi | 64 | 15,53% |

4.2 Hasil Penelitian

Setelah data sampel sudah memenuhi target yang ditentukan oleh peneliti, kemudian data tersebut diolah agar dapat menghasilkan informasi.

4.2.1 Analisis Deskriptif

Total sampel sejumlah 412 sampel pengguna layanan *mobile banking* yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Tabel 4.1 memberikan informasi demografis yaitu mengenai usia, jenis kelamin, daerah asal, daerah domisili, sektor pekerjaan, bidang pekerjaan, jenjang pendidikan, dan pendapatan. Informasi mengenai usia dibagi menjadi tiga kategori, yaitu usia 17-25 tahun, usia 26-35 tahun, dan usia lebih dari 35 tahun. Informasi mengenai jenis kelamin dibagi menjadi dua kategori, yaitu laki-laki dan perempuan. Informasi mengenai daerah asal dan domisili dibagi menjadi enam berdasarkan letak propinsinya, yaitu Jawa, Kepulauan Bali dan Nusa Tenggara, Kalimantan, Sulawesi, dan Papua. Informasi mengenai sektor pekerjaan dibagi menjadi tiga, yaitu negeri, non-negeri, dan tidak bekerja. Informasi mengenai bidang pekerjaan dibagi menjadi delapan bidang, yaitu perbankan dan jasa keuangan lainnya, pelajar dan mahasiswa, wiraswasta, teknologi informasi dan telekomunikasi, pegawai pemerintah, jasa, pendidikan, dan tidak bekerja. Informasi mengenai jenjang Pendidikan dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu SMA dan jenjang lebih rendah, diploma dan sarjana, magister dan doktoral. Informasi mengenai pendapatan dibagi menjadi dua kelompok, yaitu pendapatan rendah yang tidak wajib pajak dan pendapatan tinggi yang wajib pajak.

Berdasarkan data yang telah terkumpul, dapat diketahui bahwa Sebagian besar responden berusia 17-25 tahun mencapai 59,47% dari total sampel. Responden didominasi oleh responden dengan jenis kelamin laki-laki dengan presentase 59,95% dari total sampel. Berdasarkan daerah asal, responden didominasi oleh responden yang berasal dari Jawa dengan presentase 48,06% dari total responden, demikian juga berdasarkan domisili juga didominasi oleh responden yang berdomisili di Jawa dengan presentase 53,88%. Berdasarkan sektor pekerjaan, responden didominasi oleh responden yang berada ada sektor pekerjaan non-negeri dengan rincian swasta 44,66% dan *freelance* 18,45 persen dari keseluruhan responden. Berdasarkan bidang pekerjaan, sebagian besar responden bekerja di bidang jasa dengan presentase 23,30% dari keseluruhan responden. Berdasarkan jenjang pendidikan didominasi oleh responden dengan pendidikan diploma dan sarjana dengan presentase 48,30%. Kemudian berdasarkan pendapatan didominasi oleh responden dengan pendapatan rendah yang tidak wajib pajak dengan presentase sebesar 84,47% dari keseluruhan responden penelitian.

4.2.2 Evaluasi Kesesuaian Model

Pengujian validitas model dilakukan dengan beberapa evaluasi, yaitu:

a. *Individual Item Reliability*

Individual Item Reliability dilakukan dengan menghitung nilai *cross loading* dari masing-masing item pertanyaan krontruk laten. Reliabilitas yang tinggi apabila nilai *cross loading* mendekati angka 1, jika nilai yang didapat > 0,9 maka reliabilitas sempurna, jika nilai yang didapat antara 0,70 - 0,90 maka reliabilitas tinggi, jika hasilnya 0,50 - 0,70 maka reliabilitas moderat dan jika hasil yang didapat < 0,5 maka reliabilitas rendah (Sugiyono, 2007).

Tabel 4.2 Individual Item Reliability

| No. | Kode | Mean | Loading |
|-----|-------|-------|---------|
| 1 | si1 | 3,748 | 0,592 |
| 2 | si2 | 4,08 | 0,858 |
| 3 | si3 | 3,971 | 0,830 |
| 4 | si4 | 4,051 | 0,639 |
| 5 | peou1 | 4,493 | 0,837 |
| 6 | peou2 | 4,359 | 0,833 |
| 7 | peou3 | 4,498 | 0,744 |
| 8 | peou4 | 4,35 | 0,785 |

| | | | |
|----|------|-------|-------|
| 9 | pu1 | 4,488 | 0,867 |
| 10 | pu2 | 4,459 | 0,915 |
| 11 | pu3 | 4,354 | 0,761 |
| 12 | pu4 | 4,357 | 0,856 |
| 13 | att1 | 4,119 | 0,842 |
| 14 | att2 | 4,201 | 0,859 |
| 15 | att3 | 4,053 | 0,795 |
| 16 | att4 | 4,051 | 0,742 |
| 17 | pr1 | 3,893 | 0,830 |
| 18 | pr2 | 3,735 | 0,822 |
| 19 | pr3 | 3,833 | 0,750 |
| 20 | pr4 | 3,515 | 0,664 |
| 21 | bi1 | 4,015 | 0,787 |
| 22 | bi2 | 3,731 | 0,874 |
| 23 | bi3 | 3,704 | 0,860 |
| 24 | bi4 | 4,022 | 0,741 |
| 25 | fut1 | 3,687 | 0,877 |
| 26 | fut2 | 3,711 | 0,585 |
| 27 | fut3 | 3,388 | 0,718 |

b. *Heterotrait-Monotrait Rasio*

Heterotrait-Monotrait Rasio (HTMT) merupakan rata-rata semua korelasi lintas variabel yang bertujuan untuk mengukur rata-rata geometris dari rata-rata korelasi variabel yang sama. Berikut hasil dari HTMT pada model penelitian yang diajukan.

Tabel 4.3 Heterotrait-Monotrait Ratio

| Variabel | PEOU | PU | PR | ATT | SI | BI | FUT |
|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| PEOU | 1,000 | | | | | | |
| PU | 0,841 | 1,000 | | | | | |
| PR | 0,264 | 0,246 | 1,000 | | | | |
| ATT | 0,703 | 0,729 | 0,243 | 1,000 | | | |
| SI | 0,486 | 0,462 | 0,293 | 0,497 | 1,000 | | |
| BI | 0,552 | 0,577 | 0,193 | 0,728 | 0,544 | 1,000 | |
| FUT | 0,194 | 0,135 | 0,729 | 0,108 | 0,222 | 0,045 | 1,000 |

Nilai *heterotrait-monotrait ratio* (HTMT) bertujuan untuk mengetahui validitas diskriminan, apabila nilai HTMT $\leq 0,90$ maka dinyatakan memenuhi kriteria validitas diskriminan. Tabel 4.3 menunjukkan nilai HTMT dengan rentang 0,135 sampai 0,841 sehingga seluruh variabel memenuhi kriteria validitas diskriminan.

c. *Avarage Variance Extracted*

Nilai *Avarage Variance Extracted* (AVE) merupakan besar varian atau keragaman variabel yang dimiliki oleh konstruk laten. Apabila nilai AVE $\geq 0,50$ maka variabel dinyatakan dapat memenuhi validitas konvergen. Tabel 4.3 menunjukkan bahwa nilai AVE yang tertulis secara diagonal dan tercetak tebal pada semua variabel sebesar 1,00 yang artinya nilai AVE termasuk dalam kategori sangat baik.

d. *Chi-Squared test*

Chi-Squared test merupakan ukuran untuk mengevaluasi kesesuaian model secara keseluruhan dan menilai perbedaan antara sampel dan matriks kovarian. Hasil *Chi-Squared test* dapat dilihat pada Tabel 4.4.

e. *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR)

Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) merupakan akar kuadrat dari perbedaan antara matriks kovarian dan matriks kovarian model. Nilai SRME berkisar antara 0 sampai 1. Nilai SRMR menunjukkan kecocokan yang dapat diterima apabila nilainya lebih kecil dari 0,10. Hasil SRMR dapat dilihat pada Tabel 4.4.

