

**Minat Masyarakat Muslim dalam Menggunakan Layanan Digital Banking  
dengan Menggunakan Model *Unified Theory of Acceptance and Use of  
Technology* (UTAUT)**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

Nama : Safa Samia  
NIM : 19313218  
Nama Dosen : Jannah Saddam Ash Shidiqie, S.E.I.,  
M.E.K.  
Program Studi : Ekonomi Pembangunan

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2023/2024**

## **HALAMAN JUDUL**

MINAT MASYARAKAT MUSLIM DALAM MENGGUNAKAN  
LAYANAN DIGITAL BANKING DENGAN MENGGUNAKAN MODEL  
*UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY*  
(UTAUT)

## **SKRIPSI**

Disusun diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir

Guna memperoleh gelar sarjana jenjang strata 1

Program Studi Ekonomi Pembangunan,

Pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

Oleh :

Nama : Safa Samia

NIM 19313218

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**2022/2023**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang dapat dikategorikan dalam tindakan plagiasi seperti yang dimaksud dalam buku pedoman penulisan skripsi Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi sesuai dengan peraturan yang ditentukan dan berlaku.

Yogyakarta, 16 Maret 2024

Penulis,



Safa Samia

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Minat Masyarakat Muslim dalam Menggunakan Layanan Digital Banking dengan Menggunakan Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT)

Nama : Safa Samia  
NIM : 19313218  
Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Yogyakarta, 14 Maret 2024

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Jannahar Saddam Ash Shidiqie, S.E.I., M.E.K.

## **MOTTO**

“Menuntut ilmu adalah takwa. Menyampaikan ilmu adalah ibadah. Mengulang-ulang ilmu adalah zikir. Mencari ilmu adalah jihad.”

(Abu Hamid Al Ghazali)

“Tidak ada kesuksesan yang tidak dengan kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak dimudahkan jika kita tidak berdoa.”

(Ridwan Kamil)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan Syukur atas Rahmat yang telah dilimpahkan oleh Allah SWT, serta ridho dan karunia-Nya, diberikan kelancaran sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

Skripsi ini peneliti persembahkan untuk :

1. Orangtua tercinta Ayah Ade Juanda dan Ibu Ecih Sukaesih atas *support*, kasih sayang, doa dan perhatian yang diberikan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Kakak Haifat Haikal dan Kakak ipar Alvin yang telah memberikan semangat dan doa baik secara langsung maupun tidak langsung yang menjadikan skripsi ini dapat diselesaikan.
3. Teman-teman dekat dalam memberikan semangat, menemani peneliti, memberikan masukan dan bantuan kepada peneliti sehingga peneliti lebih bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

*Alhamdulillahirabbil'alamin.* Puji dan Syukur penulis panjatkan atas rahmat, ridho dan karunia yang diberikan oleh Allah SWT serta Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW beserta pada sahabat hingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Minat Masyarakat Muslim dalam Menggunakan Layanan Digital Banking dengan Menggunakan Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT)**”. Skripsi ini menjadi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Terima kasih, peneliti sampaikan untuk *support*, doa, kritik dan saran yang diberikan kepada penulis pada saat proses pengerjaan. Dengan skripsi ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada yang terlibat dalam proses skripsi :

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kemudahan, kesabaran dan kelancaran kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Ayah Ade Juanda dan Ibu Ecih Sukaesih selaku Orang tua peneliti yang telah memberikan semangat, doa, kerja keras, dan dukungan yang tiada henti sehingga peneliti berada di titik ini.
3. Kakak Haifat Haikal dan Kakak ipar Alvin yang telah memberikan motivasi dalam mengerjakan skripsi ini.
4. Yth. Bapak Jannah Saddam Ash Shidiqie, S.E.I., M.E.K. selaku dosen pembimbing yang ditengah kesibukannya, selalu menyempatkan memberikan arahan, perhatian, kesabaran dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
5. Kepada sahabat yang telah banyak membantu, memberikan arahan dan semangat dalam proses pengerjaan skripsi. Ghozi, Gita Ami, Sherly dan teman lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh minat seorang muslim menggunakan layanan digital banking dengan menggunakan model UTAUT. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat muslim di Indonesia dengan jumlah sampel 239 responden yang dipilih menggunakan metode *convenience sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert. Analisis data dilakukan dengan metode *Partial Least Square* menggunakan perangkat lunak Smart-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Performance Expectancy* tidak mempengaruhi niat perilaku penggunaan layanan *digital banking* pada bank syariah, bank konvensional, maupun bank syariah konvensional. *Effort Expectancy* dan *Facilitating Condition* juga tidak mempengaruhi niat perilaku penggunaan *digital banking* pada bank syariah dan bank syariah konvensional. Namun, *Effort Expectancy* dan *Facilitating Condition* mempengaruhi niat perilaku penggunaan *digital banking* pada bank konvensional. *Social Influence* menunjukkan pengaruh terhadap niat perilaku penggunaan *digital banking* pada bank syariah, namun tidak terdapat pengaruh pada *digital banking* bank konvensional dan bank syariah konvensional. *Habit* mempengaruhi niat perilaku penggunaan *digital banking* pada bank syariah dan bank syariah konvensional, namun tidak memiliki pengaruh terhadap niat perilaku pada *digital banking* bank konvensional. *Facilitating Condition* mempengaruhi perilaku penggunaan *digital banking* pada bank konvensional dan bank syariah konvensional, namun tidak mempengaruhi *digital banking* pada bank syariah. Niat perilaku penggunaan layanan *digital banking* memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunaan layanan *digital banking* pada bank syariah, bank konvensional, dan bank syariah konvensional.

Kata kunci: *Digital Banking*, UTAUT



## **ABSTRACT**

*This study aims to test and analyze the influence of a Muslim's interest in using digital banking services using the UTAUT model. This research was conducted on Muslim communities in Indonesia with a sample size of 239 respondents selected using the convenience sampling method. Data collection was carried out through distributing questionnaires using a Likert scale. Data analysis was performed using the Partial Least Square method using Smart-PLS software. The results showed that Performance Expectancy does not affect behavioral intention to use digital banking services at Islamic banks, conventional banks, and conventional Islamic banks. Effort Expectancy and Facilitating Conditions also do not affect the behavioral intention of using digital banking at Islamic banks and conventional Islamic banks. However, Effort Expectancy and Facilitating Conditions affect the behavioral intention of using digital banking at conventional banks. Social Influence shows an influence on behavioral intention to use digital banking at Islamic banks, but there is no influence on digital banking at conventional banks and conventional Islamic banks. Habit affects the behavioral intention of using digital banking at Islamic banks and conventional Islamic banks, but has no influence on behavioral intentions on conventional bank digital banking. Facilitating Conditions affect the behavior of using digital banking at conventional banks and conventional Islamic banks, but do not affect digital banking at Islamic banks. Behavioral intention to use digital banking services has an influence on the behavior of using digital banking services at Islamic banks, conventional banks, and conventional Islamic banks.*

*Keywords: Digital Banking, UTAUT*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	3
1.3    Tujuan Penelitian.....	4
1.4    Manfaat Penelitian.....	4
1.5    Sistematika Penulisan.....	5
BAB II.....	6
2.1    Landasan Teori .....	6
2.1.1 <i>Digital Banking</i> .....	6
2.1.2 <i>Digital Banking</i> Perspektif Islam .....	7
2.1.3    Perilaku Konsumen .....	7
2.1.4    Unified Theory of Acceptance and Use of Thechnology (UTAUT) ...	8
2.2    Kajian Pustaka.....	9
Tabel 2.1 Kajian Pustaka .....	9
2.3    Hipotesis Penelitian.....	13
2.3.1    Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Behavior Intention</i> .....	13
2.3.2    Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Behavior Intention</i> .....	13

2.3.3	Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Behavior Intention</i> .....	14
2.3.4	Pengaruh <i>Facilitating Condition</i> terhadap <i>Behavior Intention</i> .....	15
2.3.5	Pengaruh <i>Facilitating Condition</i> terhadap <i>Use Behavior</i> .....	15
2.3.6	Pengaruh <i>Habit</i> terhadap <i>Behavior Intention</i> .....	16
2.3.7	Pengaruh <i>Behavior Intention</i> terhadap <i>Use Behavior</i> .....	17
2.4	Kerangka Pikiran .....	17
BAB III .....		18
3.1	Desain Penelitian.....	18
3.2	Lokasi dan Objek Penelitian .....	18
3.3	Populasi dan Sampel .....	18
3.4	Definisi Variabel Operasional .....	19
3.4.1	<i>Performance Expectancy</i> .....	19
3.4.2	<i>Effort Expectancy</i> .....	19
3.4.3	<i>Social Influence</i> .....	20
3.4.4	<i>Facilitating Condition</i> .....	20
3.4.5	<i>Habits</i> .....	21
3.4.6	<i>Behavior Intention</i> .....	21
3.4.7	<i>Use Behavior</i> .....	22
3.5	Diagram Jalur .....	23
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	23
3.6.1	Jenis dan Sumber Data.....	23
3.6.2	Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.7	Metode Analisis .....	24
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	24
3.7.2	Analisis Partial Least Square (PLS).....	24
BAB IV .....		28
4.1	Karakteristik Responden.....	28
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden .....	28
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Provinsi Asal .....	29
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	32

4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	32
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	33
4.1.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	34
4.1.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Bank yang digunakan.....	35
4.2	Analisis Deskriptif .....	36
4.2.1	Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Facilitating Condition</i> .....	36
4.2.2	Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Effort Expectancy</i> .....	37
4.2.3	Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Performance Expectancy</i> .....	38
4.2.4	Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Social Influence</i> .....	38
4.2.5	Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Habit</i> .....	39
4.2.6	Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	40
4.2.7	Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Use Behavior</i> .....	40
4.3	Analisis Statistik .....	41
4.3.1	Analisis <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	41
4.3.2	Analisis Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	41
4.3.3	<i>Composite Reliability</i> .....	55
4.4	Analisis Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	58
4.4.1	<i>R-Square (R<sup>2</sup>)</i> .....	59
4.4.2	Uji Hipotesis ( <i>Bootstrapping</i> ).....	60
4.5	Hasil Analisis dan Pembahasan.....	70
BAB 5	.....	74
5.1	Kesimpulan .....	74
5.2	Saran .....	75
DAFTAR PUSTAKA	.....	77
DAFTAR LAMPIRAN	.....	83
A.	Identitas Responden.....	84
B.	Bagian Pertanyaan .....	87
Lampiran 1	: PERTANYAAN.....	87
Lampiran 2	: HASIL JAWABAN RESPONDEN PENELITIAN .....	91
Lampiran 3	: HASIL OLAH DATA .....	153
	<i>Outer Model</i> .....	153

*Inner Model* ..... 166

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Pustaka.....	9
Tabel 3.1 Indikator dari <i>Performance expectancy</i> .....	19
Tabel 3.2 Indikator dari <i>Effort Exectancy</i> .....	19
Tabel 3.3 Indikator dari <i>Social influence</i> .....	20
Tabel 3.4 Indikator dari <i>Facilitating condition</i> .....	20
Tabel 3.5 Indikator dari <i>Habits</i> .....	21
Tabel 3.6 Indikator dari <i>Behavior Intention</i> .....	22
Tabel 3.7 Indikator dari <i>Use Behavior</i> .....	22
Tabel 3.8 Nilai Pengumpulan Skor .....	24
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	28
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Responden .....	29
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Provinsi Asal .....	30
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan .....	32
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	33
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	34
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	35
Tabel 4.8 Karakteristik Berdasarkan Jenis Bank yang Digunakan .....	36
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Facilitating Condition</i> .....	37
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Effort Expentancy</i> .....	37
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Performance Expectancy</i> .....	38
Tabel 4.12: Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Social Influence</i> .....	39
Tabel 4.13: Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Habit</i> .....	39
Tabel 4.14: Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Behavior intention</i> .....	40
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Use behavioral</i> .....	40
Tabel 4.16 <i>Outer Loading</i> Bank Konvensional.....	41
Tabel 4.17 <i>Outer Loading</i> Bank Syariah.....	43
Tabel 4.18 <i>Outer Loading</i> Bank Syariah dan Konvensional .....	46
Tabel 4.19 Nilai <i>Fornell-Larcker Creation</i> Bank Konvensional .....	48
Tabel 4.20 Nilai <i>Fornell-Larcker Creation</i> Bank Syariah.....	49

Tabel 4.21 Nilai <i>Fornell-Larcker Creation</i> Bank Syariah dan Konvensional.....	49
Tabel 4.22 Nilai <i>Cross Loading</i> Bank Konvensional .....	50
Tabel 4.23 Nilai <i>Cross Loading</i> Bank Syariah .....	52
Tabel 4.24 Nilai <i>Cross Loading</i> pada Bank Syariah dan Konvensional.....	54
Tabel 4.25 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> Bank Konvensional .....	56
Tabel 4.26 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> Bank Syariah .....	57
Tabel 4.27 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> Bank Syariah dan Konvensional .....	58
Tabel 4.28 Nilai R-Square Bank Konvensional .....	59
Tabel 4.29 Nilai R-Square Bank Syariah.....	59
Tabel 4.30 Nilai R-Square Bank Syariah dan Konvensional .....	59
Tabel 4.31 Hasil Uji Hipotesis .....	60

## DAFTAR GAMBAR

2.4 Kerangka Pikiran .....	17
3.5 Diagram Jalur .....	23
4.1 Hasil <i>Bootstraping</i> Bank Konvensinal .....	60
4.2 Hasil <i>Bootstraping</i> Bank Syariah .....	61
4.3 Hasil <i>Bootstraping</i> Bank Konvensional dan Syariah .....	61



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : PERTANYAAN.....	87
Lampiran 2 : HASIL JAWABAN RESPONDEN PENELITIAN.....	91
Lampiran 3 : HASIL OLAH DATA.....	153

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Teknologi informasi memiliki peran penting dalam perkembangan di kehidupan saat ini dan memasuki era baru yang disebut era revolusi industri 4.0. Tidak bisa dipungkiri, teknologi mengalami perkembangan yang pesat dari waktu ke waktu. Hampir seluruh masyarakat di dunia bahkan di Indonesia sudah menikmati kemajuan teknologi, pemanfaatan teknologi juga telah memasuki di bidang layanan keuangan. Meningkat penggunaan perangkat dan komputer sebagai media transaksi keuangan, teknologi informasi dan komunikasi menjadi pertimbangan penting bagi penyedia jasa keuangan khususnya perbankan. Perubahan pola konsumsi masyarakat akibat digital menjadikan industri perbankan transformasi menuju perbankan digital. Menurut French dalam (Yudhanto et al., 2022) manfaat pengurangan biaya dan peningkatan keunggulan kompetitif membuat bank lebih cenderung melakukan inovasi perbankan digital. Inovasi perbankan digital membuat bank dapat mengurangi kantor cabangnya.

Dalam merealisasikan perbankan digital, OJK menerbitkan peraturan mengenai Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum yang mengatur “Layanan Perbankan Digital adalah *Electronic Bank Service*” dengan pengoptimalan dalam layanan yang dikembangkan dari data nasabah untuk melayani nasabah sesuai dengan permintaan (*customer experience*) dengan lebih cepat dan lebih mudah, dan dapat dilalukan mandiri oleh nasabah dengan tetap memperhatikan segi aspek keamanan, Peraturan OJK No.12/POJK.03/2018. Diharapkan dengan adanya peraturan yang telah dibuat oleh OJK mampu mengoptimalkan penggunaan teknologi dalam memenuhi kebutuhan nasabah (Otoritas Jasa Keuangan, 2021).

Berdasarkan sensus penduduk di Indonesia pada Tahun 2015, penduduk Indonesia mencapai jumlah 254,9 juta jiwa dengan 80% adalah

penduduk yang beragama islam (Badan Pusat Statistik, n.d.). Indonesia menjadi salah satu negara dengan jumlah penduduk yang memeluk agama islam terbesar di dunia. Seperti kita ketahui, di Indonesia terdapat dua jenis bank yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional adalah bank yang menjalankan kegiatan secara konvensional. Bank konvensional mengacu pada kesepakatan secara nasional maupun internasional serta berlandaskan hukum formil negara. Sedangkan bank syariah adalah bank yang melakukan suatu kegiatan berdasar pada hukum islam atau prinsip syariah yang telah diatur oleh fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI). Aktivitas yang dilakukan oleh bank syariah, baik dalam penyaluran dana maupun himpunan dana mengenakan dan memberikan imbalan atas dasar prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil. OJK menjelaskan perbedaan antara bank syariah dengan bank konvensional yang dimana prinsip bank syariah yang telah diatur MUI seperti di dalamnya terdapat prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*), serta di dalamnya tidak mengandung gharar, riba, zalim, masyir, dan obyek-obyek yang diharamkan oleh islam. Pada perbedaan bank konvensional dan bank syariah, system bank konvensional dan bank syariah bersinergi dalam mendukung mobilitas dana masyarakat secara lebih luas yang dapat meningkatkan kemampuan pembiayaan sektor perekonomian nasional (Otoritas Jasa Keuangan, 2021).

Seperti kita ketahui, masyarakat muslim memikirkan perbankan yang tidak terkait dengan riba, gharar dan hal lainnya yang diharamkan oleh islam. Sedangkan bank konvensional menurut pandangan islam dan dengan kesepakatan pada ulama menyatakan riba. Menurut Bapak Adi Wicaksono, SE., MEI selaku dosen Program Studi Ekonomi Islam (PSEI) UII, “Riba di perbankan konvensional, berupa bunga mungkin sudah difahami oleh Seluruh masyarakat. Namun, ada pula riba yang biasa ditemui di lingkungan sekitar rumah tangga, yaitu bunga pinjaman pada kas RT RW. Biasanya ibu – ibu desawisma atau semacamnya, punya kas yg menganggur. Dana itu dipinjamkan ke anggota dasawisma dengan sistem bunga”. Pada faktanya, masih banyak masyarakat yang masih memilih bank konvensional untuk meminjam dana

yang tentunya pada bank konvensional terdapat bunga, baik bunga pinjaman maupun bunga simpanan. Terlebih lagi, teknologi yang semakin canggih dengan perbankan yang kini mengeluarkan bank digital yang memudahkan nasabah dalam kegiatan keuangan dan dapat dijangkau dari manapun dan kapanpun.

Pelayanan kegiatan usaha perbankan yang kini dijalankan juga melalui metode daring, membentuk kegiatan nasabah yang sebelumnya dilakukan di kantor cabang seperti transaksi pembukaan rekening, deposito, cetak rekening koran, *customer service*, hingga pengajuan kredit yang kini dapat dilakukan secara digital tanpa harus datang langsung atau bertatap muka antar pihak bank dengan nasabah. Melalui digital bertujuan memberikan pelayanan dengan baik yang tentu Lembaga bank digital perlu secara terus menerus mengembangkan teknologinya agar dapat memberikan pelayanan dan kenyamanan kepada nasabah atau pengguna aplikasi bank digital (Otoritas Jasa Keuangan, 2021)

Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana masyarakat muslim dalam menggunakan layanan bank digital. Penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan sejauh mana *Effort Expectancy*, kondisi fasilitasi, *Habit*, *Performance Expectancy*, dan pengaruh sosial terhadap minat muslim untuk menggunakan *m-banking* di bank syariah, bank konvensional, dan bank syariah konvensional. Kajian ini bertujuan untuk memberikan masukan kepada bank syariah dalam membuat kebijakan yang tepat dalam meningkatkan layanan *m-banking* bagi masyarakat muslim.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *Performance Expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention*?
2. Apakah *Effort Expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention*?
3. Apakah *Social Influence* berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention*?