f. *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA)

Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) merupakan nilai yang mengindikasikan kecocokan model yang dapat diterima jika menunjukkan nilai 0,08 atau kurang. Hal tersebut berfungsi untuk menghindari masalah ukuran sampel dengan penganalisisan perbedaan model yang dihipotesiskan dengan estimasi parameter yang dipilih. Hasil RMSEA dapat dilihat pada Tabel 4.4.

g. *Comparative Fit Index* (CFI)

Comparative Fit Index (CFI) berfungsi untuk menganalisis kecocokan model dengan memeriksa ketidaksesuaian antara data dan model yang dihipotesiskan dan menyesuaikan masalah ukuran sampel. Nilai CFI berkisar untuk 0 sampai 1 dengan nilai yang lebih besar menunjukkan kesesuaian yang lebih baik. Hasil CFI dapat dilihat pada Tabel 4.4.

h. *Tucker-Lewis Indeks (TLI)*

Tucker-Lewis Indeks (TLI) merupakan indeks kecocokan inkremental. Nilai TLI berkisar antara 0 sampai 1, dengan nilai yang lebih besar menunjukkan kesesuaian yang lebih baik. Hasil TLI dapat dilihat pada Tabel 4.4

Tabel 4.4 Fit Model

| Index | Nilai | Rekomendasi Nilai | Kesimpulan |
|------------|-------|--------------------------------|-----------------|
| X^2 / df | 3,336 | <3,00 (Saunders et al., 2007) | Tidak Terpenuhi |
| SRMR | 0,077 | <0,08 (Hu & Bentler, 1999) | Terpenuhi |
| RMSEA | 0,075 | <0,08 (MacCallum et al., 1996) | Terpenuhi |
| CFI | 0,919 | >0,95 (Hu & Bentler, 1999) | Tidak Terpenuhi |
| TLI | 0,908 | >0,95 (Hooper et al., 2008) | Tidak Terpenuhi |

Model menunjukkan kesesuaian yang baik apabila memenuhi kriteria *Two-Index Presesntation Strategy*, dengan memenuhi salah satu kombinasi dari:

- 1) TLI (nilai $\geq 0,95$) dan SRMR (nilai $\leq 0,08$)
- 2) RMSEA (nilai $\leq 0,08$) dan SRMR (nilai $\leq 0,08$)
- 3) CFI (nilai $\geq 0,95$) dan SRMR (nilai $\leq 0,08$)

Berdasarkan Tabel 4.4 yang telah dianalisis, model yang diajukan telah memenuhi salah satu syarat *Two-Index Presesntation Strategy* yaitu pada kategori yang kedua yaitu nilai RMSEA sebesar 0,075 di bawah 0,08 dan nilai SRMR sebesar 0,077 di bawah 0,08.

4.2.3 *Standardized Estimate Path Coefficient*

Proses analisis menerapkan metode SEM dilakukan dengan beberapa tahap. Tahap pertama melakukan perhitungan efek antar variabel secara langsung atau *direct effect*. Tahap kedua adalah melakukan perhitungan *indirect effect* atau efek tidak langsung. Kemudian terakhir menghitung total *Standardized Estimate* setiap variabel.

a. *Direct Effect*

Direct effect adalah koefisien dari semua koefisien garis dengan satu panah ujung berdasarkan dari model yang ada pada Gambar 3.2. Hasil perhitungan dari *direct effect* dapat dilihat pada Tabel 4.5

Tabel 4.5 Direct Effect

| Direct Path | Estimate | Std. Error | P(> Z) | Std. Coefficient |
|-------------|----------|------------|---------|------------------|
| SI – PEOU | 0,370 | 0,044 | 0,000 | 0,503*** |
| PEOU - PU | 0,888 | 0,053 | 0,000 | 0,836*** |
| PU – ATT | 0,852 | 0,056 | 0,000 | 0,746*** |
| ATT - BI | 0,702 | 0,055 | 0,000 | 0,687*** |
| PR – BI | 0,204 | 0,076 | 0,007 | 0,218*** |
| FUT – BI | -0,245 | 0,089 | 0,006 | (-)0,234*** |

Catatan: signifikansi level * pada 0,05, ** pada 0,01, *** pada 0,001

Berdasarkan tabel di atas, keseluruhan dari enam *direct path* dikatakan signifikan karena memiliki nilai $P < 0,05$. Variabel Perceived Ease Of Use (PEOU) menunjukkan nilai p sebesar 0,000 yang mana nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 dengan nilai koefisien sebesar 0,836, maka dapat disimpulkan bahwa ketika seorang nasabah menganggap *mobile banking* mudah dalam penggunaannya, maka orang tersebut akan condong menilai lebih terhadap manfaat penggunaan aplikasi tersebut.

b. Indirect Effect BI

Indirect effect atau efek tidak langsung yaitu nilai efek dari satu variabel ke variabel akhirnya, yaitu BI melalui variabel perantara yang melewatinya. Hasil perhitungan dari *indirect effect* ini dapat dilihat pada Tabel 4.6. Ketiga variabel dikatakan signifikan karena memiliki nilai $P < 0,05$.

Tabel 4.6 Indirect Effect

| Direct Path | Estimate | Std. Error | P(> Z) | Std. Coefficient |
|-------------|----------|------------|---------|------------------|
| PU - BI | 0,598 | 0,055 | 0,000 | 0,512*** |
| PEOU - BI | 0,531 | 0,053 | 0,000 | 0,428*** |
| SI - BI | 0,196 | 0,029 | 0,000 | 0,215*** |

Catatan: signifikansi level * pada 0,05, ** pada 0,01, *** pada 0,001

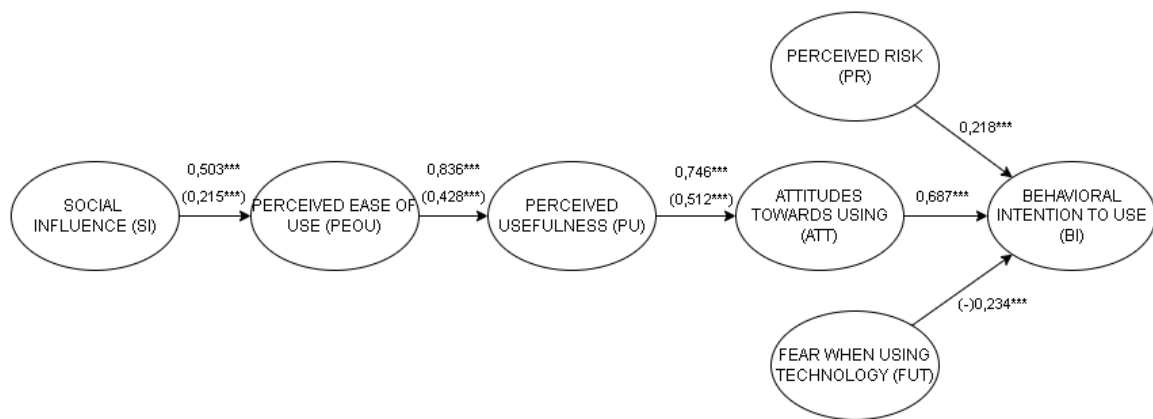
c. Total Standardized Estimate Terhadap BI

Untuk menghitung total *effect* dari masing-masing variabel terhadap variabel endogen BI guna menentukan faktor yang mempengaruhi penerimaan layanan *mobile banking* di Indonesia, dihitung dengan cara menjumlahkan hasil *direct effect* dan *indirect effect*. Hasil perhitungannya dapat dilihat pada Tabel 4.7 dan Gambar 4.1

Tabel 4.7 Total Standardized Estimate

| Direct Path | Indirect | Direct | P(> Z) | Total Effect |
|-------------|----------|--------|---------|--------------|
| SI – BI | 0,215 | - | 0,000 | 0,215*** |
| PEOU – BI | 0,428 | - | 0,000 | 0,428*** |
| PU – BI | 0,512 | - | 0,000 | 0,512*** |
| ATT - BI | - | 0,687 | 0,000 | 0,687*** |
| PR – BI | - | 0,218 | 0,007 | 0,218*** |
| FUT – BI | - | -0,234 | 0,006 | -0,234*** |

Catatan: signifikansi level * pada 0,05, ** pada 0,01, *** pada 0,001



Gambar 4.1 Standardized Estimate BI

Variabel *attitude towards using* (ATT) merupakan variabel yang signifikan dan paling berpengaruh dalam penerimaan aplikasi *mobile banking* karena memiliki nilai *Standardized Estimate* tertinggi, yaitu 0,687 dengan nilai $p < 0,001$. Sikap pengguna yang menerima adanya teknologi baru untuk pelayanan perbankan melalui aplikasi *mobile banking* akan membuat pengguna menerima untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* untuk kegiatan pelayanan perbankan sehari-hari. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan de Luna et al. (2019) yang menunjukkan bahwa *attitude towards using* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use* aplikasi pembayaran non tunai menggunakan SMS, NFC, dan QR di Spanyol.

Hasil pada variabel *perceived usefulness* menunjukkan nilai $p < 0,001$ dengan nilai koefisien sebesar 0,512. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang signifikan dalam penerimaan aplikasi *mobile banking*. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Schierz et al. (2010) dan de Luna et al. (2019) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap

terhadap penerimaan pembayaran non tunai. Pengguna aplikasi mobile banking dapat menilai bahwa kegunaan dari adanya aplikasi mobile banking dapat mempermudah urusan perbankan sehari-hari tanpa harus ke bank secara langsung sehingga pengguna cenderung memiliki sikap untuk menerima dan menggunakan aplikasi *mobile banking*.

Hasil variabel *perceived ease of use* menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap penerimaan mobile banking di Indonesia dengan nilai $p < 0,001$ yang mana lebih kecil dari 0,05 dan nilai koefisien sebesar 0,428. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh de Luna et al. (2019) dan Schierz et al. (2010) bahwa *perceived ease of use* berpengaruh terhadap penerapan pembayaran non tunai. Kemudahan penggunaan aplikasi *mobile banking* dalam keperluan perbankan sehari-hari akan meningkatkan minat nasabah dalam menggunakannya.

Pada variabel *social influence* menunjukkan nilai $p < 0,001$ yang mana nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 dengan nilai koefisien sebesar 0,215, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *social influence* berpengaruh signifikan terhadap penerimaan aplikasi *mobile banking* di Indonesia. Pengaruh dari lingkungan sekitar terhadap adanya teknologi baru dalam hal ini adalah *mobile banking* membuat responden memiliki niat untuk menggunakan aplikasi tersebut. Hasil pada penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh de Luna et al. (2019) bahwa *social influence* berpengaruh signifikan terhadap sistem pembayaran non tunai dengan menggunakan SMS (*Short Message Service*), NFC (*Near Field Communication*), dan QR (*Quick Response*) di Spanyol.

Hasil pengujian pada variabel *perceived risk* menunjukkan nilai p sebesar 0,007 dengan koefisien sebesar 0,218 sehingga dapat disimpulkan bahwa *perceived risk* berpengaruh signifikan terhadap penerimaan aplikasi mobile banking di Indonesia. Pengguna mobile banking yang memahami tentang risiko yang timbul dari penggunaan aplikasi *mobile banking* dengan baik akan membuat pengguna memiliki niat untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* untuk kegiatan perbankan sehari-hari. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Singh et al. (2020) yang menunjukkan bahwa *perceived risk* berpengaruh terhadap *intention to use* aplikasi dompet digital di India.

Hasil pengujian pada variabel *fear when using technology* menunjukkan nilai p sebesar 0,006 dengan koefisien sebesar -0,234 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *fear when using technology* berpengaruh signifikan negatif terhadap *behavioral intention to use*. Adanya ketakutan dalam menggunakan teknologi baru dalam hal ini adalah aplikasi

mobile banking membuat niat untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* menjadi berkurang. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Sharma et al. (2018) yang menyatakan bahwa tekanan terhadap penggunaan teknologi baru merupakan faktor penghambat dalam penggunaan dompet digital di beberapa negara Timur-Tengah.

Ketiga faktor eksternal yang ditambahkan kedalam model TAM terdahulu yakni *Social Influence* (SI), *Perceived Risk* (PR) dan *Fear When Using Technology* (FUT) berpengaruh sama besar terhadap Behavioral Intention to Use. Hanya saja *Social Influence* (SI) dan *Perceived Risk* (PR) memiliki pengaruh positif terhadap penerimaan aplikasi *mobile banking* di Indonesia, sedangkan *Fear When Using Technology* (FUT) berpengaruh negatif terhadap penerimaan aplikasi *mobile banking* di Indonesia.

4.2.4 Rangkuman Hasil Analisis Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, terdapat 6 hipotesis dalam model yang diajukan pada penelitian ini. Hipotesis dinyatakan diterima apabila masing-masing hipotesis memiliki nilai $p < 0,05$. Berikut merupakan rangkuman hasil analisis hipotesis yang telah dilakukan.

Tabel 4.8 Rangkuman Hasil Analisis

| Kode | Hipotesis | Hasil | Kesimpulan |
|------|-----------|------------------------|------------|
| H1 | SI – PEOU | Berpengaruh signifikan | Diterima |
| H2 | PEOU - PU | Berpengaruh signifikan | Diterima |
| H3 | PU – ATT | Berpengaruh signifikan | Diterima |
| H4 | ATT - BI | Berpengaruh signifikan | Diterima |
| H5 | PR – BI | Berpengaruh signifikan | Diterima |
| H6 | FUT – BI | Berpengaruh signifikan | Diterima |

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari 6 hipotesis yang diajukan, seluruh hipotesis diterima karena masing-masing hipotesis memiliki nilai $p < 0,05$. *Social Influence* (SI) berpengaruh secara signifikan terhadap *Perceived Ease Of Use* (PEOU), *Perceived Ease Of Use* (PEOU) berpengaruh secara signifikan terhadap *Perceived Usefulness* (PU), *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh secara signifikan terhadap *Attitude towards using technology* (ATT), *Attitude towards using technology* (ATT) berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral intention* (BI), *Perceived Risk* (PR) berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral intention* (BI), *Fear when using technology* (FUT) berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral intention* (BI).

Artinya Mereka yang dikelilingi oleh orang-orang yang menggunakan aplikasi *mobile banking* akan menganggap bahwa aplikasi tersebut mudah untuk digunakan, setelah penggunaan aplikasi tersebut dirasa mudah maka pengguna akan merasa bahwa penggunaannya memiliki manfaat lebih. Kemudian hal tersebut menentukan sikap orang tersebut dalam penggunaan aplikasi *mobile banking*. Selanjutnya sikap dan pemahaman akan resiko yang mungkin terjadi dalam penggunaan aplikasi ini menentukan niat seseorang dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*. Sedangkan rasa takut menjadi faktor yang dapat menghalangi niat seseorang untuk menggunakan aplikasi *mobile banking*.



BAB 5

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan model berbasis TAM untuk menjelaskan faktor-faktor yang menentukan penerimaan *mobile banking* di Indonesia. Berbagai indikator *goodness of fit* dari model ini yaitu $X^2 / df = 3,336$; SRMR = 0,077; RMSEA = 0,075; CFI = 0,919; TLI = 0,908, model yang diajukan telah memenuhi salah satu syarat *Two-Index Presentation Strategy* yaitu pada kategori yang kedua yaitu nilai RMSEA sebesar 0,075 di bawah 0,08 dan nilai SRMR sebesar 0,077 di bawah 0,08. Model menunjukkan *discriminaty validity* yang baik berdasarkan nilai HTMT dan *individual item reliability* yang tinggi berdasarkan nilai *loading*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan dalam penelitian diterima. *Social influence* (SI) berpengaruh secara signifikan terhadap *Perceived Ease of Use* (PEOU), *Perceived Ease of Use* (PEOU) berpengaruh secara signifikan terhadap *Perceived Usefulness* (PU), *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh secara signifikan terhadap *Attitude Towards Using* (ATT), *Attitude Towards Using* (ATT) berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* (BI), *Perceived Risk* (PR) berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* (BI), dan *Fear when Using Technology* berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* (BI).