4. Apakah *Facilitating Condition* berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention*?
5. Apakah *Facilitating Condition* berpengaruh signifikan terhadap *Use Behavior*?
6. Apakah *Habit* berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention*?
7. Apakah *Behavior Intention* berpengaruh signifikan terhadap *Use Behavior*?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian yang ingin di dapatkan adalah :

1. Untuk menganalisis apakah *Performance Expectancy* berpengaruh Signifikan terhadap *Behavior Intention*.
2. Untuk menganalisis apakah *Effort Expectancy* berpengaruh Signifikan terhadap *Behavior Intention*.
3. Untuk menganalisis apakah *Social Influence* berpengaruh Signifikan terhadap *Behavior Intention*.
4. Untuk menganalisis apakah *Facilitating Condition* berpengaruh Signifikan terhadap *Behavior Intention*.
5. Untuk menganalisis apakah *Facilitating Condition* berpengaruh Signifikan terhadap *Use Behavior*.
6. Untuk menganalisis apakah *Habit* berpengaruh Signifikan terhadap *Behavior Intention*.
7. Untuk menganalisis apakah *Behavior Intention* berpengaruh signifikan terhadap *Use Behavior*.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

#### 1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian, secara teori diharapkan penelitian ini dapat memberikan peningkatan pemahaman mengenai bagaimana perkembangan dari teknologi informasi khususnya dalam digital perbankan

dengan analisis model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT).

## 2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan yang informatif dan dapat berkontribusi praktis bagi pengguna teknologi informasi dan pembuat layanan digital perbankan.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi dijabarkan dalam lima bab dan tiap babnya terbagi menjadi beberapa sub bab.

#### Bab I : Pendahuluan

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

#### Bab II : Kajian Pustaka dan Landasan Teori

Bab kajian pustaka dan landasan teori menjelaskan mengenai kajian pustaka, landasan teori dan hipotesis penelitian.

#### Bab III : Metode Penelitian

Bab metode penelitian menjelaskan mengenai jenis dan cara pengumpulan data, definisi variabel operasional serta metode analisis yang digunakan untuk mengambil keputusan.

#### Bab IV : Hasil Analisis dan Pembahasan

Bab hasil analisis dan pembahasan menjelaskan mengenai deskripsi dari objek penelitian, analisis data, pengujian hipotesis serta interpretasi hasil.

#### Bab V : Simpulan dan Saran

Bab ini terdiri dari simpulan yang berisi cuplikan ringkas dari bagian hasil analisis dan saran bagi peneliti selanjutnya.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 *Digital Banking*

Berdasarkan POJK No.12/POJK.03/2021 menjelaskan Bank Digital adalah bank berbadan hukum Indonesia yang menyediakan serta menjalankan usaha tanpa kantor fisik selain kantor pusat atau menggunakan kantor fisik yang terbatas dengan melalui saluran elektronik. Di Indonesia belum diatur secara khusus mengenai regulasi bank digital sehingga sama dengan bank umum lainnya menggunakan POJK No.12/POJK.03/2021 tentang Bank Umum (Otoritas Jasa Keuangan, 2021).

Perbankan Digital atau yang disebut dengan *Digital Banking* adalah layanan perbankan yang menggunakan *digital bank* atau sarana elektronik bank melalui media digital yang dilakukan secara mandiri oleh nasabah yang memungkinkan calon nasabah mendapatkan informasi, registrasi, komunikasi, transaksi, membuka dan menutup rekening, transaksi luar produk perbankan dan memperoleh informasi lain, seperti nasihat keuangan (*financial advisory*), transaksi *e-commerce*, investasi, dan kebutuhan lainnya (Otoritas Jasa Keuangan, 2016).

Pada dasarnya Bank Digital melakukan fungsi *intermediary* seperti bank umum syariah/konvensional dimana mempertemukan pemilik dana dengan pihak yang membutuhkan dana. Yang membedakan terletak pada penggunaan suatu aplikasi dalam mengakomodir layanan nasabah serta sistem yang dapat menyesuaikan kebutuhan nasabahnya. Bank digital tidak memerlukan layanan dengan mengandalkan kantor fisik, sedangkan berbeda dengan Bank Syariah/Konvensional yang lebih mengandalkan kantor fisik dalam pelayanannya. Layanan pada bank digital dan bank syariah/konvensional memiliki kesamaan meliputi: transfer uang, penarikan uang, pembukaan rekening, pengelolaan cek dan laporan transaksi keuangan, pengelolaan kredit, dana simpan dan investasi (Van Hijfte, 2023).

Keunggulan bank digital antara lain kemudahan nasabah bertransaksi kapan saja dan dimana saja, transparansi transaksi, serta biaya rendah bahkan gratis. Di sisi lain, bank semakin mudah melakukan inovasi dan menawarkan produk/jasa perbankan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, mengongat semua data tercatat secara digital pada sistem.

### **2.1.2 Digital Banking Perspektif Islam**

Tiga pilar Islam adalah aqidah (keyakinan), ahklaq (moral), dan muamalah. Islam memberikan panduan pada berbagai aspek dan bidang kehidupan seperti pada bidang hukum, sosial, politik, ekonomi dan bahkan permasalahan mengenai permasalahan teknologi yang merupakan masalah kontemporer yang tidak pernah disebutkan secara eksplisit dalam al-qur'an (Soediro, 2018). Undang-Undang informasi dan transaksi teknologi menjadi dasar hukum pedoman dalam penggunaan *digital banking*. Sebagai negara hukum, Indonesia telah mengeluarkan Undang-Undang nomor 11 pada tahun 2008 mengenai undang-undang yang mengatur penggunaan internet dan transaksi elektronik atau Undang-Undang ITE. Undang-Undang ITE dicanangkan berdasarkan UNICITRAL Model Law On Electronic Commerce and Electronic Signature and Convention On Cybercrime.

### **2.1.3 Perilaku Konsumen**

Menurut (Kotler & Keller, 2016) perilaku konsumen, bagaimana individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk dapat memuaskan keperluan mereka. Oleh karena itu, pemasar harus dapat memahami tingkah laku individu atau kelompok dengan maksimum dari produk atau layanan yang telah ditawarkan.

Teori konsumsi yang paling terkenal oleh Keynes mengemukakan perilaku konsumen. Teori Keynes menjelaskan bagaimana hubungan antara pendapatan yang diterima saat ini dengan konsumsi. Artinya, pendapatan yang dimiliki dalam waktu tertentu dapat mempengaruhi tingkat konsumsi. Adapun apabila pendapatan meningkat maka konsumsi yang dilakukan juga akan meningkat (Mankiw, 2007)



#### 2.1.4 Unified Theory of Acceptance and Use of Thechnology (UTAUT)

Teori gabungan penerimaan dan penggunaan teknologi (UTAUT) berasal dari kombinasi delapan teori penerimaan teknologi sebelumnya, yaitu : teori tindakan beralasan (*theory of reasoned action*), model penerimaan teknologi (*technology acceptance model*), model motivasi (*motivational model*), teori perilaku terencana (*theory of planned behavior*), model yang menggabungkan model penerimaan teknologi dan teori perilaku terencana (*a model combining the technology acceptance model and the theory of planned behavior*), model pemanfaatan PC (*model of PC utilization*), teori difusi inovasi (*innovation diffusion theory*), dan teori kognitif sosial (*social cognitive theory*) (Venkatesh et al., 2003).

UTAUT merupakan sebuah teori gabungan dari kedelapan teori penerimaan teknologi sebelumnya. Pada awal pengujian, yang memiliki pengaruh langsung terhadap niat penggunaan atau *intention to use* terdapat tujuh konstruk. Dari tujuh yang dianggap sebagai konstruk utama, hanya empat yang dianggap, antara lain : ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi yang memfasilitas (*facilitating condition*) (Venkatesh et al., 2003). Empat konstruk utama yang diusulkan oleh Venkatesh digunakan dalam penelitian ini.

Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dikembangkan oleh Venkatesh dkk (2003). Awalnya, Venkatesh dkk (2003) menghadirkan *Performance Expectancy* (PE), *facilitating condition* (FC), *social influence* (SI) dan *Effort Expectancy* (EE) sebagai kelanjutan dari *theory of reasoned action* (TRA), *technology acceptance model* (TAM), *theory of perilaku terencana* (TPB), model pemanfaatan PC, teori kognitif sosial, TAM-TPB, dan teori difusi inovasi (IDT) (Samsudeen dan Muhamed, 2020). Kemudian, Venkatesh, Thong dan Xu (2012) memasukkan nilai harga (PV), motivasi hedonis (HM) dan kebiasaan (HA) untuk menyempurnakan model UTAUT sebelumnya dengan nama UTAUT 2.

## 2.2 Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini, peneliti mencari referensi jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pembahasan yang akan diteliti yaitu *Performance Expectancy (PE)*, *Effort Expectancy (EE)*, *Social Influence (SI)*, *Facilitating Condition (FC)*, *Habit (HB)*, *Behavior Intention (BI)* dan *Use Behavior (UB)*. Jurnal tersebut akan diteliti untuk memperkuat alasan yang akan mendukung penelitian ini.

**Tabel 2.1 Kajian Pustaka**

No	Penulis	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	<b>Fadhil Bima Anandia dan Esy Nur Aisyah (2023)</b>	Analisis Penerapan Model Utaut2 Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pada Bank Syariah <b>Sampel : 173</b> responden <b>Alat analisis : PLS</b>	<i>Performance Expectancy (PE)</i> , <i>Effort Expectancy (EE)</i> , <i>Social Influence (SI)</i> , <i>Hedonic Motivation (HM)</i> , <i>Price Value (PV)</i> , <i>Habit (HB)</i> , <i>Behavior Intention (BI)</i> , <i>Use behavior (UB)</i> .	Terdapat pengaruh signifikan yang diberikan oleh <i>Facilitating Condition</i> terhadap <i>Behavior Intention</i> . Kemudian untuk variabel <i>Use Behavior</i> dipengaruhi oleh <i>Facilitating Condition</i> dan <i>Behavioral Intention</i> .
2	<b>Valenora Cassandra dan Devi Yurisca Bernanda (2024)</b>	Analisis Faktor Niat dan Perilaku Pengguna Bank Digital dengan Model TAM & UTAUT2 <b>Sampel : 158</b> responden <b>Alat analisis : PLS-SEM</b>	<i>Perceived Usefulness</i> , <i>Perceived Ease of Use</i> , <i>Social Influence</i> , <i>Hedonic Motivation</i> , <i>Price Value</i> , <i>Trust</i> , <i>Habit</i> , <i>Behavioral Intention</i> , <i>Use Behavior</i> .	Terdapat pengaruh signifikan yang diberikan oleh <i>Perceived Usefulness</i> , <i>Price Value</i> , <i>Trust</i> , dan <i>Habit</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> . Sedangkan variabel <i>Perceived Ease of Use</i> , <i>Social Influence</i> , dan <i>Hedonic Motivation</i> ditemukan tidak berpengaruh. Variabel <i>Behavioral Intention</i> pula berdampak secara signifikan terhadap <i>Use Behavior</i> .
3	<b>Syobri Tri Rahmansyah, Heri Sudarsono, Sarastri</b>	Minat Pelajar Muslim Menggunakan Mobile Banking	<i>Performance Expectancy (PE)</i> , <i>Effort Expectancy (EE)</i> , <i>Social Influence (SI)</i> ,	Terdapat pengaruh signifikan yang diberikan oleh <i>Behavioral intention (BI)</i> dan <i>habit (HB)</i>

	<b>Mumpuni Ruchba dan Indah Susantun (2023)</b>	<b>Sampel :</b> 234 responden <b>Alat analisis :</b> SEM-PLS	<i>Hedonic Motivation (HM), Facilitating Conditions (FC), Religiosity (RE), Habit (HB), Behavior Intention (BI), Use behavior (UB).</i>	terhadap <i>Use Behavior</i> pada <i>mobile banking</i> .
4	<b>Farah Nadya (2020)</b>	Analisis Pengukuran Tingkat Penerimaan Pengguna Mobile Banking BRI Menggunakan <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)</i> <b>Sampel :</b> 170 responden <b>Alat analisis :</b> SmartPLS	<i>Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), Facilitating Condition (FC), Price Value (PV), Perceived Credibility (PC), Behavior Intention (BI), Use behavior (UB).</i>	Terdapat pengaruh signifikan yang diberikan oleh <i>Behavioral Intention (BI)</i> terhadap <i>Use Behavior (UB)</i> pada <i>mobile banking</i> . Disusul oleh <i>Effort Expectancy (EE)</i> dan <i>Facilitating Condition (FC)</i>
5	<b>Widya Anjani dan Imam Mukhlis (2022)</b>	Penerapan Model UTAUT Terhadap Minat Dan Perilaku Pengguna Mobile Banking <b>Sampel :</b> 130 responden <b>Alat analisis :</b> PLS	<i>Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), Facilitating Condition (FC), Behavior Intention (BI), Use behavior (UB).</i>	Terdapat pengaruh signifikan yang diberikan oleh <i>Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI)</i> dan <i>Facilitating Condition (FC)</i> terhadap <i>Behavioral Intention (BI)</i> . Serta pengaruh signifikan yang diberikan oleh <i>Behavioral Intention (BI)</i> memengaruhi secara positif dan juga signifikan terhadap <i>Use Behavior (UB)</i> pengguna BRI <i>Mobile Banking</i> .
6	<b>Ignatius Aryono Putranto (2020)</b>	Acceptance Technology Factors Of Mobile Banking Usage Based On UTAUT2 Model <b>Sampel :</b> 199 responden	<i>Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), Hedonic Motivation (HM), Price Value (PV), Habit (HB),</i>	<i>Factors that determine the intentions on using mobile banking are habits and performance expectancy.</i>

		<b>Alat analisis :</b> PLS-SEM	<i>Behavior Intention (BI), Use behavior (UB).</i>	
7	<b>Atik Afifah (2021)</b>	Determinan Minat Nasabah Menggunakan Digital Banking Dengan Menggunakan Metode Unified Theory Of Acceptance and Use Technology (UTAUT) dalam Persepektif Ekonomi Islam di Bank Syariah Mandiri Tahun 2019-2020.  <b>Sampel : 100</b>  <b>Alat analisis :</b> SmartPLS	<i>Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), Facilitating Condition (FC), Behavior Intention (BI), Use behavior (UB).</i>	Terdapat pengaruh signifikan yang diberikan oleh <i>Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI)</i> terhadap <i>Behavior Intention (BI)</i> menggunakan digital banking. tetapi <i>Facilitating Condition (FC)</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Use Behavior (UB)</i> .
8	<b>Arimbi Dewayanti, Ari Kusiyanti, Admaja Dwi Herlambang (2018)</b>	Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Dengan Menggunakan UTAUT (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology)(Studi Pada Pengguna Mobile Banking BRI KCPUniversitas Brawijaya)  <b>Sampel : 120</b> responden  <b>Alat analisis : PLS</b>	<i>Facilitating Conditions (FC), Performance Expectancy (PE), Social Influence (SI), Effort Expetancy (EE), Perceived Credibility (PC), Perceived Financial Cost (PFC), Perceived Self Efficacy PSE), Behavior Intention (BI), Use behavior (UB).</i>	Terdapat pengaruh signifikan yang diberikan oleh <i>Perceived Financial Cost, Facilitating Conditions, Performance Expectancy, Perceived Self Efficacy, Social Influence, Effort Expetancy</i> terhadap <i>Use Behavior (UB)</i> .
9	<b>Nurfitri Iriani Utami, Abd. Karman dan Moh.</b>	Analisis Intensi Penggunaan Mobile Banking dengan Pendekatan	<i>Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI),</i>	Terdapat pengaruh signifikan yang diberikan oleh <i>Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy</i>

	<b>Syarifudin (2022)</b>	<i>Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology</i> (UTAUT) <b>Sampel :</b> 100 responden <b>Alat analisis :</b> SPSS	<i>Facilitating Condition (FC), Behavior Intention (BI).</i>	( <i>EE</i> ) terhadap <i>Behavior Intention (BI)</i>
10	<b>Gilang Pratama Hafidz dan Vina Sandriana Ulfa (2023)</b>	Identifikasi Model UTAUT 2 Pada Niat Penggunaan Layanan Digital Allo Bank <b>Sampel :</b> 170 responden <b>Alat analisis :</b> SEM-PLS	<i>Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), Facilitating Conditions (FC), Hedonic Motivation (HM), Price Value (PV), Habit (HB), Behavior Intention (BI), Use behavior (UB).</i>	Terdapat pengaruh signifikan yang diberikan oleh <i>Habit(HB)</i> terhadap <i>Behavioral Intention(BI)</i> , pengaruh <i>Habit(HB)</i> terhadap <i>Use Behavior(UB)</i> , dan pengaruh <i>Behavioral Intention(BI)</i> terhadap <i>Use Behavior(UB)</i> .
11	<b>Edi Purwanto dan Julia Loisa (2020)</b>	<i>The Intention and Use Behavior of the Mobile Banking System in Indonesia: UTAUT Model</i> <b>Sampel :</b> 137 responden <b>Alat analisis :</b> SEM-PLS	<i>Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating condition, Behavioral Intention, Intention to Use</i>	Terdapat pengaruh signifikan yang diberikan oleh <i>Effort Expectancy, Facilitating Condition</i> terhadap <i>Intention to Use, Intention to use</i> terhadap <i>Use behavior</i> . Terdapat pengaruh tidak signifikan yang diberikan oleh <i>Perfomancer dan Social influence</i> terhadap <i>Intention to Use</i>

12	<b>Rachmat et al (2020)</b>	Penghimpunan Dana Zakat Infak Sedekah Berdasarkan Intention Perilaku Muslim Gen Y dalam Penggunaan Teknologi <i>Digital Payment Technology</i> <b>Sampel</b> : 239 responden <b>Alat analisis</b> : SEM-PLS	<i>Performance Expectancy, Effprt Expectancecy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Price Value, Habit, Perceived Security, Behavior Intention</i>	Terdapat pengaruh signifikan yang diberikan oleh <i>Performance Expectancy, Effprt Expectancecy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Price Value, Habit, Perceived Security</i> terhadap <i>Behavior Intention</i>
----	-----------------------------	---	--	--

Sumber : Data diolah, tahun 2024.

Jurnal acuan utama pada penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya Syobri Tri Rahmansyah dengan judul “Minat Pelajar Muslim Menggunakan Mobile Banking”. Pada penelitian ini memiliki kesamaan menggunakan variabel *Performance Expectancy (PE)*, *Effort Expectancy (EE)*, *Social Influence (SI)*, *Facilitating Condition (FC)*, *Habit (HB)*, *Behavior Intention (BI)* dan *Use Behavior (UB)*, serta menggunakan metode penelitian yang sama yaitu kuantitatif. Kesamaan lain pada penelitian ini adalah alat analisis yang menggunakan PLS. Hasil dari penelitian menunjukkan kesamaan pengaruh signifikan yang diberikan oleh *Behavioral intention (BI)* terhadap *Use Behavior* pada *mobile banking*.

Namun demikian penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya yaitu objek yang digunakan pada penelitian sebelumnya adalah pelajar muslim di Pulau Jawa. Sedangkan objek penelitian ini adalah masyarakat muslim di seluruh Indonesia. Waktu pelaksanaan pada penelitian sebelumnya dilakukan pada tahun 2023.

## 2.3 Hipotesis Penelitian

### 2.3.1 Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavior Intention*

*Performance Expectancy* (PE) menjelaskan sejauh mana individu percaya bahwa mereka akan mendapat manfaat dari penggunaan teknologi baru (Venkatesh et al., 2003). Individu lebih termotivasi untuk menerima dan menggunakan teknologi baru berdasarkan kepraktisannya dalam kehidupan sehari-hari. PE adalah penentu yang paling penting dari kecenderungan individu untuk menggunakan teknologi. Semakin tinggi PE individu maka semakin tinggi pemanfaatan teknologi tersebut dalam kehidupan sehari-hari individu tersebut (Farzin et al., 2021). Sebagian besar teknologi tinggi mudah digunakan dan menyediakan fungsi lebih cepat daripada layanan lainnya.