Mereka yang dikelilingi oleh orang-orang yang menggunakan aplikasi *mobile banking* akan menganggap bahwa aplikasi tersebut mudah untuk digunakan, setelah penggunaan aplikasi tersebut dirasa mudah maka pengguna akan merasa bahwa penggunaannya memiliki manfaat lebih. Kemudian hal tersebut menentukan sikap orang tersebut dalam penggunaan aplikasi *mobile banking*. Selanjutnya sikap dan pemahaman akan resiko yang mungkin terjadi dalam penggunaan aplikasi ini menentukan niat seseorang dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*. Sedangkan rasa takut menjadi faktor yang dapat menghalangi niat seseorang untuk menggunakan aplikasi *mobile banking*.

5.2 Saran

Penelitian ini memiliki beberapa saran, yaitu saran teoritis dan saran praktis.

5.2.1 Saran Teoritis

Saran teoritis ditujukan untuk peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti dengan tema atau model yang sama:

1. Model penelitian dapat diadopsi untuk menganalisis faktor penerimaan pada aplikasi *mobile banking* tertentu seperti *m-banking* bank BCA, *m-banking* bank BNI, atau bank lainnya dan dapat memberikan batasan pada lokasi penelitian.
2. Model penelitian juga dapat diadopsi untuk menganalisis faktor penerimaan pada aplikasi yang memiliki sistem yang sama dengan *mobile banking*.
3. Penelitian selanjutnya dapat meneliti pengaruh demografi seperti jenis kelamin, usia, daerah asal, daerah domisili, bidang pekerjaan dan berbagai faktor lainnya terhadap model yang sudah ada.

5.2.2 Saran Praktis

Saran praktis ditujukan untuk penyelenggara, penyedia layanan, atau pengelola *mobile banking*, yaitu:

1. Penerimaan *mobile banking* dipengaruhi oleh *perceived risk*, *attitude towards using*, dan *fear when using technology*. Faktor-faktor tersebut dapat dijadikan prioritas yang diperhatikan dalam membuat layanan *mobile banking* agar lebih mudah diterima oleh masyarakat meskipun digunakan oleh pemula.
2. Penyedia layanan dapat memperhatikan juga faktor yang dapat memengaruhi *attitude towards using* atau sikap terhadap pengaplikasian *mobile banking*. Faktor-faktor tersebut adalah pengaruh sosial, persepsi kemudahan, dan persepsi kegunaan terhadap *mobile banking*.
3. Hasil penelitian secara umum dapat digunakan untuk merencanakan strategi pengembangan *mobile banking* dengan tujuan untuk meningkatkan keefektivitasan penggunaan *mobile banking* yang dilakukan oleh masyarakat.

Daftar Pustaka

- Aieni, A. nur, & Purwantini, A. H. (2017). Exploring The Use of Mobile Bankinh: a Technology Acceptance Model Approach. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 15, 1–11. www.sharevision.com
- Apanasevic, T., Markendahl, J., & Arvidsson, N. (2016). *Stakeholders' expectations of mobile payment in retail: lessons from Sweden*.
- Bhagavatula, C., Ur, B., Iacovino, K., Kywe, S. M., Cranor, L. F., & Savvides, M. (2015). Biometric Authentication on iPhone and Android: Usability, Perceptions, and Influences on Adoption. *Proceedings 2015 Workshop on Usable Security, February*. <https://doi.org/10.14722/usec.2015.23003>
- Böhme, R. (2013). The economics of information security and privacy. In *The Economics of Information Security and Privacy*. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-39498-0>
- Carlson, J., Furst, K., Lang, W. W., & Nolle, D. E. (2001). Internet Banking : Market Developments and Regulatory Issues. *Economic Policy*, 2001(May), 1–33.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- de Luna, I. R., Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2019). Mobile payment is not all the same: The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied. *Technological Forecasting and Social Change*, 146(September 2018), 931–944. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.09.018>
- DeYoung, R., Lang, W. W., & Nolle, D. L. (2007). How the Internet affects output and performance at community banks. *Journal of Banking and Finance*, 31(4), 1033–1060. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2006.10.003>
- Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Jeyaraj, A., Clement, M., & Williams, M. D. (2019). Re-examining the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT): Towards a Revised Theoretical Model. *Information Systems Frontiers*, 21(3), 719–734. <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9774-y>
- Effendi, S., & Singarimbun, M. (1995). *Metode penelitian survai*. LPE3S.
- Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. R. (2008). Evaluating Model Fit: a Synthesis of the Structural Equation Modelling Literature presented at the 7th European Conference on Research Methodology for Business and Management Studies,. *Conference Papers*

School of Management, 0–10.

- Hossain, A., Quaresma, R., & Rahman, H. (2019). Investigating factors influencing the physicians' adoption of electronic health record (EHR) in healthcare system of Bangladesh: An empirical study. *International Journal of Information Management*, 44(May 2018), 76–87. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.09.016>
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1–55. <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Jogiyanto, H. M. (2007). Sistem informasi keperilakuan / Jogiyanto HM. In *Andi Offset* (Vol. 6, Issue 2). Andi Offset.
- Kim, C., Tao, W., Shin, N., & Kim, K. S. (2010). An empirical study of customers' perceptions of security and trust in e-payment systems. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(1), 84–95. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2009.04.014>
- Kitchenham Barbara, and S. C. (2007). Guidelines for performing systematic literature reviews in software engineering. *Technical Report, Ver. 2.3 EBSE Technical Report. EBSE*.
- Kurniawati, H. A., Arif, A., & Winarno, W. A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 24. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v4i1.4563>
- Kustono, A. S., Nanggala, A. Y. A., & Mas'ud, I. (2020). Determinants of the Use of E-Wallet for Transaction Payment among College Students. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 23(1), 85–95. <https://doi.org/10.14414/jebav.v23i1.2245>
- Legi, D., & Saerang, R. T. (2020). The Analysis of Technology Acceptance Model (TAM) On Intention To Use of E-Money in Manado (Study On: GOPAY, OVO, DANA). *Jurnal EMBA*, 8(4), 624–632.
- Levani, Prastya, & Mawaddatunnadila. (2021). Coronavirus Disease 2019 (COVID-19): Patogenesis, Manifestasi Klinis dan Pilihan Terapi. *Jurnal Kedokteran Dan Kesehatan*, 17(1), 44–57. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/JKK/article/view/6340>
- MacCallum, R. C., Browne, M. W., & Sugawara, H. M. (1996). Power analysis and determination of sample size for covariance structure modeling. *Psychological Methods*, 1(2), 130–149. <https://doi.org/10.1037/1082-989X.1.2.130>
- Muhammad Taufik Hidayat, Qurrotul Aini, & Elvi Fetrina. (2020). Penerimaan Pengguna