H1a : PE berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention* (Bank Syariah).

H1b : PE berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention* (Bank Konvensional).

H1c : PE berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention* (Bank Syariah dan Bank Konvensional).

### 2.3.2 Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavior Intention*

*Effort Expectancy* (EE) menggambarkan tingkat kemudahan individu dalam menggunakan system (Venkatesh et al., 2003). (Eriksson et al., 2008), (Kishore & Sequeira, 2016),(Raza et al., 2018) berpendapat bahwa EE merupakan variabel penting bagi individu dalam mengadopsi sistem teknologi perbankan. Individu membutuhkan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan *Digital Banking*, oleh karena itu, bank perlu memahami kemampuan individu dengan latar belakang yang beragam untuk memahami teknologi dalam menggunakan m-banking. Kemudahan nasabah dalam menggunakan layanan *Digital Banking* akan meningkatkan kegunaan *Digital Banking* dalam transaksi sehari-hari. Sebaliknya, utilitas teknologi *Digital banking* yang kompleks akan menyebabkan keengganan dalam penggunaan layanan

*Digital Banking*, seperti yang disoroti oleh (Raza et al., 2018) bahwa EE tidak mempengaruhi penggunaan layanan m-banking. Berdasarkan hal tersebut, korelasi antara EE dengan penggunaan m-banking dapat dirumuskan sebagai berikut:

H2a : EE berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention* (Bank Syariah).

H2b : EE berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention* (Bank Konvensional).

H2c : EE berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention* (Bank Syariah dan Bank Konvensional).

### 2.3.3 Pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavior Intention*

*Social Influence* (SI) didefinisikan sebagai keyakinan individu tentang bagaimana perasaan kerabat atau teman mereka jika mereka mengadopsi teknologi (Venkatesh et al., 2003). Dari perspektif *Digital Banking*, ini mengacu pada persepsi individu tentang bagaimana perasaan kerabat atau teman mereka saat menggunakan *Digital Banking*. Dengan kata lain, SI mengacu pada bagaimana tekanan sosial yang ditimbulkan oleh lingkungan sekitar individu, termasuk teman, kerabat, dan atasan, dapat memengaruhi persepsi dan perilaku mereka untuk mengambil tindakan tertentu (Tarhini et al., 2017). Namun, beberapa penelitian mengungkapkan bahwa penggunaan *M-Banking* adalah masalah privasi tanpa keuntungan, ketika *M-Banking* dibicarakan di depan umum. Sebagai contoh, penelitian (Raza et al., 2018) dan (Baptista & Oliveira, 2015) menunjukkan bahwa SI tidak mempengaruhi penggunaan m-perbankan. Korelasi antara SI dan INT dapat dirumuskan dalam hipotesis berikut:

H3a : SI berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention* (Bank Syariah).

H3b : SI berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention* (Bank Konvensional).



H3c : SI berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention* (Bank Syariah dan Bank Konvensional).

#### **2.3.4 Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Behavior Intention***

Pada hipotesis *Facilitating Condition* terhadap *Behavior Intention*, peneliti mendapatkan penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh (Fauzi et al, 2018) serta (Cahyani et al., 2022). Pada penelitiannya, diperoleh hasil penelitian bahwa *Facilitating Condition* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavior Intention*.

H4a : FC berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention* (Bank Syariah).

H4b : FC berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention* (Bank Konvensional).

H4c : FC berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention* (Bank Syariah dan Bank Konvensional).

#### **2.3.5 Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Use Behavior***

FC menggambarkan dukungan teknis yang tersedia bagi individu selama penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2003). Mengadopsi sistem m-banking, biasanya membutuhkan sumber daya, keterampilan, dan infrastruktur teknis yang berbeda. Oleh karena itu, FC yang lebih baik akan meningkatkan kemauan individu untuk menerima teknologi (Baptista & Oliveira, 2015). (Mullan et al., 2017) `mengungkapkan bahwa kesediaan individu untuk menerima teknologi tidak hanya dipengaruhi oleh kelengkapan teknologi tersebut, tetapi juga dipengaruhi oleh latar belakang sosial dan budaya individu yang bersangkutan. Oleh karena itu, semakin baik FC semakin tinggi kemauan individu untuk menerima teknologi (Baptista & Oliveira, 2015). Pengaruh PC terhadap niat individu untuk menggunakan internet banking dibuktikan dengan temuan (Baptista & Oliveira, 2015),(Alalwan et al., 2017) , dan (Raza et al., 2018). Beberapa penelitian yang secara khusus menyoroiti pengaruh PC terhadap penggunaan m-banking juga menunjukkan korelasi yang positif dan

signifikan (Farzin et al., 2021);(Raza et al., 2018);(Thaker et al., 2018) . Dengan demikian, hipotesis berikut diajukan:

H5a : FC berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* (Bank Syariah).

H5b : FC berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* (Bank Konvensional).

H5c : FC berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* (Bank Syariah dan Bank Konvensional).

### **2.3.6 Pengaruh *Habit* terhadap *Behavior Intention***

Kebiasaan membutuhkan tindakan berulang individu yang didorong oleh pengetahuan dan pengalaman masa lalunya (Venkatesh et al., 2012). Kebiasaan individu dalam menggunakan *digital banking* dapat diciptakan dengan membangkitkan pengalaman yang menyenangkan saat pertama kali menggunakan layanan *digital banking*. Pengalaman pertama membangun pemahaman bahwa *digital banking* memuaskan apa yang diinginkan. Beberapa bank telah menciptakan pengalaman positif dengan merancang kemudahan pembelajaran dan penggunaan layanan *digital banking* (Kwateng et al., 2019a). Semakin mudah fitur *digital banking* untuk dipelajari maka semakin tinggi kebiasaan individu dalam menggunakan *digital banking*. Beberapa penelitian sebelumnya menemukan pengaruh positif HB terhadap niat menggunakan teknologi perbankan (Baptista & Oliveira, 2015);(Kwateng et al., 2019b);(Raza et al., 2018);(Venkatesh et al., 2012). Dari penjelasan tersebut, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H6a : HB berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention* (Bank Syariah)

H6b : HB berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention* (Bank Konvensional)

H6c : HB berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention* (Syariah dan Bank Konvensional)

### 2.3.7 Pengaruh *Behavior Intention* terhadap *Use Behavior*

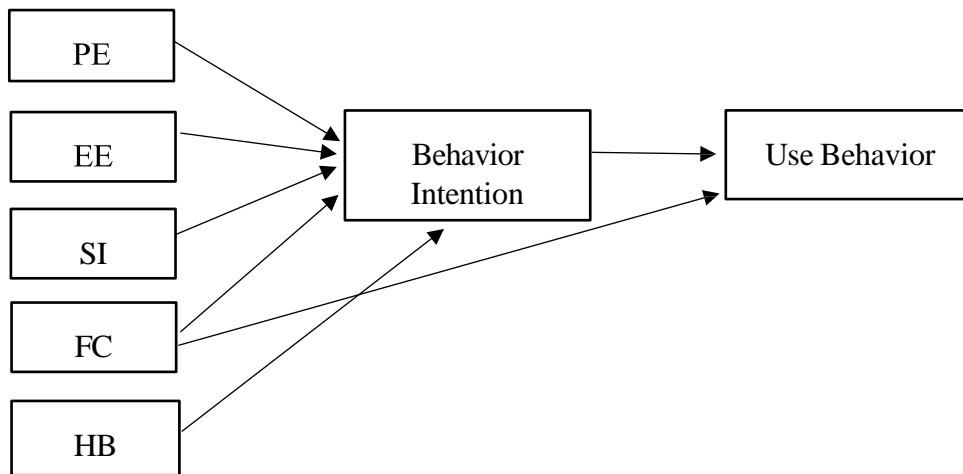
Pada hipotesis *Behavior Intention* terhadap *Use Behavior*, peneliti mendapatkan penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh (Giandi et al., 2020). Penelitian tersebut menghasilkan pengaruh yang positif dan signifikan yang diberikan oleh *Behavior Intention* terhadap *Use Behavior*.

H7a : BI berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* (Bank Syariah).

H7b : BI berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* (Bank Konvensional).

H7c : BI berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* (Bank Syariah dan Bank Konvensional).

## 2.4 Kerangka Pikiran



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif yang lebih menekankan pada pengujian teori dengan mengukur variable berdasarkan angka dan menggunakan Teknik *statistic* untuk menganalisisnya.

#### **3.2 Lokasi dan Objek Penelitian**

Dalam penelitian ini, objek yang digunakan adalah responden masyarakat muslim yang menggunakan layanan *Digital Banking* di Indonesia.

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Menurut (Sugiono, 2016) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini yaitu masyarakat muslim yang menggunakan layanan *Digital Banking* di Indonesia dengan jumlah 239 responden.

##### **2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari keseluruhan dan ciri-ciri yang dimiliki oleh suatu populasi. Jika populasi tersebut besar, peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi karena kendala keterbatasan dana, tenaga, dan waktu. Maka dalam hal ini, digunakan sampel yang diambil dari ppopulasi tersebut agar lebih efisien. Selanjutnya apa yang dipelajari dari sampel akan mendapatkan kesimpulan yang nantinya diberlakukan untuk populasi (Sugiono, 2016). Dalam pengambilan sampel, responden yang diambil merupakan responden yang memenuhi kriteria dari peneliti. Adapun kriterianya dalam pengambilan sampel diantaranya :

1. Responden merupakan masyarakat muslim yang mempunyai aplikasi *Digital Banking* syariah maupun konvensional.
2. Responden merupakan masyarakat muslim yang telah menggunakan transaksi menggunakan aplikasi *Digital Banking* minimal 2x transaksi.

Teknik pengambilan sampel yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling*. Menurut Sekaran dan Bougie (2016), *convenience sampling* adalah kumpulan informasi dari anggota populasi yang dengan setuju ingin memberikan informasi tersebut. Besarnya sampel yang ditentukan dengan menggunakan rumus perhitungan slovin, yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Batas margin error yang ditolerir dalam sampel alias tingkat signifikan adalah 0,10

### 3.4 Definisi Variabel Operasional

#### 3.4.1 *Performance Expectancy*

*Performa Expectancy* atau ekspektasi kinerja didefinisikan sebagai seberapa jauh penggunaan teknologi akan membantu pelanggan melakukan aktivitas- aktivitas tertentu (Venkatesh et al., 2012). Variabel *Performa Expectancy* memiliki beberapa indikator, beberapa diantaranya yaitu :

**Tabel 3.1 Indikator dari *Performance Expectancy***

<i>Extrinsic Motivation</i>	Pengaruh penggunaan sistem pada kehidupan sehari-hari
<i>Relative Advantage</i>	Menggunakan sistem yang memungkinkan pengguna menyingkat waktu dan tidak bekerja lebih

<i>Perceived Usefulness</i>	Sejauh mana seseorang percaya menggunakan sistem dapat meningkatkan produktivitas
<i>Job-fit</i>	Kemampuan sistem untuk meningkatkan kerja individu
<i>Outcome Expectation</i>	Hasil yang diharapkan mengacu pada implementasi perilaku dalam penggunaan sistem

Sumber : Indrawati (2017)

### 3.4.2 *Effort Expectancy*

*Effort Expectancy* atau ekspektasi usaha didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan sistem (Venkatesh et al., 2003). Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur *Effect Expectancy* yaitu :

**Tabel 3.2 Indikator dari *Effort Expectancy***

<i>Perceived ease of use</i>	Kemudahan penggunaan adalah seberapa jauh seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu sistem akan terbebas dari usaha yang sulit
<i>Complexity</i>	Tingkat dimana suatu sistem dipersepsikan sebagai sesuatu yang secara relative sulit untuk di pahami dan dugunakan
<i>Ease of Use</i>	Kemudahan penggunaan adalah seberapa jauh suatu inovasi dianggap mudah untuk digunakan

Sumber : (Sambat & Sabat, 2020)

### 3.4.3 *Social Influence*

*Social Influence* atau pengaruh sosial didefinisikan sebagai seberapa besar konsumen percaya bahwa orang-orang penting, seperti keluarga dan teman harus menggunakan teknologi tertentu (Venkatesh et al., 2012).

**Tabel 3.3 Indikator dari *Social Influence***

<i>Subyective Norma</i>	Norma subyektif didefinisikan sebagai persepsi individu bahwa sebagian besar orang yang penting baginya berpikir dia harus atau tidak harus melakukan perilaku yang dimaksud
<i>Social Factors</i>	Faktor social adalah pemahaman individu mengenai budaya subyektif kelompok dimana individu berada dan kesepakatan interpersonal spesifik yang telah dibuat oleh individu dengan orang lain pada situasi tertentu
<i>Image</i>	Citra atau kesan ialah sejauh mana penggunaan terhadap inovasi dirasakan untuk meningkatkan citra atau status individu dalam lingkungan sosial

Sumber : Indrawati, P., (2017)

### 3.4.4 *Facilitating Condition*

*Facilitating Condition* atau kondisi yang memfasilitasi mengacu pada persepsi konsumen tentang sumber daya dan dukungan yang tersedia untuk melakukan perilaku tersebut (Venkatesh et al, 2003).

**Tabel 3.4 Indikator dari *Facilitating Condition***

<i>Perceived Behaviora</i>	Persepsi kontrol perilaku adalah mencerminkan persepsi hambatan internal dan eksternal dapa perilaku dan mencakup <i>self efficiency, facilitating conditions</i> sumber daya dan teknologi
<i>Facilitating conditions</i>	Kondision fasilitas didefinisikan sebagai faktor objektif di lingkungan yang telah disepakati oleh peneliti yang membuat tindakan muda dilakukan, termasuk penyediaan dalam dukungan komputer atau teknologi
<i>Compatibilty</i>	Kompatibilitis didefinisikan sejauh mana inovasi dapat dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang ada, kebutuhan-kebutuhan dan pengalaman dari pengadopsi potensial

Sumber : Indrawati, P., (2017)

### 3.4.5 Habits

*Habits* atau kebiasaan membutuhkan tindakan berulang individu yang didorong oleh pengetahuan dan pengalaman masa lalunya (Venkatesh et al., 2012). Kebiasaan individu dalam menggunakan *Digital Banking* dapat diciptakan dengan membangkitkan pengalaman yang menyenangkan saat pertama kali menggunakan layanan *Digital Banking*. Pengalaman pertama membangun pemahaman bahwa *Digital Banking* memuaskan apa yang diinginkan (Hussain et al., 2020).

**Tabel 3.5 Indikator dari Habits**

<i>Prior Use</i>	Tingkat dimana pengguna telah memiliki pengalaman yang mendalam dalam memanfaatkan teknologi tersebut
<i>Addiction</i>	Tingkat dimana penggunaan teknologi merasa sangat bergantung pada penggunaan teknologi tersebut
<i>Behavior To be Automatic</i>	Tingkat dimana kebiasaan yang secara otomatis mengarahkan pengguna untuk menggunakan teknologi tersebut saat melakukan transaksi.

Sumber : Royan (2021)

### 3.4.6 Behavior Intention

Behavior Intention memiliki bukti bahwa peran kuat dalam membentuk pengguna dan penerapan sistem baru (Venkatesh et al., 2003). Menurut Mowen dalam (Firmansyah, 2018) *Behavioral Intention* adalah keinginan konsumen untuk berperilaku menurut cara tertentu dalam membeli dan menggunakan suatu produk maupun jasa.



**Tabel 3.6 Indikator dari *Behavior Intention***

Intention to Use	Bentuk produk atau jasa tertentu yang dianggap sesuai dengan motif penggunaan dengan atribut atau karakteristik produk dan jasa yang dapat dipertimbangkan (Setiawan, 2020).
Loyalitas pelanggan	Komitmen mendalam untuk membeli ulang atau mengulang pola preferensi produk atau layanan dimasa yang akan datang yang menyebabkan pembelian berulang merk yang sama atau satu set walaupun ada keterlibatan faktor situasional dan upaya upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan perilaku berpindah merk (Suwasito & Aliya, 2020).

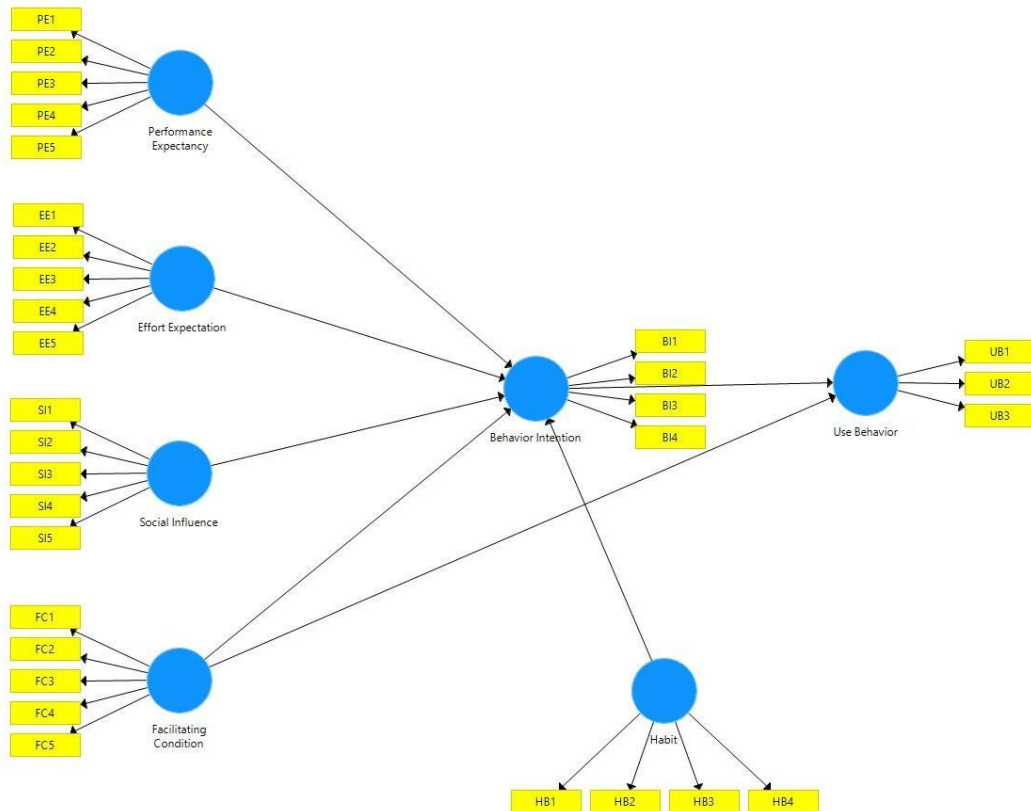
### 3.4.7 *Use Behavior*

*Use Behavior* merupakan perilaku dari pengguna dalam menggunakan teknologi informasi (Venkatesh et al., 2012). Menurut (Bharata & Widyaningrum, 2017) *Use Behavior* juga di definisikan sebagai teknologi informasi yang dapat mempengaruhi pelanggan. Dengan demikian teknologi informasi akan digunakan apabila pemakai teknologi informasi tersebut berminat dalam menggunakan teknologi informasi dan merasa difasilitasi. Oleh karena itu, keyakinan dan kenyamanan dalam menggunakan teknologi informasi tersebut pengguna akan lebih sering memanfaatkannya.

**Tabel 3.7 Indikator dari *Use Behavior***

<i>Usage Time</i> (waktu penggunaan)	Waktu yang digunakan untuk menggunakan sistem teknologi
<i>Usage frequency</i> (frekuensi penggunaan)	Pengguna menggunakan sistem melebihi satu kali bahkan berkali-kali

### 3.5 Diagram Jalur



Sumber : Data diolah tahun 2024

### 3.6 Metode Pengumpulan Data

#### 3.6.1 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis data primer yang diambil dari kuisisioner dan dibagikan melalui *google form* kepada responden.

#### 3.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner yang dibuat menggunakan *google form* dan dibagikan kepada responden berupa link melalui *whatsapp group*, *group line* dan *social media*. Menurut Creswell (2015) kuisisioner merupakan suatu formulir yang digunakan dalam rancangan survey yang diisi oleh partisipan dalam penelitian dan memberikan informasi personal atau demografis dasar.

Dalam kuesioner tersebut nantinya terdapat kumpulan pernyataan yang diberkaitan dengan *Performance expectancy*, *Effort expectancy*, *Social influence*, *Facilitating condition*, *Habit*, *Behavior Intention* dan *Use Behavior*. Skala yang digunakan untuk mengukur penelitian ini adalah skala *likert*. Kuesioner dibangun dalam format pilihan ganda dengan lima pilihan jawaban untuk setiap pertanyaan. Untuk memenuhi persyaratan analisis kuantitatif, sehingga jawaban dari setiap pertanyaan kuesioner perlu menggunakan skala Likert dan diberi skor 1 hingga 5.

**Tabel 3.8 Nilai Pengumpulan Skor**

No	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Netral (N)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber : Data diolah 2023

### **3.7 Metode Analisis**

#### **3.7.1 Analisis Deskriptif**

Menurut Sugiyono (2017), penelitian statistik deskriptif adalah penelitian yang mendeskripsikan serta menganalisis data yang terkumpul. Penelitian statistik deskriptif menggunakan data yang terkumpul tanpa menggeneralisasi dan kesimpulan tentang sesuatu agar diterima masyarakat. Metode ini membuat data mentah menjadi mudah dipahami dan lebih sederhana.

#### **3.7.2 Analisis Partial Least Square (PLS)**

*Partial Least Square* (PLS) adalah metode analisis yang dikembangkan oleh Herman Wold. PLS dapat digunakan pada semua jenis skala data termasuk nominal, ordinal, interval, dan rasio (Martinis, 2011) sehingga menjadikannya sebagai teknik analisis yang dapat diterapkan pada pesyaratan asumsi yang lebih fleksibel. Serupa dengan yang dikatakan oleh (Ghozali & Latan, 2014), analisis PLS adalah sebuah teknik analisis yang kuat karena menggunakan sampel yang kecil dan tidak mengambil data pada skala tertentu.

Menurut (Abdillah & Jogiyanto, 2015), Metode PLS memiliki keunggulan diantaranya kemampuan dalam bekerja dengan model yang kompleks, kemampuan untuk mengola multikoleniaritas, menghasilkan hasil yang andal bahkan dengan data yang tidak normal atau hilang, beroperasi dengan ukuran sampel yang kecil dan menggunakan data dari berbagai jenis skala. Selain itu, analisis PLS dapat diterapkan Ketika landasan model teoritis

bersifat pengukuran setiap variable masih baru atau bersifat *tentative* (Yamin, 2011). Sedangkan menurut (Sholihin & Ratmono, 2021) penggunaan metode PLS cenderung fleksibel karena PLS dapat menganalisis model pengukuran formatif dan reflektif, serta variable dengan hanya satu indikator tanpa adanya masalah pada indentifikasi variabelnya. Pada PLS *Path Modelling* terdapat dua model yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*).

### 3.7.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran atau *Outer Model* biasa digunakan untuk menilai uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan guna mengetahui kemampuan pada instrument penelitian yang akan diukur. Sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur pada suatu konsep dan data responden dalam menjawab indikator instrumen penelitian atau kuisioner (Abdillah & Jogiyanto, 2015). Pengukuran *Outer Model* melibatkan beberapa pengujian yang terbagi menjadi dua uji validitas dan dua uji reliabilitas, seperti yang dikemukakan oleh (Hair et al., 2011) :

1. Validitas Diskriminan atau *Discriminant Validity* dapat diketahui dari dua cara, yaitu menggunakan hasil dari akar kuadrat *Average Variance Extracted* (AVE) atau *Fornell-Larcker Criterion* yang mensyaratkan nilai konstruk lebih besar antara korelasi dengan konstruk lainnya. Cara berikutnya dengan melihat hasil *Cross Loading* pada setiap konstruk.
2. Validitas konvergen atau *Convergent Validity* dapat ditentukan dengan melihat nilai AVE yang mana nilainya harus lebih besar dari 0,50.
3. *Internal Consistency Reliability*, melihat hasil dari *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* yang dimana hasilnya harus lebih dari 0,70.

### 3.7.2.2 Evaluasi Model Struktural (*Inner model*)

Model struktural merupakan model yang digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variable. Pada model struktural terdapat 3 pengukuran yang diambil oleh peneliti, antara lain :

### 1. *R-Square*

Hasil koefisien determinasi atau *R-square*, dapat digunakan untuk mengukur perubahan antara variabel bebas dan variabel terikat, rentang nilai *R-square* adalah antara 0 dan 1. Model prediksi akan lebih baik dengan tingkat yang lebih tinggi (Hair et al., 2011). Menurut Hair (2011), ada tiga jenis hasil dari koefisien determinasi. Nilai 0,75 menunjukkan pengaruh signifikan dengan pengaruh yang kuat, 0,50 menunjukkan pengaruh signifikan dengan pengaruh yang moderat, serta 0,25 melambangkan pengaruh signifikan yang lemah.

### 2. *T-Test*

*T-test* atau sering disebut t-statistik adalah sebuah pengujian yang digunakan untuk mengambil keputusan suatu signifikansi. Dikatakan pengaruhnya signifikan jika nilai t-statistik > nilai t tabel. Langkah yang digunakan untuk melakukan pengujian *T-test* adalah menggunakan metode *bootstrapping* dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dan untuk t-tabel dengan tingkat signifikansi 1,96. Pengaruhnya signifikan apabila nilai *T-test* lebih besar dari nilai t-tabel.

### 3.7.2.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dapat dilakukan dengan cara mempertimbangkan tingkat signifikan antar variable laten, biasanya dilakukan dengan membandingkan nilai *P-value* dengan nilai t-statistik yang ada, nilai t-statistik untuk *two-tailed test* adalah 1,65 (signifikan level = 10%), 1,96 (signifikan level = 5%) dan 2,58 (Hair et al., 2011). Cara lain untuk menguji hipotesis adalah melihat hasil dari *P-value* yang mana harus lebih kecil dari nilai signifikansi 5% atau 0,05 untuk dikatakan suatu variable mempunyai hubungan secara signifikan (Hair et al., 2011).

## BAB IV

### HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil analisis dari penelitian yang berjudul Minat Masyarakat Muslim dalam Menggunakan Layanan *Digital Banking* dengan Menggunakan Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*. Besar responden yang digunakan sebagai sampel penelitian sebanyak 239 orang muslim yang tersebar di Indonesia. Alat analisis yang digunakan dalam pengujian dan pengolahan adalah Smart PLS Versi 3.0.

#### 4.1 Karakteristik Responden

##### 4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada data pengambilan sampel untuk penelitian ini, dibedakan berdasarkan jenis kelamin yaitu Laki-laki dan Perempuan. Karakteristik dari 239 responden dalam penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	95	39,75%
Perempuan	144	60,25%
Jumlah	239	100%

Sumber : Data diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.1, dapat dilihat bahwa dari total responden sebanyak 239 orang terdapat 95 responden setara 39,75% merupakan laki-laki; dan 144 responden setara dengan 60,25% merupakan perempuan.

##### 4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden

Karakteristik responden selanjutnya yaitu berdasarkan Usia Responden. Data ini digunakan untuk mengetahui usia para responden yang menggunakan layanan digital banking. Penjelasan tersebut dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut :

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Responden**

<b>Rentang Usia</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Dibawah 17 tahun	0	0%
17-21 tahun	68	28,45%
22-26 tahun	73	30,54%
27-31 tahun	26	10,88%
32-36 tahun	18	7,53%
37-41 tahun	14	5,86%
42-46 tahun	34	14,23%
Diatas 46 tahun	7	2,93%
<b>Total</b>	<b>239</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa dari 239 responden, terdapat 73 responden setara dengan 30,54% (usia 22-26 tahun); 68 responden yang sebanding dengan 28,45% (usia 17-21%); 34 responden setara dengan 14,23% (usia 42-46 tahun); 26 responden sebanding dengan 10,88% (usia 27-31 tahun); 18 responden setara dengan 7,53 % (usia 32 -36 tahun); 14 responden setara dengan 5,86% (usia 37-41 tahun); dan 7 responden yang setara dengan 2,93%( usia diatas 46 tahun).

#### **4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Provinsi Asal**

Berdasarkan data kuisioner yang telah disebarkan, diperoleh klasifikasi responden berdasarkan persebaran provinsi asal. Data tersebut dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini:



**Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Provinsi Asal**

<b>Provinsi asal</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Nangroe Aceh Darussalam	10	4,18%
Sumatra Barat	3	1,25%
Sumatra Selatan	2	0,83%
Sumatra Utara	4	1,67%
Bengkulu	1	0,41%
Riau	4	1,67%
Kepulauan Riau	0	0%
Jambi	3	1,25%
Lampung	2	0,83%
Bangka Belitung	1	0,41%
Kalimantan Barat	5	2,09%
Kalimantan Timur	4	1,67%
Kalimantan Selatan	3	1,25%
Kalimantan Tengah	9	3,76%
Kalimantan Utara	0	0%
Banten	7	2,92%
DKI Jakarta	16	6,69%
Jawa Barat	36	15,0%
Jawa Tengah	15	6,27%
DI Yogyakarta	50	20,92%
Jawa Timur	18	7,53%
Bali	17	7,11%

Nusa Tenggara Timur	4	1,67%
Nusa Tenggara Barat	4	1,67%
Gorontalo	3	1,25%
Sulawesi Barat	0	0%
Sulawesi Tengah	4	1,67%
Sulawesi Utara	0	0%
Sulawesi Tenggara	6	2,51%
Sulawesi Selatan	1	0,41%
Maluku Utara	0	0%
Maluku	1	0,41%
Papua Barat	0	0%
Papua	6	2,51%
Papua Pegunungan	0	0%
Papua Selatan	0	0%
Papua Barat Daya	0	0%
<b>Total</b>	<b>239</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat disimpulkan bahwa dari 239 responden, terdapat 50 responden atau setara dengan 20,92% yang berasal dari DI Yogyakarta; 36 responden atau setara dengan 15% yang berasal dari provinsi Jawa Barat; 18 responden atau setara dengan 7,53% yang berasal dari provinsi Jawa Timur; 17 responden atau sebanding dengan 7,11% berasal dari provinsi Bali; 16 responden atau setara dengan 6,69% yang berasal dari provinsi DKI Jakarta; 15 responden atau setara dengan 6,27% berasal dari provinsi 6,27%, 10 responden yang setara 4,18% berasal dari Nangroe Aceh Darussalam; 9 responden atau setara dengan 3,76% yang berasal dari

Kalimantan Tengah; 7 responden atau 2,92% berasal dari provinsi Banten; 6 responden atau setara 2,51% yang terbagi masing masing berasal dari provinsi Papua dan Sulawesi Tenggara; 5 responden atau setara 2,09% yang berasal dari provinsi Kalimantan Barat; 4 responden atau setara dengan 1,76% yang masing masingnya tersebar dari provinsi Riau, Kalimantan Timur, Nusa Tenggara Timur, Nusa Tenggara Barat dan Sulawesi Tengah; 3 responden atau setara dengan 1,25% yang masing masingnya tersebar dari provinsi Jambi, Kalimantan Selatan, Kalimantan Selatan, Gorontalo; 2 responden atau setara dengan 0,83% yang berasal dari dua provinsi yakni Sumatra Selatan dan Lampung dan 1 responden atau setara dengan 0,41% yang masing masingnya tersebar, yakni berasal dari Bengkulu, Bangka Belitung, Sulaswesi Selatan, dan Maluku.

#### 4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan

Berdasarkan Kuesioner yang disebar di 239 responden memperoleh klasifikasi data berdasarkan status responen penelitian. Klasifikasi berdasarkan status pernikahan dapat dilihat pada tabel 4.4 dibawah ini:

**Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Stauts Pernikahan**

Status Pernikahan	Jumlah	Persentase
Sudah Menikah	136	56%
Belum Menikah	103	44%
<b>Total</b>	<b>239</b>	<b>100%</b>

Sumber : Dara diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa dari 239 responden, terdapat 136 responden setara dengan 56% yang sudah menikah; 103 responden yang sebanding dengan 44% responden yang belum menikah.

#### 4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan data kuisioner yang disebar, diperoleh hasil klasifikasi responden berdasarkan tingkat pendidikan yang dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut :

**Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

<b>Tingkat Pendidikan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
SMP	4	1,67%
SMA	112	46,86%
Diploma	39	16,31%
Sarjana	74	30,96%
Magister	8	3,34%
Doktor	2	0,83%
<b>Total</b>	<b>239</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, dapat disimpulkan bahwa dari 239 responden terdapat 112 responden atau setara dengan 46,86% dengan latar belakang SMA; 74 responden yang setara dengan 30,96% dengan latar belakang Pendidikan sarjana. 39 responden atau setara dengan 16,31% yang berpendidikan diploma; 8 responden atau setara dengan 3,34% dari latar belakang magister; 4 responden atau setara dengan 1,67% dari latar belakang SMP dan 2 responden atau setara dengan 0,83% yang berlatar belakang Pendidikan doktor.

#### **4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pada pengambilan sampel data untuk penelitian ini, terdapat klasifikasi responden berdasarkan jenis pekerjaan. Karakteristik dari 239 responden dalam penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Pelajar/Mahasiswa	90	37,65%
Pegawai Negeri	18	7,53%
Pegawai Swasta	55	23,01%
Pengusaha	13	5,43%
Ibu Rumah Tangga	40	16,73%
Dan Lain-lain	23	9,62%
<b>Total</b>	<b>239</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat disimpulkan bahwa dari 239 responden terdapat 90 responden yang setara dengan 37,65% saat ini masih pelajar/mahasiswa; 55 responden atau setara dengan 23,01% yang bekerja sebagai pegawai swasta; 40 responden atau setara dengan 16,73% sebagai ibu rumah tangga; 23 responde atau setara dengan 9,62% bekerja diluar daftar pekerjaan yang disebutkan; 18 responden setara dengan 7,53% yang bekerja sebagai pegawai negeri dan 13 responden yang setara 5,43% yang bekerja sebagai pengusaha.

#### **4.1.7 Karteristik Responden Berdasarkan Penghasilan**

Karakteristik selanjutnya yaitu berdasarkan penghasilan. Data ini digunakan untuk mengetahui jumlah pendapatan para pengguna *digital banking* di Indonesia. Pemaparan Tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.7 berikut ini:

**Tabel 4.7 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan**

<b>Penghasilan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Dibawah Rp. 1.000.000	58	24,26%
Rp. 1.100.000 - Rp. 2.500.000	48	35,14%
Rp. 2.600.000 - Rp. 5.000.000	49	20,50%
Rp. 5.100.000 - Rp. 7.500.000	14	5,85%
Rp. 7.600.000 - Rp. 10.000.000	15	6,27%
Rp. 10.100.000 - Rp.12.500.000	3	1,25%
Rp. 12.600.000 - Rp. 15.000.000	7	2,92%
Diatas Rp. 15.000.000	9	3,76%
<b>Total</b>	<b>239</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.7, diatas dapat disimpulkan terdapat 239 responden dimana 84 responden atau setara 35,14% yang memiliki penghasilan 1.100.000-2.500.000, 58 responden atau setara dengan 24,6% yang memiliki penghasilan dibawah 1.000.000; 49 responden atau setara dengan 20,50% yang berpenghasilan 2.600.000-5.000.000 ; 15 responden atau setara dengan 6,27% yang sudah memiliki penghasilan 7.600.000-10.000.000; 14 responden atau setara dengan 5,85 yang sudah memiliki penghasilan 5.100.00-7.500.000 ; 9 responden yang setara 3,76% yang sudah memiliki penghasilan diatas 15.000.000; 7 responden atau setara dengan 2,92% yang memiliki penghasilan 12.600.000 - 15.000.000; dan 3 responden yang setara dengan 1,25% yang memiliki penghasilan 10.100.000 hingga 12.500.000.

#### **4.1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Bank yang digunakan**

Berdasarkan kuesioner yang disebar dari 239 responden memperoleh data tentang jenis bank yang digunakan. Klasifikasi berdasarkan jenis bank yang digunakan dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini:

**Tabel 4.8 Karakteristik Berdasarkan Jenis Bank yang digunakan**

<b>Jenis Bank</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Bank Syariah	57	23,85%
Bank Konvensional	136	56,90%
Bank Syariah dan Bank Konvensional	46	19,25%
<b>Total</b>	<b>239</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.8 dapat disimpulkan bahwa dari 239 responden terdapat 136 responden atau setara 56,90% menggunakan bank konvensional; 57 responden atau setara 23,85% responden menggunakan bank syariah; dan 46 responden yang setara dengan 19,25% yang menggunakan keduanya.

## **4.2 Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui nilai atau skor jawaban dari masing-masing pertanyaan untuk setiap variabel. Untuk mendeskripsikan jawaban variabel dapat ditunjukkan nilai rata-rata, dengan mengacu pada nilai minimum dan maksimum.