- E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus). *Jurnal Nasional Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi*, 9(3), 239–247. <https://doi.org/10.22146/v9i3.227>
- Nasruddin, R., & Haq, I. (2020). Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Masyarakat Berpenghasilan Rendah. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(7). <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i7.15569>
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61, 404–414. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Pasaribu, P. N. (2021). The Nexus of Covid-19 Pandemic and Behavioral Intention in Using Mobile Banking among Students. *Duconomics Sci-Meet (Education & Economics Science Meet)*, 1, 402–413. <https://doi.org/10.37010/duconomics.v1.5487>
- Purwanto, E., & Loisa, J. (2020). The Intention and Use Behaviour of the Mobile Banking System in Indonesia: UTAUT Model. *Technology Reports of Kansai University*, 62(6), 2757–2767.
- Purwanto, E., & Mutahar, A. M. (2020). Examine the Technology of Acceptance Model Among Mobile Banking Users in Indonesia. *Technology Reports of Kansai University*, 62(7), 3969–3979.
- Raihan, T., & Indira Rachmawati, I. S. (2019). Analyzing Factors Influencing Continuance Intention Of E-Wallet Adoption Using UTAUT 2 Model (A Case Study Of Dana In Indonesia). *E-Proceeding of Management*, 6(2), 3717.
- Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., Williams, M. D., & Weerakkody, V. (2014). Investigating success of an e-government initiative: Validation of an integrated IS success model. *Information Systems Frontiers*, 17(1), 127–142. <https://doi.org/10.1007/s10796-014-9504-7>
- Resita, I. N., & Baridwan, Z. (2015). DETERMINAN INDIVIDU TERHADAP PENGGUNAAN MOBILE BANKING: PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) (Studi pada Masyarakat Pengguna Mobile Banking di Kabupaten Lamongan). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 151, 10–17. <https://doi.org/10.1145/3132847.3132886>
- Rita, R., & Fitria, M. H. (2021). Analisis Faktor-Faktor UTAUT dan Trust Terhadap Behavioral Intention Pengguna BNI Mobile Banking Pada Pekerja Migran Indonesia. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 926–939. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.453>

- Sarwono, J. (2010). Pengertian Dasar Structural Equation Modeling (SEM). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 173–182.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2007). Principles and practices of structural equation modelling 4th edition. In *Methodology in the social sciences*.
- Schierz, P. G., Schilke, O., & Wirtz, B. W. (2010). Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(3), 209–216. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2009.07.005>
- Sharma, S. K., Mangla, S. K., Luthra, S., & Al-Salti, Z. (2018). Mobile wallet inhibitors: Developing a comprehensive theory using an integrated model. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 45(August), 52–63. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.08.008>
- Singh, N., Sinha, N., & Liébana-Cabanillas, F. J. (2020). Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence. *International Journal of Information Management*, 50(May 2019), 191–205. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.022>
- Sitorus, H. M., Govindaraju, R., Wiratmadja, I. I., & Sudirman, I. (2019). Examining the role of usability, compatibility and social influence in mobile banking adoption in Indonesia. *International Journal of Technology*, 10(2), 351–362. <https://doi.org/10.14716/ijtech.v10i2.886>
- Sugiyono. (2007). Statistika Untuk Penelitian. In E. Mulyatiningsih (Ed.), *Statika Untuk Penelitian* (Vol. 12). CV ALFABETA.
- Sukmawati, H., Joni, Farizal Rasyid, A., & Kurniaputri, M. R. (2021). Penerimaan dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah: Ekstensi Technology Acceptance Model. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3), 1845–1857. <http://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/3615>
- Tenk, T. T., M., Yew, H. C., & Heang, L. T. (2020). International Journal of Research in Commerce and Management Studies. *International Journal of Research in Commerce and Management Studies*, 2(2), 216–233.
- Teoh Teng Tenk, M., Yew, H. C., & Heang, L. T. (2020). E-WALLET ADOPTION: A CASE IN MALAYSIA. *International Journal of Research in Commerce and Management Studies*, 2(2), 216–233.
- Thakur, R., & Srivastava, M. (2014). Adoption readiness, personal innovativeness, perceived risk and usage intention across customer groups for mobile payment

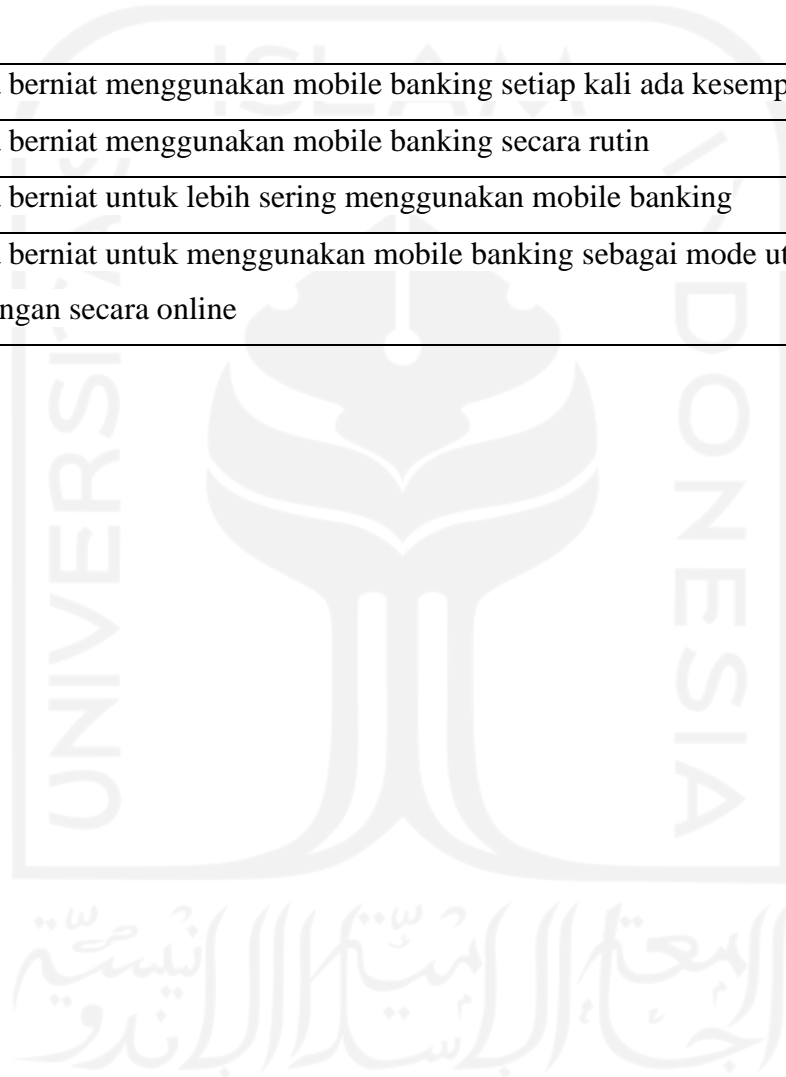
- services in India. *Internet Research*, 24(3), 369–392. <https://doi.org/10.1108/IntR-12-2012-0244>
- Tirtana, I., & Sari, S. P. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Seminar Nasional Dan Call For Paper*, 25, 671–688.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Wandira, R. (2022). Customer Acceptance Analysis of Islamic Bank of Indonesia Mobile Banking Using Technology Acceptance Model (TAM). *IJIS: International Journal of Informatics and Information Systems*, 5(2), 92–100. <https://doi.org/10.47738/ijis.v5i2.132>
- Widanengsih, E. (2021). Technology Acceptance Model to Measure Customer'S Interest to Use Mobile Banking. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(1), 73–82. <http://www.jiemar.org>
- Yao, M., Di, H., Zheng, X., & Xu, X. (2018). Impact of payment technology innovations on the traditional financial industry: A focus on China. *Technological Forecasting and Social Change*, 135(December 2017), 199–207. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.12.023>
- Yudaruddin, R. (2020). Mobile Banking, Kinerja dan Stabilitas Keuangan: Studi Empiris di Perbankan Indonesia Digital. *Otoritas Jasa Keuangan*, Vol. 2, No(1), 1–29. https://www.ojk.go.id/id/data-dan-statistik/research/prosiding/Documents/BRKP_Vol.2_Oktober_2020.pdf
- Zhang, L., Zhu, J., & Liu, Q. (2012). *Author ' s personal copy Computers in Human Behavior*.