### **4.2.1 Distribusi Jawaban Responden terhadap *Facilitating Condition***

Berikut penjelasan distribusi jawaban responden terhadap variabel *Facilitating Condition* yang dapat dilihat pada tabel 4.2.1 berikut ini :

**Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden terhadap *Facilitating Condition***

Kode	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
FC1	Saya merasa nyaman melakukan aktivitas perbankan dengan menggunakan <i>Digital Banking</i>	3,62	Setuju
FC2	Saya memiliki pengalaman yang cukup dalam menggunakan <i>Digital Banking</i>	3,91	Setuju
FC3	Saya memiliki pengetahuan untuk menggunakan <i>Digital Banking</i>	3,63	Setuju
FC4	Saya memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menggunakan <i>Digital Banking</i>	3,28	Netral
FC5	Metode <i>Digital Banking</i> yang tersedia sesuai ( <i>compatible</i> ) dengan perangkat ( <i>handphone/smartphone</i> ) yang saya miliki	3,54	Setuju
	<b>Rata -Rata</b>	3,59	Setuju

Sumber : Data diolah tahun 2024

#### 4.2.2 Distribusi Jawaban Responden terhadap *Effort Expectancy*

Berikut penjelasan mengenai distribusi penilaian responden terhadap variabel *Effort Expectancy* yang dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini:

**Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden terhadap *Effort Expectancy***

Kode	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
EE1	Saya dengan mudah mempelajari petunjuk acara menggunakan aplikasi <i>Digital Banking</i>	3,69	Setuju
EE2	Saya dapat dengan mudah mengerti bagaimana mengaplikasikan penggunaan <i>Digital Banking</i>	3,45	Setuju
EE3	Saya menggunakan <i>Digital Banking</i> untuk banyak hal dalam aktivitas perbankan	3,89	Setuju
EE4	Saya tidak memerlukan banyak usaha untuk menggunakan aplikasi <i>Digital Banking</i>	3,75	Setuju
EE5	Dengan menggunakan aplikasi <i>Digital Banking</i> hanya membutuhkan waktu sebentar untuk aktivitas perbankan	3,35	Setuju
	<b>Rata-Rata</b>	3,62	Setuju



Sumber : Data diolah tahun 2024

#### 4.2.3 Distribusi Jawaban Responden Terhadap *Performance Expectancy*

Berikut penjelasan distribusi jawaban responden terhadap variabel *Performance Expectancy* yang dapat dilihat pada tabel 4.11 dibawah ini:

**Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap *Performance Expectancy***

Kode	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
PE1	Saya merasa penggunaan <i>Digital Banking</i> berguna dalam kegiatan transaksi perbankan sehari hari	3,98	<b>Setuju</b>
PE2	<i>Digital Banking</i> memungkinkan menyelesaikan masalah yang berkaitan dengan aktivitas perbankan dengan cepat	3,62	<b>Setuju</b>
PE3	Dengan menggunakan <i>Digital Banking</i> dapat menghemat waktu dan dapat dilakukan dimanapun kapanpun	3,52	<b>Setuju</b>
PE4	<i>Digital Banking</i> memberikan kemudahan dalam aktivitas perbankan	4,02	<b>Setuju</b>
PE5	Menggunakan <i>Digital Banking</i> dapat meningkatkan kinerja saya dalam aktivitas perbankan	4,10	<b>Setuju</b>
	<b>Rata Rata</b>	3,84	<b>Setuju</b>

Sumber : Data diolah tahun 2024

#### 4.2.4 Distribusi Jawaban Responden terhadap *Social Influence*

Berikut pemaparan distribusi jawaban responden terhadap variabel *Social Influence* yang dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut ini:

**Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Terhadap *Social Influence***

Kode	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
SI1	Orang orang disekitar saya berpikir bahwa saya harus menggunakan aplikasi <i>Digital Banking</i> dalam kegiatan perbankan karena bermanfaat	3,84	Setuju
SI2	Teman dan keluarga saya merekomendasikan saya untuk menggunakan <i>Digital Banking</i> dalam kegiatan perbankan	3,51	Setuju
SI3	Partisipasi orang lain mempengaruhi saya dalam menggunakan <i>Digital Banking</i>	3,47	Setuju
SI4	Saya merasa lebih maju dan modern dengan menggunakan <i>Digital Banking</i> dalam aktivitas perbankan	3,84	Setuju
SI5	Orang yang lebih berpengalaman dari saya membantu saya menggunakan aplikasi <i>Digital Banking</i> dalam kegiatan perbankan	3,76	Setuju
	<b>Rata Rata</b>	<b>3,68</b>	<b>Setuju</b>

Sumber : Data diolah tahun 2024

#### 4.2.5 Distribusi Jawaban Responden terhadap *Habit*

Berikut pemaparan distribusi jawaban responden terhadap variabel *Habit* yang dapat dilihat pada tabel 4.13 berikut ini:

**Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden Terhadap *Habit***

Kode	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
HB1	Penggunaan aplikasi <i>Digital Banking</i> sudah menjadi kebiasaan bagi saya dalam kegiatan perbankan	4,02	Setuju
HB2	Menggunakan aplikasi <i>Digital Banking</i> adalah bagian dari rutinitas harian saya	3,58	Setuju
HB3	Menggunakan aplikasi <i>Digital Banking</i> adalah sesuatu yang saya lakukan tanpa berfikir	3,82	Setuju
HB4	Saya kecanduan menggunakan aplikasi <i>digital Banking</i> untuk aktivitas dan transaksi keuangan saya	3,61	Setuju
	<b>Rata-Rata</b>	<b>3,75</b>	<b>Setuju</b>

Sumber : Data diolah tahun 2024

#### 4.2.6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap *Behavioral Intention*

Berikut ini penjelasan distribusi penilaian responden terhadap variabel *Behavioral Intention* yang dapat dilihat pada tabel 4.14 dibawah ini:

**Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap *Behavioral Intention***

Kode	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
BI1	Saya berniat menggunakan aplikasi <i>Digital Banking</i> dimasa depan	3,38	Netral
BI2	Saya akan terus menggunakan aplikasi <i>Digital Banking</i> untuk aktivitas dan transaksi keuangan saya	3,06	Netral
BI3	Saya akan terus memilih menggunakan <i>Digital Banking</i> dalam kegiatan perbankan	3,78	Setuju
BI4	Saya pikir akan sangat berharga bagi saya dalam berkegiatan perbankan menggunakan layanan <i>Digital Banking</i>	3,48	Setuju
	<b>Rata Rata</b>	<b>3,42</b>	<b>Netral</b>

Sumber : Data diolah tahun 2024

#### 4.2.7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap *Use Behavior*

Berikut penjelasan mengenai distribusi jawaban responden terhadap variabel *Use Behavior* yang dapat dilihat pada tabel 4.15 dibawah ini:

**Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden Terhadap *Use Behavior***

Kode	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
UB1	Penggunaan <i>Digital Banking</i> saya terus meningkat	4,17	Setuju
UB2	Saya menggunakan <i>Digital Banking</i> lebih dari aplikasi yang lain	3,57	Setuju
UB3	Saya selalu mengupdate <i>Digital Banking</i> dengan versi yang terbaru	3,39	Netral
	<b>Rata-Rata</b>	<b>3,71</b>	<b>Setuju</b>

Sumber : Data diolah tahun 2024

### 4.3 Analisis Statistik

#### 4.3.1 Analisis *Partial Least Square* (PLS)

Pada analisis statistik proses *Partial Least Square* (PLS), terbagi dalam dua macam proses analisis yaitu model pengukuran (*Outer Model*) dan Model Struktural (*Inner Model*).

#### 4.3.2 Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

Analisis model pengukuran atau *Outer Model* digunakan ketika ingin menguji penilaian terhadap validitas dan reabilitas dengan model pengujian meliputi : *Convergent Validity*, *Discriminant Validity* dan *Composite Reliability*.

##### 4.3.2.1 *Convergent Validity*

Model *Convergent Validity* digunakan untuk mendeskripsikan terkait nilai variabel penelitian yang menunjukkan variabel laten yang diukur. Model pengukuran yang digunakan dalam *Convergent Validity* yaitu *Loading Factors*.

#### A. *Outer Loading*

##### 1. *Outer Loading* Bank Konvensional

**Tabel 4.16 *Outer Loading* Bank Konvensional**

	<i>Behavior intention</i>	<i>Effort Expectancy</i>	<i>Facilitating Condition</i>	<i>Habit</i>	<i>Performance Expectancy</i>	<i>Social Influence</i>	<i>Use Behavior</i>
BI 1	0,786						
BI 2	0,477						
BI 3	0,532						
BI 4	0,794						
EE 1		0,747					
EE 2		0,884					

EE 3		0,347					
EE 4		0,617					
EE 5		0,878					
FC 1			0,791				
FC 2			0,534				
FC 3			0,747				
FC 4			0,892				
FC 5			0,872				
HB 1				0,753			
HB 2				0,829			
HB 3				0,307			
HB 4				0,705			
PE 1					0,734		
PE 2					0,831		
PE 3					0,832		
PE 4					0,764		
PE 5					0,366		
SI 1						0,800	

SI 2						<b>0,704</b>	
SI 3						<b>0,784</b>	
SI 4						<b>0,747</b>	
SI 5						<b>0,685</b>	
UB 1							<b>0,736</b>
UB 2							<b>0,879</b>
UB 3							<b>0,744</b>

Sumber : Data diolah tahun 2024

Berdasarkan hasil analisis *convergent validity* seperti tabel 4.16, menunjukkan bahwa hasil dari 31 instrument pernyataan yang disebarkan kepada responden terdapat 22 pernyataan yang telah memenuhi kriteria, karena nilai *outer loading* memiliki nilai lebih besar dari  $>0,7$  dengan demikian instrumen penelitian tersebut dinyatakan valid. Sedangkan terdapat 9 instrumen penelitian yang memiliki nilai *outer loading* lebih kecil dari 0,7, yaitu diantara BI2, BI3, EE3, EE4, FC2, HB3, PE5, SI5 dengan demikian kesembilan instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

## 2. *Outer Loading* Bank Syariah

**Tabel 4.17 *Outer Loading* Bank Syariah**

	Behavi or intenti on	Effort Expectan cy	Facilitati ng Conditio n	Hab it	Performan ce Expectanc y	Social Influen ce	Use Behavi or
BI 1	<b>0,924</b>						
BI 2	<b>0,946</b>						
BI 3	<b>0,894</b>						

<b>BI 4</b>	<b>0,834</b>						
<b>EE 1</b>		<b>0,657</b>					
<b>EE 2</b>		<b>0,184</b>					
<b>EE 3</b>		<b>0,131</b>					
<b>EE 4</b>		<b>0,559</b>					
<b>EE 5</b>		<b>-0,079</b>					
<b>FC 1</b>			<b>0,379</b>				
<b>FC 2</b>			<b>0,700</b>				
<b>FC 3</b>			<b>0,770</b>				
<b>FC 4</b>			<b>0,510</b>				
<b>FC 5</b>			<b>0,919</b>				
<b>HB 1</b>				<b>0,80 0</b>			
<b>HB 2</b>				<b>0,901</b>			
<b>HB 3</b>				<b>0,77 5</b>			
<b>HB 4</b>				<b>0,910</b>			
<b>PE 1</b>					<b>0,701</b>		

<b>PE 2</b>					<b>0,806</b>		
<b>PE 3</b>					<b>0,706</b>		
<b>PE 4</b>					<b>0,524</b>		
<b>PE 5</b>					<b>0,640</b>		
<b>SI 1</b>						<b>0,853</b>	
<b>SI 2</b>						<b>0,776</b>	
<b>SI 3</b>						<b>0,845</b>	
<b>SI 4</b>						<b>0,862</b>	
<b>SI 5</b>						<b>0,842</b>	
<b>UB 1</b>							<b>0,909</b>
<b>UB 2</b>							<b>0,870</b>
<b>UB 3</b>							<b>0,741</b>

Sumber Data diolah tahun 2024

Berdasarkan hasil analisis *convergent validity* seperti tabel 4.17, menunjukkan bahwa hasil dari 31 instrument pernyataan yang disebarkan kepada responden terdapat 22 pernyataan yang telah memenuhi kriteria, karena nilai *outer loading* memiliki nilai lebih besar dari  $>0,7$  dengan demikian instrumen penelitian tersebut dinyatakan valid.. Sedangkan terdapat 9 instrumen penelitian yang memiliki nilai *outer loading* lebih kecil dari 0,7, yaitu diantara EE1, EE2, EE3, EE4, EE5, FC1, FC2, PE4, PE5 dengan demikian kesembilan instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.



3. *Outer Loading* Bank Syariah dan Konvensional

Tabel 4.18 *Outer Loading* Bank Syariah dan Konvensional

	<i>Behavior intention</i>	<i>Effort Expectancy</i>	<i>Facilitating Condition</i>	<i>Habit</i>	<i>Performance Expectancy</i>	<i>Social Influence</i>	<i>Use Behavior</i>
BI 1	0,744						
BI 2	0,356						
BI 3	0,365						
BI 4	0,607						
EE 1		0,722					
EE 2		0,821					
EE 3		0,275					
EE 4		0,210					
EE 5		0,847					
FC 1			0,689				
FC 2			0,425				
FC 3			0,300				
FC 4			0,873				
FC 5			0,807				
HB 1				0,679			

<b>HB 2</b>				<b>0,791</b>			
<b>HB 3</b>				<b>0,633</b>			
<b>HB 4</b>				<b>0,491</b>			
<b>PE 1</b>					<b>0,613</b>		
<b>PE 2</b>					<b>0,782</b>		
<b>PE 3</b>					<b>0,717</b>		
<b>PE 4</b>					<b>0,499</b>		
<b>PE 5</b>					<b>0,084</b>		
<b>SI 1</b>						<b>0,731</b>	
<b>SI 2</b>						<b>0,737</b>	
<b>SI 3</b>						<b>0,774</b>	
<b>SI 4</b>						<b>0,804</b>	
<b>SI 5</b>						<b>0,522</b>	
<b>UB 1</b>							<b>0,751</b>
<b>UB 2</b>							<b>0,696</b>
<b>UB 3</b>							<b>0,651</b>

Sumber : Data diolah tahun 2024

Berdasarkan hasil analisis *convergent validity* seperti tabel 4.17, menunjukkan bahwa hasil dari 31 instrument pernyataan yang disebarkan kepada responden terdapat 14 pernyataan yang telah memenuhi kriteria, karena nilai *outer loading* memiliki nilai lebih besar dari  $>0,7$  dengan demikian instrumen penelitian tersebut dinyatakan valid.. Sedangkan terdapat 17 instrumen

penelitian yang memiliki nilai *outer loading* lebih kecil dari 0,7, yaitu diantara BI2, BI3, BI4, EE3, EE4, FC1, FC2, FC3, HB1, HB3, HB4, PE1, PE4, PE5, SI5 UB2, UB3 dengan demikian kesembilan instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

#### 4.3.2.2 Discriminant Validity

Pada penelitian ini, untuk menuju *Discriminant Validity* terdapat dua model yang biasanya digunakan oleh peneliti yaitu dengan *Fornell-Larcker* dan *Cross Loading*. Kedua model ini digunakan untuk mengetahui dan mengukur seberapa jauh nilai suatu konstruk yang benar-benar berbeda dari variabel lainnya. Penjelasan mengenai kedua model tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.19 Nilai Fornell Larcker Creation Bank Konvensional**

	<i>Behavi or Intenti on</i>	<i>Effort Expectan cy</i>	<i>Facilitati ng Conditio ns</i>	<i>Hab it</i>	<i>Perfoman ce Expectan cy</i>	<i>Social Influen ce</i>	<i>Use Behavi or</i>
<i>Behavior Intention</i>	<b>0,663</b>						
<i>Effort Expectan cy</i>	0,776	<b>0,723</b>					
<i>Facilitati ng Conditio n</i>	0,760	0,829	<b>0,778</b>				
<i>Habit</i>	0,493	0,559	0,499	<b>0,67 9</b>			
<i>Perfoman ce Expectan cy</i>	0,707	0,831	0,764	0,67 1	<b>0,723</b>		
<i>Social Influence</i>	0,601	0,675	0,574	0,63 1	0,681	<b>0,746</b>	
<i>Use Behavior</i>	0,683	0,660	0,643	0,48 6	0,572	0,573	<b>0,789</b>

Sumber : Data diolah tahun 2024

**Tabel 4.20 Nilai *Fornell-Larcker Creation Bank Syariah***

	<i>Behavi or Intenti on</i>	<i>Effort Expectan cy</i>	<i>Facilitati ng Conditio ns</i>	<i>Hab it</i>	<i>Perfoman ce Expectan cy</i>	<i>Social Influen ce</i>	<i>Use Behavi or</i>
<i>Behavior Intention</i>	<b>0,901</b>						
<i>Effort Expectan cy</i>	0,247	<b>0,401</b>					
<i>Facilitati ng Conditio n</i>	0,350	0,298	<b>0,683</b>				
<i>Habit</i>	0,697	0,147	0,196	<b>0,84 8</b>			
<i>Perfoman ce Expectan cy</i>	0,260	0,197	0,545	- 0,00 7	<b>0,682</b>		
<i>Social Influence</i>	0,641	0,056	0,042	0,51 3	0,087	<b>0,836</b>	
<i>Use Behavior</i>	0,506	0,087	0,025	0,54 8	-0,023	0,322	<b>0,843</b>

Sumber : Data diolah tahun 2024

**Tabel 4.21 Nilai *Fornell-Larcker Creation Bank Syariah dan Kovenisional***

	<i>Behavi or Intenti on</i>	<i>Effort Expectan cy</i>	<i>Facilitati ng Conditio ns</i>	<i>Hab it</i>	<i>Perfoman ce Expectan cy</i>	<i>Social Influen ce</i>	<i>Use Behavi or</i>
<i>Behavior Intention</i>	<b>0,544</b>						
<i>Effort Expectan cy</i>	0,555	<b>0,638</b>					

<i>Facilitating Condition</i>	0,590	0,772	<b>0,657</b>				
<i>Habit</i>	0,675	0,596	0,556	<b>0,657</b>			
<i>Performance Expectancy</i>	0,682	0,696	0,732	0,577	<b>0,593</b>		
<i>Social Influence</i>	0,628	0,588	0,539	0,639	0,599	<b>0,725</b>	
<i>Use Behavior</i>	0,710	0,634	0,596	0,544	0,589	0,553	<b>0,701</b>

Sumber ; Data diolah tahun 2024

**Tabel 4.22 Nilai Croos Loading Bank Konvesional**

	<i>Behavior Intention</i>	<i>Effort Expectancy</i>	<i>Facilitating Condition</i>	<i>Habit</i>	<i>Performance Expectancy</i>	<i>Social Influence</i>	<i>Use Behavior</i>
<b>BI 1</b>	<b>0,786</b>	0,582	0,662	0,386	0,478	0,495	0,507
<b>BI 2</b>	<b>0,477</b>	0,255	0,360	0,183	0,180	0,338	0,267
<b>BI 3</b>	<b>0,532</b>	0,439	0,256	0,315	0,466	0,463	0,209
<b>BI 4</b>	<b>0,794</b>	0,682	0,617	0,407	0,658	0,366	0,664
<b>EE 1</b>	0,567	<b>0,747</b>	0,487	0,395	0,647	0,638	0,434
<b>EE 2</b>	0,725	<b>0,884</b>	0,748	0,527	0,743	0,573	0,145
<b>EE 3</b>	0,134	<b>0,347</b>	0,342	0,276	0,287	0,224	0,391
<b>EE 4</b>	0,445	<b>0,617</b>	0,554	0,387	0,535	0,440	0,632

<b>EE 5</b>	0,700	<b>0,878</b>	0,782	0,443	0,686	0,494	0,501
<b>FC 1</b>	0,577	0,673	<b>0,791</b>	0,360	0,615	0,446	0,165
<b>FC 2</b>	0,338	0,368	<b>0,534</b>	0,325	0,431	0,275	0,460
<b>FC 3</b>	0,536	0,614	<b>0,741</b>	0,415	0,615	0,377	0,610
<b>FC 4</b>	0,711	0,746	<b>0,892</b>	0,449	0,630	0,503	0,616
<b>FC 5</b>	0,699	0,736	<b>0,872</b>	0,404	0,667	0,567	0,301
<b>HB 1</b>	0,356	0,453	0,453	<b>0,753</b>	0,603	0,472	0,304
<b>HB 2</b>	0,458	0,553	0,464	<b>0,829</b>	0,595	0,555	0,500
<b>HB 3</b>	0,078	0,053	0,048	<b>0,307</b>	0,146	0,160	-0,033
<b>HB 4</b>	0,309	0,255	0,214	<b>0,705</b>	0,319	0,411	0,316
<b>PE 1</b>	0,460	0,557	0,509	0,440	<b>0,734</b>	0,507	0,350
<b>PE 2</b>	0,687	0,704	0,703	0,585	<b>0,831</b>	0,539	0,520
<b>PE 3</b>	0,585	0,707	0,669	0,601	<b>0,832</b>	0,565	0,542
<b>PE 4</b>	0,477	0,609	0,483	0,455	<b>0,746</b>	0,570	0,394
<b>PE 5</b>	0,172	0,319	0,269	0,263	<b>0,366</b>	0,171	0,084
<b>SI 1</b>	0,434	0,517	0,413	0,552	0,583	<b>0,800</b>	0,392
<b>SI 2</b>	0,514	0,551	0,479	0,440	0,509	<b>0,704</b>	0,562
<b>SI 3</b>	0,497	0,545	0,450	0,514	0,330	<b>0,784</b>	0,339
<b>SI 4</b>	0,436	0,509	0,440	0,495	0,524	<b>0,747</b>	0,436

<b>SI 5</b>	0,300	0,330	0,313	0,307	0,347	<b>0,685</b>	0,287
<b>UB 1</b>	0,482	0,464	0,437	0,416	0,455	0,535	<b>0,736</b>
<b>UB 2</b>	0,645	0,640	0,658	0,377	0,506	0,439	<b>0,879</b>
<b>UB 3</b>	0,463	0,424	0,378	0,375	0,384	0,401	<b>0,774</b>

Sumber : Data diolah tahun 2024

**Tabel 4.23 Nilai Cross Loading pada Bank Syariah**

	<i>Behavior intention</i>	<i>Effort Expectancy</i>	<i>Facilitating Condition</i>	<i>Habit</i>	<i>Performance Expectancy</i>	<i>Social Influence</i>	<i>Use Behavior</i>
<b>BI 1</b>	<b>0,924</b>	0,166	0,211	0,619	0,228	0,608	0,483
<b>BI 2</b>	<b>0,946</b>	0,257	0,457	0,712	0,314	0,536	0,473
<b>BI 3</b>	<b>0,894</b>	0,267	0,350	0,710	0,172	0,563	0,510
<b>BI 4</b>	<b>0,834</b>	0,189	0,215	0,429	0,220	0,621	0,336
<b>EE 1</b>	0,100	<b>0,657</b>	0,483	-0,115	0,220	-0,036	-0,148
<b>EE 2</b>	-0,070	<b>0,184</b>	0,478	-0,167	0,488	-0,086	-0,215
<b>EE 3</b>	-0,017	<b>0,131</b>	0,448	-0,216	0,540	-0,115	-0,108
<b>EE 4</b>	0,084	<b>0,559</b>	0,555	-0,032	0,609	-0,085	-0,092
<b>EE 5</b>	-0,052	<b>-0,079</b>	0,446	-0,263	0,624	-0,166	-0,276
<b>FC 1</b>	-0,106	0,290	<b>0,379</b>	0,004	0,626	-0,139	-0,086
<b>FC 2</b>	0,151	0,309	<b>0,700</b>	0,160	0,404	0,022	-0,054

<b>FC 3</b>	0,183	0,477	<b>0,770</b>	0,129	0,303	-0,057	-0,005
<b>FC 4</b>	0,018	0,317	<b>0,510</b>	-0,067	0,509	-0,139	-0,132
<b>FC 5</b>	0,334	0,150	<b>0,919</b>	0,162	0,628	0,043	0,039
<b>HB 1</b>	0,508	0,196	0,101	<b>0,800</b>	0,543	0,391	0,565
<b>HB 2</b>	0,713	0,216	0,270	<b>0,901</b>	-0,039	0,473	0,453
<b>HB 3</b>	0,468	-0,085	0,087	<b>0,775</b>	0,079	0,377	0,484
<b>HB 4</b>	0,631	0,125	0,165	<b>0,910</b>	-0,020	0,487	0,399
<b>PE 1</b>	0,123	0,272	0,480	-0,124	<b>-0,065</b>	0,057	-0,029
<b>PE 2</b>	0,184	-0,063	0,377	-0,158	<b>0,701</b>	0,059	-0,096
<b>PE 3</b>	-0,017	0,451	0,339	-0,013	<b>0,806</b>	0,149	-0,096
<b>PE 4</b>	0,229	0,082	0,414	-0,091	<b>0,706</b>	-0,196	0,025
<b>PE 5</b>	0,594	-0,063	0,380	0,152	<b>0,524</b>	-0,025	0,207
<b>SI 1</b>	0,594	0,028	0,000	0,482	0,640	<b>0,853</b>	0,404
<b>SI 2</b>	0,414	-0,068	-0,053	0,291	0,121	<b>0,776</b>	0,085
<b>SI 3</b>	0,540	0,157	0,079	0,413	0,153	<b>0,845</b>	0,256
<b>SI 4</b>	0,517	0,154	0,106	0,368	0,079	<b>0,862</b>	0,169
<b>SI 5</b>	0,582	-0,048	0,031	0,549	0,045	<b>0,842</b>	0,368
<b>UB 1</b>	0,443	0,046	0,007	0,493	-0,065	0,294	<b>0,909</b>
<b>UB 2</b>	0,507	0,038	0,059	0,517	0,034	0,273	<b>0,870</b>



<b>UB 3</b>	0,290	0,175	-0,018	0,347	-0,042	0,248	<b>0,741</b>
-------------	-------	-------	--------	-------	--------	-------	--------------

Sumber : Data diolah tahun 2024

**Tabel 4.24 Nilai Cross Loading pada Bank Syariah dan Bank Konvensional**

	<i>Behavior intention</i>	<i>Effort Expectancy</i>	<i>Facilitating Condition</i>	<i>Habit</i>	<i>Performance Expectancy</i>	<i>Social Influence</i>	<i>Use Behavior</i>
<b>BI 1</b>	<b>0,744</b>	0,336	0,473	0,480	0,607	0,373	0,449
<b>BI 2</b>	<b>0,356</b>	0,088	0,219	0,117	0,181	0,111	0,413
<b>BI 3</b>	<b>0,365</b>	0,180	0,149	0,392	0,126	0,362	0,255
<b>BI 4</b>	<b>0,607</b>	0,441	0,356	0,422	0,415	0,478	0,423
<b>EE 1</b>	0,432	<b>0,722</b>	<b>0,506</b>	<b>0,423</b>	0,382	0,423	0,461
<b>EE 2</b>	0,396	<b>0,821</b>	<b>0,686</b>	<b>0,419</b>	0,627	0,480	0,465
<b>EE 3</b>	0,-071	<b>0,275</b>	<b>0,108</b>	<b>0,140</b>	0,024	-0,087	0,051
<b>EE 4</b>	0,050	<b>0,210</b>	<b>0,142</b>	<b>0,297</b>	0,219	0,231	0,033
<b>EE 5</b>	0,466	<b>0,847</b>	<b>0,643</b>	<b>0,549</b>	0,621	0,452	0,574
<b>FC 1</b>	0,352	0,600	<b>0,689</b>	<b>0,328</b>	0,519	0,414	0,481
<b>FC 2</b>	0,147	0,285	<b>0,425</b>	<b>0,287</b>	0,225	0,222	0,161
<b>FC 3</b>	0,059	0,273	<b>0,300</b>	<b>0,163</b>	0,346	0,158	0,132
<b>FC 4</b>	0,607	0,681	<b>0,873</b>	<b>0,509</b>	0,639	0,466	0,550
<b>FC 5</b>	0,471	0,556	<b>0,807</b>	<b>0,454</b>	0,579	0,404	0,419

<b>HB 1</b>	0,441	0,406	0,458	<b>0,679</b>	0,422	0,423	0,385
<b>HB 2</b>	0,640	0,519	0,504	<b>0,791</b>	0,547	0,574	0,443
<b>HB 3</b>	0,282	0,346	0,209	<b>0,633</b>	0,177	0,400	0,289
<b>HB 4</b>	0,257	0,205	0,132	<b>0,431</b>	0,214	0,166	0,270
<b>PE 1</b>	0,372	0,439	0,366	0,355	<b>0,613</b>	0,453	0,277
<b>PE 2</b>	0,651	0,432	0,572	0,514	<b>0,782</b>	0,398	0,459
<b>PE 3</b>	0,371	0,531	0,564	0,323	<b>0,717</b>	0,417	0,536
<b>PE 4</b>	0,272	0,553	0,411	0,242	<b>0,499</b>	0,385	0,320
<b>PE 5</b>	0,085	0,062	0,109	0,107	<b>0,084</b>	-0,013	-0,143
<b>SI 1</b>	0,466	0,297	0,159	0,553	0,282	<b>0,731</b>	0,343
<b>SI 2</b>	0,390	0,469	0,514	0,396	0,541	<b>0,737</b>	0,507
<b>SI 3</b>	0,459	0,379	0,454	0,534	0,521	<b>0,774</b>	0,227
<b>SI 4</b>	0,608	0,587	0,443	0,515	0,449	<b>0,804</b>	0,577
<b>SI 5</b>	0,248	0,376	0,449	0,232	0,440	<b>0,552</b>	0,308
<b>UB 1</b>	0,533	0,421	0,337	0,411	0,329	0,363	<b>0,751</b>
<b>UB 2</b>	0,444	0,551	0,488	0,382	0,407	0,288	<b>0,696</b>
<b>UB 3</b>	0,511	0,362	0,426	0,348	0,437	0,501	<b>0,651</b>

Sumber : Data diolah tahun 2024

### 4.3.3 *Composite Reliability*

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur dan membuktikan ketepatan, akurasi, dan konsistensi instrument penelitian dalam mengukur suatu konstruk.

Dalam PLS terdapat dua model yang dapat digunakan untuk menguji reabilitas, yaitu dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*.

#### 4.3.3.1 *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*

Pada uji reabilitas instrument penelitian dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari >0,7 dan *composite reliability* semua variabel lebih besar dari >0,7.

**Tabel 4.25 Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* Bank Konvensional**

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
<i>Behavior Intention</i>	0,572	0,749	Reliabel
<i>Effort Expectancy</i>	0,756	0,835	Reliabel
<i>Facilitating Condition</i>	0,832	0,882	Reliabel
<i>Habit</i>	0,612	0,757	Reliabel
<i>Perfomance Expectancy</i>	0,760	0,838	Reliabel
<i>Social Influence</i>	0,801	0,862	Reliabel
<i>Use Behavior</i>	0,698	0,831	Reliabel

Sumber : Data diolah tahun 2024

Berdasarkan Tabel 4.25, menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* terhadap ketuju variabel diatas ,hanya 4 variabel yang memiliki nilai lebih besar >0,7 dan 3 variabel lainnya yaitu *Behavior Intention*, *Habit*, dan *Use Behavior* memiliki nilai lebih kecil dari 0,7. Sedangkan untuk ketuju variabel pada penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan telah memenuhi syarat yaitu memiliki nilai *composite reliability* yang lebih besar dari 0,7.

**Tabel 4.26 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability Bank Syariah**

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	<b>Keterangan</b>
<i>Behavior Intention</i>	<b>0,922</b>	<b>0,945</b>	<b>Reliabel</b>
<i>Effort Expectancy</i>	<b>0,867</b>	<b>0,335</b>	<b>Tidak Reliabel</b>
<i>Facilitating Condition</i>	<b>0,865</b>	<b>0,801</b>	<b>Reliabel</b>
<i>Habit</i>	<b>0,870</b>	<b>0,911</b>	<b>Reliabel</b>
<i>Perfomance Expectancy</i>	<b>0,734</b>	<b>0,810</b>	<b>Reliabel</b>
<i>Social Influence</i>	<b>0,893</b>	<b>0,921</b>	<b>Reliabel</b>
<i>Use Behavior</i>	<b>0,799</b>	<b>0,880</b>	<b>Reliabel</b>

Sumber : Data diolah tahun 2024

Berdasarkan Tabel 4.26, menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha terhadap ketujuh variabel diatas semuanya memiliki nilai lebih besar >0,7 yang artinya semua variabel dinyatakan reliabel dalam crobach's alpha. Sedangkan terdapat satu variabel yakni *Effort Expectancy* yang memiliki nilai composite reliability lebih kecil dari 0,7 yang artinya variabel tersebut tidak reliabel, dan 6 variabel lainnya dinyatakan reliabel sebab memiliki nilai lebih besar dari 0,7.

**Tabel 4.27 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability Bank Syariah dan Bank Konvensional**

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
<i>Behavior Intention</i>	0,178	0,604	Tidak Reliabel
<i>Effort Expectancy</i>	0,664	0,736	Reliabel
<i>Facilitating Condition</i>	0,655	0,771	Reliabel
<i>Habit</i>	0,592	0,747	Reliabel
<i>Perfomance Expectancy</i>	0,500	0,691	Tidak Reliabel
<i>Social Influence</i>	0,778	0,845	Reliabel
<i>Use Behavior</i>	0,478	0,742	Reliabel

Sumber : Data diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.27 diatas menunjukkan bahwa dari ketujuh variabel penelitian yang digunakan, terdapat 1 variabel yang memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,7 yaitu variabel social influence , sedangkan keenam variabel lainya memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih kecil dari 0,7 dengan demikian nilai *cronbach's alpha* pada hasil analisis bank konvensional dan syariah dinyatakan reliabel. Kemudian untuk hasil analisis *composite reliability* pada bank konvensional dan syariah, menunjukkan bahwa dari ketujuh variabel penelitian terdapat 5 variabel yang dinyatakan reliabel sebab kelima variabel tersebut memiliki nilai *composite reliability* yang lebih besar dari 0,7, sedangkan 2 variabel lainya dinyatakan tidak reliabel karena memiliki nilai *reliability* lebih kecil dari 0,7 diantara variabel *Behavior Intention* dan *Performance Expectancy*.

#### 4.4 Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Dalam model struktural atau *Inner Model*, biasanya digunakan untuk mengetahui hubungan variabel dari variabel laten yang dapat diketahui dengan melihat hubungan antara konstruk, nilai signifikan dari *R-square*.

#### 4.4.1 R-Square ( $R^2$ )

Nilai R-square digunakan untuk mengetahui pengaruh *substantive* variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut tabel *R-square* dengan menggunakan perhitungan PLS:

**Tabel 4.28 Nilai R-Square Bank Konvensional**

	<i>R-Square</i>	<i>R- Adjusted</i>
<i>Behavior Intention</i>	<b>0,657</b>	<b>0,643</b>
<i>Use Behavior</i>	<b>0,503</b>	<b>0,496</b>

Sumber : Data diolah tahun 2024

Pada tabel 4.28 dapat dilihat bahwa nilai *R-square* pada bank konvensional untuk *Behavior Intention* adalah 0,657 artinya 65,7% variasi pada *behavior intention* dapat dijelaskan oleh model yang digunakan. Sedangkan 34,3% variabel lain yang belum terjelaskan pada model bank konvensional ini. Sementara pada bank konvensional untuk *use behavior*, nilai *R-square* cukup rendah dibandingkan dengan *behavior intention* yaitu 0,503 atau 50,3% yang artinya terdapat variasi pada *use behavior* yang dapat dijelaskan oleh model yang digunakan. Sebanyak 49,7% variabel lain yang belum terjelaskan pada model bank konvensional.

**Tabel 4.29 Nilai R-Square Bank Syariah**

	<i>R-Square</i>	<i>R- Adjusted</i>
<i>Behavior Intention</i>	<b>0,672</b>	<b>0,640</b>
<i>Use Behavior</i>	<b>0,282</b>	<b>0,256</b>

Sumber : Data diolah tahun 2024

Pada tabel 4.29 diatas menunjuk bahwa koefisien determinasi terletak pada nilai *R-square*. Pada bank syariah, nilai *R-square* untuk variabel *Behavior Intention* yaitu 0,672 atau 67,2% yang paling tinggi dibandingkan dengan bank konvensional sebelumnya yang artinya variasi pada *behavior intention* dapat dijelaskan dengan model yang ada. Sementara sebanyak 32,8% variabel lain yang belum terjelaskan pada model bank

syariah ini. Sedangkan untuk variabel *Use Behavior* memiliki nilai *R-square* sebesar 0,282 atau 28,2% yang artinya sebanyak 71,8% variabel lain yang belum terjelaskan pada model bank syariah ini.

**Tabel 4.30 Nilai *R-Square* Bank Syariah dan Konvensional**

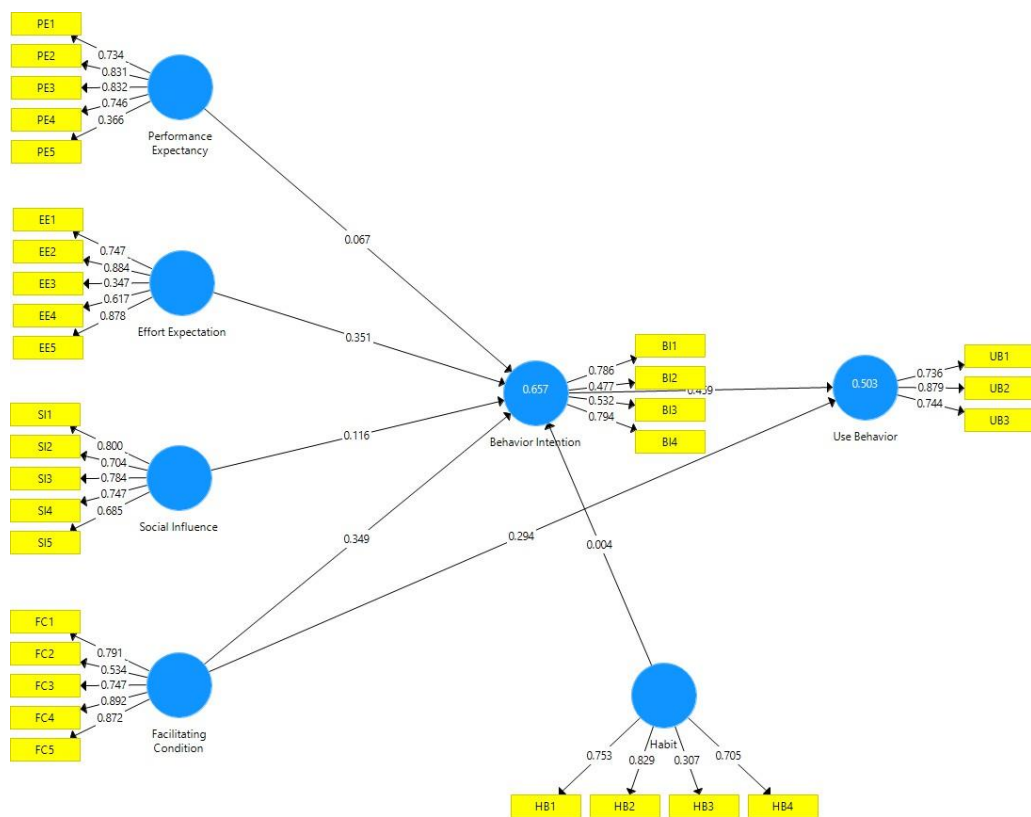
	<i>R-Square</i>	<i>R- Adjusted</i>
<i>Behavior Intention</i>	<b>0,606</b>	<b>0,557</b>
<i>Use Behavior</i>	<b>0,552</b>	<b>0,532</b>

Sumber Data diolah tahun 2024

Pada tabel 4.30 diatas menunjuk bahwa koefisien determinasi terletak pada nilai *R-square*. Pada bank syariah dan konvensional nilai koefisien untuk variabel *Behavior Intention* yaitu 0,606 atau 60,6% yang artinya sebanyak 39,4% variabel lain yang belum dijelaskan. Sedangkan untuk variabel *Use Behavior* memiliki nilai koefisien yang cukup tinggi yaitu 0,552 atau 55,2% .