LAMPIRAN A

Kuesioner

| No | Pertanyaan |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Mobile banking mudah untuk digunakan |
| 2 | Penggunaan mobile banking jelas dan mudah dimengerti |
| 3 | Transaksi keuangan menggunakan mobile banking tidak membutuhkan banyak waktu dan energi |
| 4 | Saya dapat dengan mudah menguasai cara melakukan transaksi keuangan dengan menggunakan mobile banking |
| 5 | Penggunaan mobile banking memberikan banyak manfaat dalam kehidupan sehari-hari |
| 6 | Penggunaan mobile banking membuat transaksi keuangan menjadi lebih cepat dan mudah |
| 7 | Transaksi keuangan menggunakan mobile banking dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja |
| 8 | Mobile banking memberikan banyak kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan |
| 9 | Dalam situasi dan kondisi tertentu, ada hal teknis yang dapat membuat saya takut saat menggunakan mobile banking |
| 10 | Dalam situasi dan kondisi tertentu, ada hal teknis yang dapat membuat saya kesulitan dalam menggunakan mobile banking |
| 11 | Dalam situasi dan kondisi tertentu, ada hal teknis yang dapat membuat saya enggan untuk menggunakan mobile banking |
| 12 | Saya mengetahui adanya risiko keamanan dalam penggunaan mobile banking |
| 13 | Saya mengetahui adanya risiko penyalahgunaan informasi pribadi dalam penggunaan mobile banking |
| 14 | Saya mengetahui adanya risiko kegagalan atau penundaan transaksi keuangan dalam penggunaan mobile banking |
| 15 | Saya mengetahui adanya risiko kerugian finansial dalam penggunaan mobile banking |
| 16 | Saya memiliki penilaian yang positif atas mobile banking |
| 17 | Mobile banking adalah sesuatu yang bagus |

| | |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 18 | Penggunaan mobile banking adalah sesuatu yang perlu diadopsi oleh orang banyak |
| 19 | Mobile banking adalah sesuatu keniscayaan seiring dengan perkembangan zaman |
| 20 | Anggota keluarga saya juga menggunakan mobile banking |
| 21 | Kolega (rekan kerja/teman sekolah, dll) saya juga menggunakan mobile banking |
| 22 | Orang-orang lain di sekitar saya juga menggunakan mobile banking |
| 23 | Pihak perbankan juga merekomendasikan penggunaan mobile banking kepada saya |
| 24 | Saya berniat menggunakan mobile banking setiap kali ada kesempatan |
| 25 | Saya berniat menggunakan mobile banking secara rutin |
| 26 | Saya berniat untuk lebih sering menggunakan mobile banking |
| 27 | Saya berniat untuk menggunakan mobile banking sebagai mode utama transaksi keuangan secara online |



LAMPIRAN B

Hasil analisis dari R Studio

```
library(psych)
library(semTools)
## Loading required package: lavaan
## This is lavaan 0.6-7
## lavaan is BETA software! Please report any bugs.
##
## Attaching package: 'lavaan'
## The following object is masked from 'package:psych':
##
##   cor2cov
##
##
#####
## This is semTools 0.5-3
## All users of R (or SEM) are invited to submit functions or ideas for
functions.
##
#####
## Attaching package: 'semTools'
## The following object is masked from 'package:psych':
##
##   skew
library(lavaan)
library(lavaanPlot)

df <- read.csv("G:/My Drive/Classroom/Bimbingan Thesis S2/Analisis
Data/DataOlah.csv", sep = ";")
summary(df)
##      peou1      peou2      peou3      peou4      pul
## Min.   :3.000  Min.   :3.000  Min.   :2.000  Min.   :2.00  Min.   :2.000
## 1st Qu.:4.000  1st Qu.:4.000  1st Qu.:4.000  1st Qu.:4.00  1st Qu.:4.000
## Median :5.000  Median :4.000  Median :5.000  Median :4.00  Median :5.000
## Mean   :4.493  Mean   :4.359  Mean   :4.498  Mean   :4.35  Mean   :4.488
## 3rd Qu.:5.000  3rd Qu.:5.000  3rd Qu.:5.000  3rd Qu.:5.00  3rd Qu.:5.000
## Max.   :5.000  Max.   :5.000  Max.   :5.000  Max.   :5.00  Max.   :5.000
```

```

##      pu2          pu3          pu4          fut1          fut2
##  Min.    :1.000    Min.    :1.000    Min.    :1.000    Min.    :3.000    Min.    :3.000
##  1st Qu.:4.000    1st Qu.:4.000    1st Qu.:4.000    1st Qu.:3.000    1st Qu.:3.000
##  Median :5.000    Median :5.000    Median :5.000    Median :4.000    Median :4.000
##  Mean   :4.459    Mean   :4.354    Mean   :4.357    Mean   :3.687    Mean   :3.711
##  3rd Qu.:5.000    3rd Qu.:5.000    3rd Qu.:5.000    3rd Qu.:4.000    3rd Qu.:4.000
##  Max.   :5.000    Max.   :5.000    Max.   :5.000    Max.   :5.000    Max.   :5.000
##      fut3          pr1          pr2          pr3          pr4
##  Min.    :2.000    Min.    :2.000    Min.    :2.000    Min.    :2.000    Min.    :1.000
##  1st Qu.:3.000    1st Qu.:3.000    1st Qu.:3.000    1st Qu.:3.000    1st Qu.:3.000
##  Median :3.000    Median :4.000    Median :4.000    Median :4.000    Median :3.000
##  Mean   :3.388    Mean   :3.893    Mean   :3.735    Mean   :3.833    Mean   :3.515
##  3rd Qu.:4.000    3rd Qu.:4.000    3rd Qu.:4.000    3rd Qu.:4.000    3rd Qu.:4.000
##  Max.   :5.000    Max.   :5.000    Max.   :5.000    Max.   :5.000    Max.   :5.000
##      att1          att2          att3          att4          si1
##  Min.    :1.000    Min.    :1.000    Min.    :2.000    Min.    :2.000    Min.    :2.000
##  1st Qu.:4.000    1st Qu.:4.000    1st Qu.:3.000    1st Qu.:3.750    1st Qu.:3.000
##  Median :4.000    Median :4.000    Median :4.000    Median :4.000    Median :4.000
##  Mean   :4.119    Mean   :4.201    Mean   :4.053    Mean   :4.051    Mean   :3.748
##  3rd Qu.:5.000    3rd Qu.:5.000    3rd Qu.:5.000    3rd Qu.:5.000    3rd Qu.:4.000
##  Max.   :5.000    Max.   :5.000    Max.   :5.000    Max.   :5.000    Max.   :5.000
##      si2          si3          si4          bi1          bi2
##  Min.    :2.00    Min.    :2.000    Min.    :2.000    Min.    :2.000    Min.    :2.000
##  1st Qu.:4.00    1st Qu.:4.000    1st Qu.:3.000    1st Qu.:3.000    1st Qu.:3.000
##  Median :4.00    Median :4.000    Median :4.000    Median :4.000    Median :4.000
##  Mean   :4.08    Mean   :3.971    Mean   :4.015    Mean   :4.015    Mean   :3.731
##  3rd Qu.:5.00    3rd Qu.:5.000    3rd Qu.:5.000    3rd Qu.:5.000    3rd Qu.:4.000
##  Max.   :5.00    Max.   :5.000    Max.   :5.000    Max.   :5.000    Max.   :5.000
##      bi3          bi4
##  Min.    :2.000    Min.    :2.000
##  1st Qu.:3.000    1st Qu.:3.000
##  Median :4.000    Median :4.000
##  Mean   :3.704    Mean   :4.022
##  3rd Qu.:4.000    3rd Qu.:5.000
##  Max.   :5.000    Max.   :5.000
##  -----
##### Reliability & Validity Test
##  -----

```

```

(fa(df,nfactors = 1,fm="gls"))
## Factor Analysis using method = gls
## Call: fa(r = df, nfactors = 1, fm = "gls")
## Standardized loadings (pattern matrix) based upon correlation matrix
##          GLS1    h2    u2 com
## peou1 0.70 0.496 0.50  1
## peou2 0.72 0.518 0.48  1
## peou3 0.65 0.420 0.58  1
## peou4 0.71 0.498 0.50  1
## pu1   0.78 0.602 0.40  1
## pu2   0.76 0.574 0.43  1
## pu3   0.69 0.474 0.53  1
## pu4   0.78 0.607 0.39  1
## fut1  0.22 0.048 0.95  1
## fut2  0.21 0.043 0.96  1
## fut3  0.15 0.022 0.98  1
## pr1   0.30 0.088 0.91  1
## pr2   0.26 0.070 0.93  1
## pr3   0.32 0.104 0.90  1
## pr4   0.25 0.062 0.94  1
## att1  0.73 0.527 0.47  1
## att2  0.74 0.542 0.46  1
## att3  0.71 0.501 0.50  1
## att4  0.68 0.462 0.54  1
## si1   0.44 0.192 0.81  1
## si2   0.58 0.337 0.66  1
## si3   0.50 0.252 0.75  1
## si4   0.52 0.275 0.72  1
## bi1   0.69 0.477 0.52  1
## bi2   0.60 0.363 0.64  1
## bi3   0.60 0.360 0.64  1
## bi4   0.67 0.443 0.56  1
##
##
##          GLS1
## SS loadings    10.92
## Proportion Var  0.35
##
## Mean item complexity = 1
## Test of the hypothesis that 1 factor is sufficient.