#### 4.4.2 Uji Hipotesis (Bootstrapping)

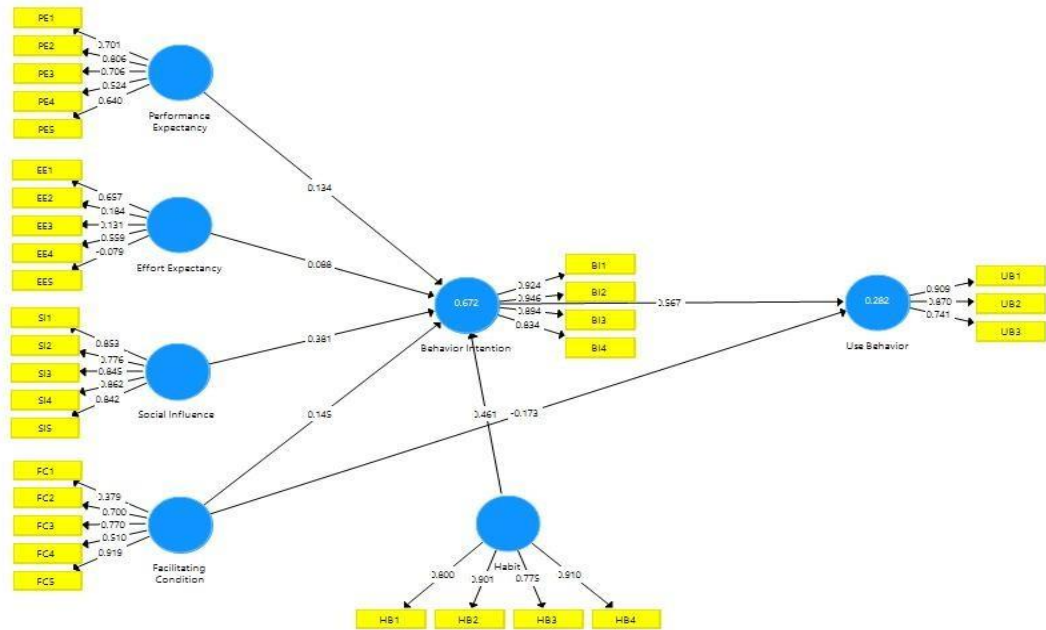
Uji hipotesis digunakan dalam mengetahui hubungan antara variabel-variabel penelitian yang digunakan dengan melihat tingkat signifikansinya dan parameter *Path* antara variabel later. Untuk menguji hipotesis secara langsung apabila *P-value* < 0,05 (*significant level* 5%) maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara variabel eksoger terhadap variabel endogen. Berikut penjelasan mengenai pengujian hipotesis yang ada pada gambar 4.1 :



Sumber : Data diolah tahun 2024

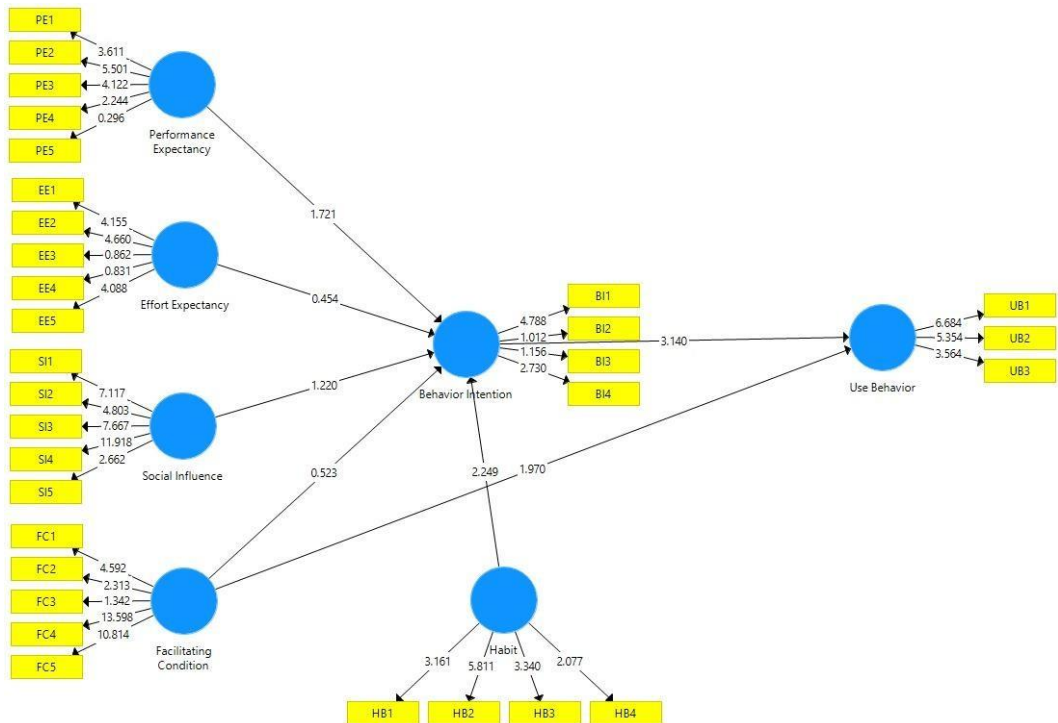
**Gambar 4.1 Hasil *Bootstrapping* Bank Konvensional**





Sumber : Data diolah tahun 2024

**Gambar 4.2 Hasil *Bootstrapping* Bank Syariah**



Sumber : Data diolah tahun 2024

**Gambar 4.3 Hasil *Bootstrapping* Bank Konvensional dan Syariah**

Tabel 4.31 Hasil Uji Hipotesis

Jenis bank	Hipotesa	<i>Original Sample</i>	T-statistik	<i>P-value</i>	Keterangan
Bank Konvensional	H1a : <i>Performance Expectancy</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i>	0,067	0,444	0,657	Tidak Didukung
	H2a : <i>Effort Expectancy</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i>	0,351	3,444	0,001	Didukung
	H3a : <i>Social Influence</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i>	0,116	1,389	0,165	Tidak Didukung
	H4a : <i>Facilitating Condition</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i>	0,349	3,315	0,001	Didukung
	H5a : <i>Facilitating Condition</i> berpengaruh terhadap <i>Use Behavior</i>	0,294	3,005	0,003	Didukung
	H6a : <i>Habit</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i>	0,004	0,057	0,955	Tidak Didukung
	H7a : <i>Behavior Intention</i> berpengaruh terhadap <i>Use Behavior</i>	0,459	5,144	0,000	Didukung
Bank Syariah	H1b : <i>Performance Expectancy</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i>	0,134	1,136	0,257	Tidak Didukung
	H2b : <i>Effort Expectancy</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i>	0,088	0,590	0,556	Tidak Didukung
	H3b : <i>Social Influence</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i>	0,381	3,726	0,000	Didukung
	H4b : <i>Facilitating Condition</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i>	0,145	0,773	0,440	Tidak Didukung

	<b>H5b : <i>Facilitating Condition</i> berpengaruh terhadap <i>Use Behavior</i></b>	<b>-0,173</b>	<b>1,166</b>	<b>0,244</b>	<b>Tidak Didukung</b>
	<b>H6b : <i>Habit</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i></b>	<b>0,461</b>	<b>3,829</b>	<b>0,000</b>	<b>Didukung</b>
	<b>H7b : <i>Behavior Intention</i> berpengaruh terhadap <i>Use Behavior</i></b>	<b>0,567</b>	<b>5,418</b>	<b>0,000</b>	<b>Didukung</b>
<b>Bank Syariah dan Konvensional</b>	<b>H1c : <i>Performance Expectancy</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i></b>	<b>0,353</b>	<b>1,721</b>	<b>0,086</b>	<b>Tidak Didukung</b>
	<b>H2c : <i>Effort Expectancy</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i></b>	<b>-0,091</b>	<b>0,454</b>	<b>0,650</b>	<b>Tidak Didukung</b>
	<b>H3c : <i>Social Influence</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i></b>	<b>0,194</b>	<b>1,220</b>	<b>0,223</b>	<b>Tidak Didukung</b>
	<b>H4c : <i>Facilitating Condition</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i></b>	<b>0,108</b>	<b>0,523</b>	<b>0,601</b>	<b>Tidak Didukung</b>
	<b>H5c : <i>Facilitating Condition</i> berpengaruh terhadap <i>Use Behavior</i></b>	<b>0,272</b>	<b>1,970</b>	<b>0,049</b>	<b>Didukung</b>
	<b>H6c : <i>Habit</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i></b>	<b>0,342</b>	<b>2,249</b>	<b>0,025</b>	<b>Didukung</b>
	<b>H7c : <i>Behavior Intention</i> berpengaruh terhadap <i>Use Behavior</i></b>	<b>0,550</b>	<b>3,140</b>	<b>0,002</b>	<b>Didukung</b>

Sumber : Data diolah tahun 2024

Suatu variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel lainnya dapat dilihat dengan *P-Value* yang harus lebih kecil dari 5% (0,05) dan juga nilai *t-statistic* yang harus lebih besar dari 1,96. Olah data yang digunakan mengacu pada tiga objek yakni Bank Syariah, Bank Konvensional dan Bank Syariah Konvensional. Pada Bank Syariah, di dapatkan hasil bahwa :

**H1. Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavior Intention digital banking*.**

**H1a : Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavior Intention digital banking* pada Bank Konvensional :** Berdasarkan dari hasil pengujian dengan menggunakan metode *bootstrapping* dapat dilihat pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan layanan *digital banking* menunjukkan nilai koefisien sebesar  $0,067 < 1,96$ , nilai t-statistik  $0,444 < 1,65$  dan *p-value* sebesar  $0,657 > 0,05$ , dengan demikian *Performance Expectance* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavior intention* dalam penggunaan *digital banking* konvensional. Dengan demikian hipotesis H1a penelitian ini **TIDAK DIDUKUNG**.

**H1b : Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavior Intention digital banking* pada Bank Syariah:** Berdasarkan dari hasil pengujian dengan menggunakan metode *bootstrapping* dapat dilihat pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan layanan *digital banking* menunjukkan nilai koefisien sebesar  $0,134 < 1,96$ , nilai t-statistik  $0,136 < 1,65$  dan *p-value* sebesar  $0,257 > 0,05$ , dengan demikian *Performance Expectance* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan *digital banking* syariah. Dengan demikian hipotesis H1b penelitian ini **TIDAK DIDUKUNG**.

**H1c: Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavior Intention digital banking* pada Bank Konvensional dan Syariah :** Berdasarkan dari hasil pengujian dengan menggunakan metode *bootstrapping* dapat dilihat pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan layanan *digital banking* menunjukkan nilai koefisien sebesar  $0,353 < 1,96$ , nilai t-statistik  $1,721 > 1,65$  dan *p-value* sebesar  $0,086 > 0,05$ , dengan demikian *Performance Expectance* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan *digital banking* pada bank konvensional dan syariah. Dengan demikian hipotesis H1a penelitian ini **TIDAK DIDUKUNG**.

**H2 : Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavior Intention digital banking*.**

**H2a : Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavior Intention digital banking* pada Bank Konvensional :** Berdasarkan dari hasil pengujian dengan menggunakan metode *bootstrapping* dapat dilihat pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan layanan *digital banking* menunjukkan nilai koefisien sebesar  $0,351 < 1,96$ , nilai t-statistik  $3,444 > 1,65$  dan *p-value* sebesar  $0,001 > 0,05$ , dengan demikian *Effort Expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan *digital banking* pada bank konvensional. Dengan demikian hipotesis H2a penelitian ini **DIDUKUNG**.

**H2b : Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavior Intention digital banking* pada Bank Syariah :** Berdasarkan dari hasil pengujian dengan menggunakan metode *bootstrapping* dapat dilihat pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan layanan *digital banking* menunjukkan nilai koefisien sebesar  $0,088 < 1,96$ , nilai t-statistik  $0,509 > 1,65$  dan *p-value* sebesar  $0,556 > 0,05$ , dengan demikian *Effort Expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan *digital banking* pada bank syariah. Dengan demikian hipotesis H2a penelitian ini **TIDAK DIDUKUNG**.

**H2c : Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavior Intention digital banking* pada Bank Konvensional dan Syariah :** Berdasarkan dari hasil pengujian dengan menggunakan metode *bootstrapping* dapat dilihat pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan layanan *digital banking* menunjukkan nilai koefisien sebesar  $-0,091 < 1,96$ , nilai t-statistik  $0,454 > 1,65$  dan *p-value* sebesar  $0,605 > 0,05$ , dengan demikian *Effort Expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan *digital banking* pada bank konvensional dan syariah. Dengan demikian hipotesis H2a penelitian ini **TIDAK DIDUKUNG**.

**H3 : Pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavior Intention digital banking*.**

**H3a : Pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavior Intention digital banking* pada Bank Konvensional :** Berdasarkan dari hasil pengujian dengan menggunakan metode *bootstrapping* dapat dilihat pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan layanan *digital banking* menunjukkan nilai koefisien sebesar  $0,116 < 1,96$ , nilai t-statistik  $1,389 < 1,65$  dan *p-value* sebesar  $0,165 > 0,05$ , dengan demikian *Social Influence* berpengaruh tidak signifikan terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan *digital banking* pada bank konvensional. Dengan demikian hipotesis H3a penelitian ini **TIDAK DIDUKUNG**.

**H3b : Pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavior Intention digital banking* pada Bank Syariah :** Berdasarkan dari hasil pengujian dengan menggunakan metode *bootstrapping* dapat dilihat pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan layanan *digital banking* menunjukkan nilai koefisien sebesar  $0,381 < 1,96$ , nilai t-statistik  $3,726 > 1,65$  dan *p-value* sebesar  $0,440 > 0,05$ , dengan demikian *Social Influence* berpengaruh tidak signifikan terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan *digital banking* pada bank syariah. Dengan demikian hipotesis H3a penelitian ini **DIDUKUNG**.

**H3c : Pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavior Intention digital banking* pada Bank Konvensional dan Syariah :** Berdasarkan dari hasil pengujian dengan menggunakan metode *bootstrapping* dapat dilihat pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan layanan *digital banking* menunjukkan nilai koefisien sebesar  $0,194 < 1,96$ , nilai t-statistik  $1,220 < 1,65$  dan *p-value* sebesar  $0,223 > 0,05$ , dengan demikian *Social Influence* berpengaruh tidak signifikan terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan *digital banking* pada bank konvensional dan syariah. Dengan demikian hipotesis H3c penelitian ini **TIDAK DIDUKUNG**.

**H4: Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Behavior Intention*.**

**H4a : Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Behavior Intention digital banking* pada Bank Konvensional** : Berdasarkan dari hasil pengujian dengan menggunakan metode *bootstrapping* dapat dilihat pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan layanan *digital banking* menunjukkan nilai koefisien sebesar  $0,349 < 1,96$ , nilai t-statistik  $3,315 > 1,65$  dan *p-value* sebesar  $0,001 < 0,05$ , dengan demikian *Facilitating Condition* berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan *digital banking* pada bank konvensional. Dengan demikian hipotesis H4a penelitian ini **DIDUKUNG**.

**H4b : Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Behavior Intention digital banking* pada Bank Syariah** : Berdasarkan dari hasil pengujian dengan menggunakan metode *bootstrapping* dapat dilihat pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan layanan *digital banking* menunjukkan nilai koefisien sebesar  $0,145 < 1,96$ , nilai t-statistik  $0,773 > 1,65$  dan *p-value* sebesar  $0,440 > 0,05$ , dengan demikian *Facilitating Condition* berpengaruh tidak signifikan terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan *digital banking* pada bank syariah. Dengan demikian hipotesis H4b penelitian ini **TIDAK DIDUKUNG**.

**H4c : Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Behavior Intention digital banking* pada Bank Konvensional dan Syariah** : Berdasarkan dari hasil pengujian dengan menggunakan metode *bootstrapping* dapat dilihat pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan layanan *digital banking* menunjukkan nilai koefisien sebesar  $0,108 < 1,96$ , nilai t-statistik  $0,523 < 1,65$  dan *p-value* sebesar  $0,601 > 0,05$ , dengan demikian *Facilitating Condition* berpengaruh tidak signifikan terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan *digital banking* pada bank konvensional dan syariah. Dengan demikian hipotesis H4c penelitian ini **TIDAK DIDUKUNG**.

**H5: Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Use Behavior*.**

**H5a : Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Use Behavior digital banking* pada Bank Konvensional** : Berdasarkan dari hasil pengujian

dengan menggunakan metode *bootstrapping* dapat dilihat pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Use Behavior* dalam penggunaan layanan *digital banking* menunjukkan nilai koefisien sebesar  $0,294 < 1,96$ , nilai t-statistik  $3,005 > 1,65$  dan *p-value* sebesar  $0,003 < 0,05$ , dengan demikian *Facilitating Condition* berpengaruh signifikan terhadap *Use Behavior* dalam penggunaan *digital banking* pada bank konvensional. Dengan demikian hipotesis H4a penelitian ini **DIDUKUNG**.

**H5b : Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Use Behavior digital banking* pada Bank Syariah :** Berdasarkan dari hasil pengujian dengan menggunakan metode *bootstrapping* dapat dilihat pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan layanan *digital banking* menunjukkan nilai koefisien sebesar  $-0,173 < 1,96$ , nilai t-statistik  $1,166 < 1,65$  dan *p-value* sebesar  $0,244 > 0,05$ , dengan demikian *Facilitating Condition* berpengaruh tidak signifikan terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan *digital banking* pada bank syariah. Dengan demikian hipotesis H4b penelitian ini **TIDAK DIDUKUNG**.

**H5c : Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Use Behavior digital banking* pada Bank Konvensional dan Syariah :** Berdasarkan dari hasil pengujian dengan menggunakan metode *bootstrapping* dapat dilihat pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan layanan *digital banking* menunjukkan nilai koefisien sebesar  $0,272 < 1,96$ , nilai t-statistik  $1,970 > 1,65$  dan *p-value* sebesar  $0,049 > 0,05$ , dengan demikian *Facilitating Condition* berpengaruh signifikan terhadap *Use Behavior* dalam penggunaan *digital banking* pada bank syariah dan konvensional. Dengan demikian hipotesis H5c penelitian ini **DIDUKUNG**.

**H6: Pengaruh *Habit* terhadap *Behavior Intention*.**

**H6a : Pengaruh *Habit* terhadap *Behavior Intention digital banking* pada Bank Konvensional:** Berdasarkan dari hasil pengujian dengan menggunakan metode *bootstrapping* dapat dilihat pengaruh *Habit* terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan *digital banking* menunjukkan nilai koefisien



sebesar  $0,004 < 1,96$ , nilai t-statistik  $0,057 < 1,65$  dan *p-value* sebesar  $0,955 > 0,05$ , dengan demikian *Habit* berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaann digital banking pada bank konvensional. Dengan demikian hipotesis H6a penelitian ini **TIDAK DIDUKUNG**.

**H6b : Pengaruh *Habit* terhadap *Behavior Intention digital banking* pada Bank Syariah** : Berdasarkan dari hasil pengujian dengan menggunakan metode *bootstraping* dapat dilihat pengaruh *Habit* terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan layanan *digital banking* menunjukkan nilai koefisien sebesar  $0,461 < 1,96$ , nilai t-statistik  $3,829 > 1,65$  dan *p-value* sebesar  $0,000 > 0,05$ , dengan demikian *Habit* berpengaruh tidak signifikan terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaann *digital banking* pada bank syariah. Dengan demikian hipotesis H5b penelitian ini **DIDUKUNG**.

**H6c : Pengaruh *Habit* terhadap *Behavior Intention digital banking* pada Bank Konvensional dan Syariah** : Berdasarkan dari hasil pengujian dengan menggunakan metode *bootstraping* dapat dilihat pengaruh *Habit* terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan M-Banking menunjukkan nilai koefisien sebesar  $0,342 < 1,96$ , nilai t-statistik  $2,249 > 1,65$  dan *p-value* sebesar  $0,025 < 0,05$ , dengan demikian *Habit* berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention* dalam penggunaan *digital banking* pada bank konvensional Dengan demikian hipotesis H6c penelitian ini **DIDUKUNG**.