```

```

##
## The degrees of freedom for the null model are 465 and the objective function
was 20.92 with Chi Square of 8366.47
## The degrees of freedom for the model are 434 and the objective function was
9.24
##
## The root mean square of the residuals (RMSR) is 0.12
## The df corrected root mean square of the residuals is 0.12
##
## The harmonic number of observations is 412 with the empirical chi square
5400.98 with prob < 0
## The total number of observations was 412 with Likelihood Chi Square =
3689.05 with prob < 0
##
## Tucker Lewis Index of factoring reliability = 0.558
## RMSEA index = 0.135 and the 90 % confidence intervals are 0.131 0.139
## BIC = 1075.93
## Fit based upon off diagonal values = 0.9
## Measures of factor score adequacy
##
## Correlation of (regression) scores with factors GLS1 0.98
## Multiple R square of scores with factors 0.95
## Minimum correlation of possible factor scores 0.91
model0 <- '
# 1. measurement model
    PEOU=~peou1+peou2+peou3+peou4
    PU=~pu1+pu2+pu3+pu4
    PR=~pr1+pr2+pr3+pr4
    ATT=~att1+att2+att3+att4
    SI=~si1+si2+si3+si4
    BI=~bi1+bi2+bi3+bi4
    FUT=~fut1+fut2+fut3
'
cfa1 <- cfa(model0,data=as.data.frame(df))
inspect(cfa1,what="std")$lambda
##          PEOU    PU    PR    ATT    SI    BI    FUT
## peou1 0.837 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000
## peou2 0.833 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000
## peou3 0.744 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000
## peou4 0.785 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000
## pu1    0.000 0.867 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000

```

```

## pu2 0.000 0.915 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000
## pu3 0.000 0.761 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000
## pu4 0.000 0.856 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000
## pr1 0.000 0.000 0.830 0.000 0.000 0.000 0.000
## pr2 0.000 0.000 0.822 0.000 0.000 0.000 0.000
## pr3 0.000 0.000 0.750 0.000 0.000 0.000 0.000
## pr4 0.000 0.000 0.664 0.000 0.000 0.000 0.000
## att1 0.000 0.000 0.000 0.842 0.000 0.000 0.000
## att2 0.000 0.000 0.000 0.859 0.000 0.000 0.000
## att3 0.000 0.000 0.000 0.795 0.000 0.000 0.000
## att4 0.000 0.000 0.000 0.742 0.000 0.000 0.000
## si1 0.000 0.000 0.000 0.000 0.592 0.000 0.000
## si2 0.000 0.000 0.000 0.000 0.858 0.000 0.000
## si3 0.000 0.000 0.000 0.000 0.830 0.000 0.000
## si4 0.000 0.000 0.000 0.000 0.639 0.000 0.000
## bi1 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000 0.787 0.000
## bi2 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000 0.874 0.000
## bi3 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000 0.860 0.000
## bi4 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000 0.741 0.000
## fut1 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000 0.877
## fut2 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000 0.585
## fut3 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000 0.718

discriminantValidity(cfa1, merge=TRUE)

## Some of the latent variable variances are estimated instead of fixed to 1. The
model is re-estimated by scaling the latent variables by fixing their variances
and freeing all factor loadings.

discriminantValidity(cfa1, cutoff = 0.9, merge = TRUE, level = 0.95)

## Merging factors imply constraining factor correlation to 1. Cutoff will be
ignored.

## Some of the latent variable variances are estimated instead of fixed to 1. The
model is re-estimated by scaling the latent variables by fixing their variances
and freeing all factor loadings.

# -----
## Run SEM
## -----

model <- '
# 1. measurement model
    PEOU=~peou1+peou2+peou3+peou4
    PU=~pu1+pu2+pu3+pu4
    PR=~pr1+pr2+pr3
    ATT=~att1+att2+att3+att4

```

```

SI=~si1+si2+si3
BI=~bi1+bi2+bi3+bi4
FUT=~fut1+fut2+fut3

# outcome model
BI~attbi*ATT+prbi*PR+futbi*FUT

# mediator models
ATT~puatt*PU
PU~peoupu*PEOU
PEOU~sipeou*SI

# indirect effects (IDE)
indirectPU := puatt*attbi
indirectPEOU := peoupu*indirectPU
indirectSI := sipeou*indirectPEOU

# total effects
totalPEOU := indirectPEOU
totalPU := indirectPU
totalSI := indirectSI
totalPR := prbi
totalFUT := futbi
totalATT := attbi
'

htmt(model,data=as.data.frame(df))
##      PEOU  PU    PR    ATT    SI    BI    FUT
## PEOU 1.000
## PU   0.841 1.000
## PR   0.264 0.246 1.000
## ATT  0.703 0.729 0.243 1.000
## SI   0.486 0.462 0.293 0.497 1.000
## BI   0.552 0.577 0.193 0.728 0.544 1.000
## FUT  0.194 0.135 0.729 0.108 0.222 0.045 1.000
fit1<-sem(model,data=as.data.frame(df))
inspect(fit1,what="std")$lambda
##      PEOU    PU    PR    ATT    SI    BI    FUT
## peou1 0.833 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000
## peou2 0.826 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000

```

```

## peou3 0.749 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000
## peou4 0.786 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000
## pu1 0.000 0.864 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000
## pu2 0.000 0.905 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000
## pu3 0.000 0.764 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000
## pu4 0.000 0.859 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000
## pr1 0.000 0.000 0.860 0.000 0.000 0.000 0.000
## pr2 0.000 0.000 0.813 0.000 0.000 0.000 0.000
## pr3 0.000 0.000 0.715 0.000 0.000 0.000 0.000
## att1 0.000 0.000 0.000 0.844 0.000 0.000 0.000
## att2 0.000 0.000 0.000 0.863 0.000 0.000 0.000
## att3 0.000 0.000 0.000 0.791 0.000 0.000 0.000
## att4 0.000 0.000 0.000 0.737 0.000 0.000 0.000
## si2 0.000 0.000 0.000 0.000 0.943 0.000 0.000
## si3 0.000 0.000 0.000 0.000 0.776 0.000 0.000
## bi1 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000 0.784 0.000
## bi2 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000 0.877 0.000
## bi3 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000 0.860 0.000
## bi4 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000 0.733 0.000
## fut1 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000 0.828
## fut3 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000 0.738
summary(fit1,fit.measures=TRUE,standardized=TRUE,rsquare=TRUE)
## lavaan 0.6-7 ended normally after 55 iterations
##
## Estimator ML
## Optimization method NLMINB
## Number of free parameters 55
##
## Number of observations 412
##
## Model Test User Model:
##
## Test statistic 737.433
## Degrees of freedom 221
## P-value (Chi-square) 0.000
##
## Model Test Baseline Model:
##
## Test statistic 6655.792

```

```

## Degrees of freedom                253
## P-value                          0.000
##
## User Model versus Baseline Model:
##
## Comparative Fit Index (CFI)       0.919
## Tucker-Lewis Index (TLI)        0.908
##
## Loglikelihood and Information Criteria:
##
## Loglikelihood user model (H0)     -8097.383
## Loglikelihood unrestricted model (H1) -7728.666
##
## Akaike (AIC)                     16304.765
## Bayesian (BIC)                   16525.922
## Sample-size adjusted Bayesian (BIC) 16351.395
##
## Root Mean Square Error of Approximation:
##
## RMSEA                            0.075
## 90 Percent confidence interval - lower 0.069
## 90 Percent confidence interval - upper 0.081
## P-value RMSEA <= 0.05            0.000
##
## Standardized Root Mean Square Residual:
##
## SRMR                             0.077
##
## Parameter Estimates:
##
## Standard errors                   Standard
## Information                       Expected
## Information saturated (h1) model   Structured
##
## Latent Variables:
##           Estimate Std.Err  z-value  P(>|z|)  Std.lv  Std.all
## PEOU =~
##   peou1           1.000           0.521   0.833
##   peou2           1.039   0.053  19.463   0.000   0.541   0.826

```



```

##      peou3      0.999   0.059  16.995   0.000   0.520   0.749
##      peou4      1.071   0.059  18.158   0.000   0.558   0.786
##      PU =~
##      pu1        1.000                   0.553   0.864
##      pu2        1.224   0.048  25.347   0.000   0.677   0.905
##      pu3        1.155   0.061  18.873   0.000   0.639   0.764
##      pu4        1.245   0.054  23.041   0.000   0.689   0.859
##      PR =~
##      pr1        1.000                   0.693   0.860
##      pr2        1.021   0.058  17.744   0.000   0.708   0.813
##      pr3        0.865   0.056  15.400   0.000   0.599   0.715
##      ATT =~
##      att1       1.000                   0.632   0.844
##      att2       1.012   0.047  21.327   0.000   0.640   0.863
##      att3       0.996   0.053  18.776   0.000   0.630   0.791
##      att4       0.915   0.054  16.949   0.000   0.578   0.737
##      SI =~
##      si2        1.000                   0.708   0.943
##      si3        0.859   0.071  12.164   0.000   0.609   0.776
##      BI =~
##      bi1        1.000                   0.646   0.784
##      bi2        1.222   0.063  19.258   0.000   0.789   0.877
##      bi3        1.215   0.064  18.870   0.000   0.785   0.860
##      bi4        0.963   0.062  15.568   0.000   0.622   0.733
##      FUT =~
##      fut1       1.000                   0.617   0.828
##      fut3       1.071   0.086  12.404   0.000   0.660   0.738
##
## Regressions:
##              Estimate  Std.Err  z-value  P(>|z|)  Std.lv  Std.all
##      BI ~
##      ATT      (attb)    0.702   0.055   12.670   0.000   0.687   0.687
##      PR       (prbi)    0.204   0.076    2.681   0.007   0.218   0.218
##      FUT      (futb)   -0.245  0.089   -2.743   0.006  -0.234  -0.234
##      ATT ~
##      PU       (putt)    0.852   0.056   15.087   0.000   0.746   0.746
##      PU ~
##      PEOU     (peop)    0.888   0.053   16.784   0.000   0.836   0.836
##      PEOU ~

```

```

##      SI      (sipe)      0.370      0.044      8.477      0.000      0.503      0.503
##
## Covariances:
##              Estimate  Std.Err  z-value  P(>|z|)  Std.lv  Std.all
## PR ~~
##      SI              0.151      0.029      5.251      0.000      0.308      0.308
##      FUT              0.316      0.033      9.702      0.000      0.740      0.740
## SI ~~
##      FUT              0.087      0.026      3.318      0.001      0.199      0.199
##
## Variances:
##              Estimate  Std.Err  z-value  P(>|z|)  Std.lv  Std.all
## .peou1          0.119      0.011     10.799      0.000      0.119      0.306
## .peou2          0.137      0.012     11.001      0.000      0.137      0.318
## .peou3          0.212      0.017     12.376      0.000      0.212      0.439
## .peou4          0.193      0.016     11.843      0.000      0.193      0.383
## .pu1            0.104      0.009     11.311      0.000      0.104      0.254
## .pu2            0.101      0.010      9.639      0.000      0.101      0.180
## .pu3            0.291      0.023     12.926      0.000      0.291      0.417
## .pu4            0.168      0.015     11.426      0.000      0.168      0.261
## .pr1            0.169      0.022      7.797      0.000      0.169      0.260
## .pr2            0.257      0.026      9.713      0.000      0.257      0.339
## .pr3            0.343      0.029     11.999      0.000      0.343      0.489
## .att1           0.162      0.015     10.710      0.000      0.162      0.288
## .att2           0.140      0.014     10.057      0.000      0.140      0.255
## .att3           0.237      0.020     11.909      0.000      0.237      0.374
## .att4           0.282      0.022     12.634      0.000      0.282      0.457
## .si2            0.062      0.036      1.732      0.083      0.062      0.110
## .si3            0.245      0.031      7.798      0.000      0.245      0.398
## .bi1            0.262      0.022     11.917      0.000      0.262      0.385
## .bi2            0.187      0.020      9.178      0.000      0.187      0.231
## .bi3            0.216      0.022      9.891      0.000      0.216      0.260
## .bi4            0.333      0.026     12.600      0.000      0.333      0.463
## .fut1           0.174      0.028      6.287      0.000      0.174      0.314
## .fut3           0.364      0.038      9.535      0.000      0.364      0.455
## .PEOU           0.203      0.021      9.562      0.000      0.747      0.747
## .PU             0.092      0.011      8.160      0.000      0.301      0.301
## PR              0.480      0.047     10.160      0.000      1.000      1.000
## .ATT            0.177      0.020      9.016      0.000      0.444      0.444

```

```

##      SI          0.502    0.053    9.494    0.000    1.000    1.000
##      .BI          0.206    0.025    8.151    0.000    0.492    0.492
##      FUT          0.381    0.044    8.578    0.000    1.000    1.000
##
## R-Square:
##              Estimate
##      peou1        0.694
##      peou2        0.682
##      peou3        0.561
##      peou4        0.617
##      pu1          0.746
##      pu2          0.820
##      pu3          0.583
##      pu4          0.739
##      pr1          0.740
##      pr2          0.661
##      pr3          0.511
##      att1         0.712
##      att2         0.745
##      att3         0.626
##      att4         0.543
##      si2          0.890
##      si3          0.602
##      bi1          0.615
##      bi2          0.769
##      bi3          0.740
##      bi4          0.537
##      fut1         0.686
##      fut3         0.545
##      PEOU         0.253
##      PU           0.699
##      ATT          0.556
##      BI           0.508
##
## Defined Parameters:
##              Estimate Std.Err  z-value  P(>|z|)  Std.lv  Std.all
##      indirectPU      0.598    0.055   10.958   0.000    0.512   0.512
##      indirectPEOU    0.531    0.053    9.980   0.000    0.428   0.428
##      indirectSI      0.196    0.029    6.843   0.000    0.215   0.215

```

```

##      totalPEOU      0.531      0.053      9.980      0.000      0.428      0.428
##      totalPU       0.598      0.055     10.958      0.000      0.512      0.512
##      totalSI       0.196      0.029      6.843      0.000      0.215      0.215
##      totalPR       0.204      0.076      2.681      0.007      0.218      0.218
##      totalFUT     -0.245      0.089     -2.743      0.006     -0.234     -0.234
##      totalATT       0.702      0.055     12.670      0.000      0.687      0.687
fitmeasures(fit1, fit.measures = "chisq")/fitmeasures(fit1, fit.measures = "df")
## chisq
## 3.337
fitmeasures(fit1, fit.measures = "srmr")
## srmr
## 0.077
fitmeasures(fit1, fit.measures = "rmsea")
## rmsea
## 0.075
fitmeasures(fit1, fit.measures = "cfi")
## cfi
## 0.919
fitmeasures(fit1, fit.measures = "tli")
## tli
## 0.908

```