**H7: Pengaruh *Behavior Intention* terhadap *Use Behavior*.**

**H7a : Pengaruh *Behavior Intention* terhadap *Use Behavior digital banking* pada Bank Konvensional:** Berdasarkan dari hasil pengujian dengan menggunakan metode *bootstraping* dapat dilihat pengaruh *Behavior Intention* terhadap *Use Behavior* dalam penggunaan *digital banking* menunjukkan nilai koefisien sebesar  $0,459 < 1,96$ , nilai t-statistik  $5,144 > 1,65$  dan *p-value* sebesar  $0,000 < 0,05$ , dengan demikian *Behavior Intention* berpengaruh signifikan terhadap *Use Behavior* dalam penggunaan layanan *digital banking* pada bank konvensional. Dengan demikian hipotesis H7a penelitian ini **DIDUKUNG**.

**H7b : Pengaruh *Behavior Intention* terhadap *Use Behavior digital banking* pada Bank Syariah** : Berdasarkan dari hasil pengujian dengan menggunakan metode *bootstrapping* dapat dilihat pengaruh *Behavior Intention* terhadap *Use Behavior* dalam penggunaan layanan *digital banking* menunjukkan nilai koefisien sebesar  $0,567 < 1,96$ , nilai t-statistik  $5,148 < 1,65$  dan *p-value* sebesar  $0,000 > 0,05$ , dengan demikian *Habit* berpengaruh tidak signifikan terhadap *behavior intention* dalam penggunaan *digital banking* pada bank syariah. Dengan demikian hipotesis H7b penelitian ini **DIDUKUNG**.

**H7c : Pengaruh *Behavior Intention* terhadap *Use Behavior digital banking* pada Bank Konvensional dan Syariah** : Berdasarkan dari hasil pengujian dengan menggunakan metode *bootstrapping* dapat dilihat pengaruh *Behavior Intention* terhadap *Use Behavior* dalam penggunaan Layanan *digital banking* menunjukkan nilai koefisien sebesar  $0,550 < 1,96$ , nilai t-statistik  $3,140 > 1,65$  dan *p-value* sebesar  $0,002 < 0,05$ , dengan demikian *Behavior Intention* berpengaruh signifikan terhadap *Use Behavior* dalam penggunaan layanan *digital banking* pada bank syariah dan konvensional. Dengan demikian hipotesis H7c penelitian ini **DIDUKUNG**.

#### 4.5 Hasil Analisis dan Pembahasan

##### 1. *Performance Expectancy* terhadap *Behavior Intention*

Hasil dari uji hipotesis mengungkapkan bahwa pada variabel *Performance Expectancy* untuk pengguna layanan *digital banking* konvensional, syariah dan syariah konvensional tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel *Behavior Intention*. Untuk hipotesis H1a pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavior Intention* pada *digital banking* konvensional, nilai koefisien yang diperoleh  $0,067 < 1,96$  kemudian nilai t-statistik sebesar  $0,444 < 1,65$  dan untuk *p-value* sebesar  $0,657 > 0,05$  yang mengartikan bahwa hipotesis tersebut tidak didukung. Kemudian hasil hipotesis ini sejalan dengan penelitian terdahulu milik Purwanto dan Loise (2020) yang menyimpulkan bahwa *performance expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*.

##### 2. *Effort Expectancy* terhadap terhadap *Behavior Intention*

Hasil dari uji hipotesis<sup>73</sup> mengungkapkan bahwa pada variabel

*effort expectancy* untuk pengguna *mobile banking* konvensional dan syariah serta syariah tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel *behavior intention*. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu milik Anandia dan Aisyah (2023) yang menyebutkan bahwa *facilitating condition* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention*, hal ini terjadi karena penggunaan *mobile banking* pada bank syariah masih sulit untuk digunakan dan kurang efisien dalam membantu pengguna. Hasil di atas juga menyatakan aplikasi *mobile banking* pada bank syariah masih banyak mengalami kendala dan masalah dalam penggunaannya.

Sedangkan, pada pengguna *mobile banking* konvensional, variabel *effort expectancy* memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel *behavior intention*. Nilai yang didapatkan pada hasil penelitian *mobile banking* konvensional yaitu nilai koefisien sebesar  $0,351 < 1,96$ , nilai t-statistik  $3,444 > 1,65$  dan *p-value* sebesar  $0,001 > 0,05$ . Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Farah (2020) dimana hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa *effort expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention*, hal ini dikarenakan adanya sukarela dan bukan sesuatu yang mengikuti tren yang ada, dan rata-rata nasabah pengguna M-banking karena butuh dan ada dorongan keinginan sendiri sehingga pengaruh orang lain tidak mempengaruhi seseorang dalam menggunakan *mobile banking*.

### 3. ***Social Influence terhadap Behavior Intention***

Hasil dari uji hipotesis mengungkapkan bahwa pada variabel *social influence* untuk pengguna *mobile banking* konvensional dan konvensional dan syariah tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel *behavior intention*. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Cassandra dan Bernanda (2024), yang menyimpulkan bahwa *social influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention*, hal ini terjadi karena orang lain atau lingkungan eksternal dalam mendorong niat menggunakan suatu teknologi, sehingga tanpa ada rekomendasi dari orang lain, mereka akan tetap melakukan kegiatan finansial. Hal ini terjadi karena aplikasi

bank digital sendiri menawarkan berbagai manfaat dan keuntungan bagi penggunanya.

Sedangkan, pada pengguna mobile banking syariah, variabel *social influence* memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel *behavior intention*. Nilai yang didapatkan pada hasil penelitian mobile banking syariah yaitu nilai koefisien sebesar  $0,116 < 1,96$ , nilai t-statistik  $1,389 < 1,65$  dan *p-value* sebesar  $0,000 > 0,05$ . Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu milik Rachmat *et al* (2020) yang mengemukakan bahwa *social influence* berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention*.

#### 4. *Facilitating Condition* terhadap *Behavior Intention*

Hasil dari uji hipotesis mengungkapkan bahwa pada variabel *facilitaing condition* untuk pengguna *mobile banking* konvensional dan syariah serta syariah tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel *behavior intention*. Hasil temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syobri *et al* (2023) yang menyimpulkan bahwa *facilitating condition* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention* pada pengguna M-Banking konvensional dan syariah, karena hal ini disebabkan aksesibilitas informasi, infrastruktur yang kuat, dan penyedia layanan yang paham dengan mobil banking, hal ini berbeda dengan penelitian ini. Pengguna tidak terpengaruh oleh penggunaan M-Banking.

Sedangkan, pada pengguna mobile banking konvensional memiliki pengaruh signifikan. Nilai yang didapatkan pada hasil penelitian mobile banking syariah yaitu nilai koefisien sebesar  $0,349 < 1,96$ , nilai t-statistik  $3,315 > 1,65$  dan *p-value* sebesar  $0,001 < 0,05$ . Hasil ini selaras dengan penelitian terdahulu milik Fathudin (2020) yang menyimpulkan bahwa *facilitating condition* berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention*, hal ini terjadi karena fasilitas yang dimiliki untuk menggunakan mobile banking tidak selalu membuat nasabah tertarik untuk menggunakannya. Selain itu, pengguna lebih mempertimbangkan faktor lainnya seperti niat berperilaku dan kondisi yang memfasilitasi mobile banking itu sendiri.

## 5. *Facilitating Condition terhadap Use Behavior*

Hasil dari uji hipotesis mengungkapkan bahwa pada variabel *facilitaing condition* untuk pengguna *mobile banking* syariah tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel *use behavior*. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu milik Anandia dan Aisyah(2023) yang menyebutkan bahwa *facilitating condition* tidak berpengaruh signifikan terhadap *use bahabior*, hal ini disebabkan karena pengguna tidak akan menggunakan aplikasi *m-banking* pada syariah sebab tidak adanya fasilitas atau intruksi pada aplikasi, sehingga menyebabkan para pengguna merasa kesulitan dalam penggunaannya.

Sedangkan, pada pengguna *mobile banking* konvensional dan konvensional dan syariah memiliki pengaruh signifikan. Nilai yang didapatkan pada hasil penelitian masing-masing *mobile banking* yaitu nilai koefisien sebesar  $0,294 < 1,96$  dan  $0,272 < 1,96$ , nilai t-statistik  $3,005 > 1,65$  dan  $1,970 > 1,65$  serta nilai *p-value* pada masing-masing *mobile banking* sebesar  $0,003 < 0,05$  dan  $0,049 > 0,05$ . Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu milik Rachmawati *et al* (2020) yang menyimpulkan bahwa *facilitating condition* berpengaruh signifikan terhadap *use behavior*

## 6. *Habit terhadap Behavior Intention*

Hasil dari uji hipotesis mengungkapkan bahwa pada variabel *habit* untuk pengguna *mobile banking* konvensional tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel *behavior intention*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu milik Setiawan (2020) yang menjelaskan bahwa *habit* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention* dikarenakan bahwa masyarakat belum terbiasa menggunakan layanan *mobile banking* . Ketidak signifikan ini dimungkinkan karena masyarakat belum familiar dengan sistem layanan *m-banking* , dengan kata lain jika masyarakat lebih memilih untuk datang langsung ke bank dibandingkan harus menggunakan *mobile banking* untuk melakukan transaksi perbankan.

Sedangkan, pada pengguna *mobile banking* konvensional dan syariah dan syariah memiliki pengaruh signifikan. Nilai yang didapatkan pada hasil penelitian masing-masing *mobile banking* yaitu nilai koefisien sebesar  $0,173 < 1,96$ , nilai t-statistik  $0,138 < 1,65$  dan *p-value* sebesar  $0,264 > 0,05$  nilai koefisien sebesar  $0,342 < 1,96$ , nilai t-statistik  $2,249 > 1,65$  dan *p-value* sebesar  $0,025 < 0,05$ . Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu milik Putranto (2020) yang menyebutkan bahwa *habit* dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap *behavior intention*.

#### **7. Behavior Intention terhadap Use Behavior**

Hasil dari uji hipotesis mengungkapkan bahwa pada variabel *behavior intention* untuk pengguna *mobile banking* konvensional, konvensional dan syariah dan syariah didapatkan hasil terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel *use behavior*. Untuk H7a pengaruh *behavior intention* terhadap *use behavior* pada M-Banking konvensional, nilai koefisien yang diperoleh  $0,067 < 1,96$  kemudian nilai t-statistik sebesar  $0,444 < 1,65$  dan untuk *p-value* sebesar  $0,002 > 0,05$  yang mengartikan bahwa hipotesis tersebut terima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu milik Widya dan Mukhlis (2022) yang menyebutkan bahwa *behavioral intention* berpengaruh signifikan terhadap *use behavior*, hal ini mengartikan bahwa minat pengguna terhadap aplikasi *mobile banking* menyebabkan perilaku untuk terus menggunakan akan semakin meningkat.

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui faktor faktor apa saja yang mempengaruhi minat muslim dalam menggunakan layanan *digital banking* di seluruh Indonesia. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. *Performance Expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention* pada penggunaan layanan *digital banking* bank konvensional, syariah maupun konvensional dan syariah.
2. *Effort Expectancy* berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavior Intention* pada penggunaan layanan *digital banking* bank konvensional. Sedangkan *Effort Expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention* pada penggunaan layanan *digital banking* bank syariah maupun konvensional dan syariah.
3. *Social Influence* berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavior Intention* pada penggunaan layanan *digital banking* bank syariah. Sedangkan *Social Influence* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavior Intention* pada penggunaan layanan *digital banking* bank konvensional maupun konvensional dan syariah.
4. *Facilitating Condition* berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavior Intention* pada penggunaan layanan *digital banking* bank konvensional, Sedangkan *Facilitating Condition* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavior Intention* pada penggunaan layanan *digital banking* bank syariah maupun konvensional dan syariah.
5. *Facilitating Condition* berpengaruh secara signifikan terhadap *Use Behavior* pada penggunaan layanan *digital banking* bank konvensional maupun konvensional dan syariah, Sedangkan *Facilitating Condition* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Use Behavior* pada penggunaan layanan *digital banking* bank syariah.

6. Habit berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavior Intention* pada penggunaan layanan *digital banking* bank syariah. Sedangkan habit tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavior Intention* pada penggunaan layanan *digital banking* bank konvensional maupun konvensional dan syariah.
7. *Behavior Intention* berpengaruh secara signifikan terhadap *Use Behavior* pada penggunaan layanan *digital banking* bank konvensional, syariah, maupun konvensional dan syariah.

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis memilih untuk menggunakan metode *convenience sampling* karena penulis dapat dengan cepat dan efisien mengumpulkan data dari responden yang mudah dijangkau, sehingga cocok digunakan dalam kondisi keterbatasan waktu dan sumber daya. Namun demikian, penulis menyadari bahwa penggunaan *convenience sampling* membawa beberapa keterbatasan signifikan.

Metode ini rentan terhadap bias sampling karena sampel yang diambil mungkin tidak mewakili populasi yang lebih luas eksternal hasil penelitian. Selain itu, keterbatasan dalam representativitas sampel dapat menyebabkan hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan ke populasi yang lebih luas, sehingga membatasi kemampuan peneliti untuk menarik kesimpulan yang akurat. Keterbatasan-keterbatasan ini perlu diperhatikan dalam interpretasi hasil penelitian dan dianggap sebagai salah satu kekurangan dari penelitian ini.

## 5.2 Saran

Beberapa saran yang dapat dikemukakan oleh peneliti, antara lain: Bank syariah: Social Influence dan Habit.

Saran 1: Meningkatkan minat untuk menggunakan bank syariah dapat dilakukan dengan cara dimulai dari lingkungan terdekat yaitu keluarga dan teman untuk menggunakan layanan digital bank syariah. Selain itu, lingkungan terdekat baik keluarga dan teman untuk membiasakan berperilaku sesuai dengan ketentuan syariah Islam sehingga meningkatkan minat menggunakan layanan digital bank yang sesuai dengan prinsip syariah Islam.



Bank konvensional: Effort Expectancy dan Facilitating Condition.

Saran 2: Meningkatkan minat menggunakan layanan digital bank konvensional dapat dilakukan dengan meningkatkan ketersediaan infrastruktur dan dukungan teknologi terkait mobile banking, dan memberikan layanan digital banking yang intuitif, mudah digunakan, dan interface yang menarik.

Bank konvensional dan syariah: Facilitating condition to use behaviour.

Saran 3: Meningkatkan intensitas penggunaan layanan digital banking oleh pengguna bank konvensional dan syariah dapat dilakukan dengan memberikan infrastruktur yang baik dan dukungan teknologi terkait mobile banking.

Dalam menyusun penelitian ini, penulis mendapati keterbatasan dalam melakukan penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis memilih untuk menggunakan metode *convenience sampling* karena penulis dapat dengan cepat dan efisien mengumpulkan data dari responden yang mudah dijangkau, sehingga cocok digunakan dalam kondisi keterbatasan waktu dan sumber daya. Namun demikian, penulis menyadari bahwa penggunaan *convenience sampling* membawa beberapa keterbatasan signifikan.

Metode ini rentan terhadap bias sampling karena sampel yang diambil mungkin tidak mewakili populasi yang lebih luas eksternal hasil penelitian. Selain itu, keterbatasan dalam representativitas sampel dapat menyebabkan hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan ke populasi yang lebih luas, sehingga membatasi kemampuan peneliti untuk menarik kesimpulan yang akurat. Keterbatasan-keterbatasan ini perlu diperhatikan dalam interpretasi hasil penelitian dan dianggap sebagai salah satu kekurangan dari penelitian ini.

Saran bagi penelitian selanjutnya.

Saran 4 : Penelitian selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan alternatif metode sampling yang mungkin mengurangi keterbatasan yang terkait dengan penggunaan *convenience sampling*. Meskipun *convenience sampling* dipilih karena kemampuannya untuk mengumpulkan data dengan cepat dan efisien dari responden yang mudah dijangkau, disadari bahwa keputusan ini membawa sejumlah keterbatasan yang signifikan. Keterbatasan

dalam representasi sampel juga dapat menghambat generalisabilitas hasil penelitian ke populasi yang lebih luas, sehingga membatasi kemampuan untuk mengambil kesimpulan yang berlaku secara umum. Oleh karena itu, metode sampling yang lebih representatif seperti stratified sampling, cluster sampling, atau systematic sampling, dapat dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto. (2015). Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. In *ANDI* (1st ed.).
- Afifah, A. (2021). *Determinan Minat Nasabah Menggunakan Digital Banking Dengan Menggunakan Metode Unified Theory Of Acceptance and Use Technology (UTAUT) dalam Persepektif Ekonomi Islam di Bank Syariah Mandiri Tahun 2019-2020*. 6.
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. . (2017). Factors Influencing Adoption of Mobile Banking by Jordanian Bank Customers: Extending UTAUT2 with Trust. *International Journal of Information Management*, 99–110.
- Anandia, F. B., & Aisyah, E. N. (2023). Analysis Of The Application Of The Utaut2 Model On The Use Of Mobile Banking In Sharia Banks. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 264–275. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Anjani, W., & Mukhlis, I. (2022). Penerapan Model UTAUT (The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 21(1), 1. <https://doi.org/10.19184/jeam.v21i1.30570>
- Arimbi Dewayanti, Ari Kusiyanti, Admaja Dwi Herlambang, 2018. (2018). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Dengan Menggunakan UTAUT ( Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology ) ( Studi Pada Pengguna Mobile Banking BRI KCP Universitas Brawijaya ). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(10), 2548-964X. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Aryono Putranto, I. (2020). Acceptance Technology Factors of Mobile Banking Usage Based on Utaut2 Model. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, 5(2), 920. <https://doi.org/10.31093/jraba.v5i2.234>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (n.d.). *Jumlah Penduduk dan Agama Yang Dianut (Jiwa), 2021-2023*. Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Provinsi

Jawa Barat. <https://jabar.bps.go.id/indicator/108/335/1/jumlah-penduduk-dan-agama-yang-dianut.html>

- Baptista, G., & Oliveira, T. (2015). Understanding mobile banking: The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators. *Computers in Human Behavior, 50*. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.04.024>
- Bharata, W., & Widyaningrum, P. W. (2017). Analisis Penerimaan Dan Penggunaan Sistem Informasi Akademik Melalui Pengembangan Model Utaut Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan, 11*(2), 171–187. <https://doi.org/10.33558/optimal.v11i2.751>
- Cahyani, U. E., Sari, D. P., & Afandi, A. (2022). Determinant of Behavioral Intention to Use Digital Zakat Payment: The Moderating Role of Knowledge of Zakat. *Ziswaf: Jurnal Zakat Dan Wakaf, 9*(1), 1. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v9i1.13330>
- Cassandra, V., & Bernanda, D. Y. (2024). Analisis Faktor Niat dan Perilaku Pengguna Bank Digital dengan Model TAM & UTAUT2. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis, 6*(1), 151–161. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v6i1.1111>
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian kualitatif, Kuantitatif dan Desain Riset: Memilih Diantara Lima Pendekatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Eriksson, K., Kerem, K., & Nilsson, D. (2008). No Title. *International Journal of Bank Marketing, 26*. <https://doi.org/10.1108/02652320810864634>
- Farzin, M., Sadeghi, M., Fattahi, M., & Eghbal, M. R. (2021). Effect of Social Media Marketing and eWOM on Willingness to Pay in the Etailing: Mediating Role of Brand Equity and Brand Identity. *Business Perspectives and Research, 1*.
- Fathoni Fatahudin. (2020). Adopsi Model UTAUT3 Pada Nasabah Pengguna MobileBanking Perbankan Syariah Indonesia Di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Di Jawa Barat). Perbankan Syariah
- fauzi achmad, widodo teguh, djatmiko tri. (2018). *Pengaruh Behavioral Intention terhadap*

*Use Behavior Pada Penggunaan Aplikasi Transportasi Online (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Jek dan Grab di Kalangan Mahasiswa Telkom University). 15(1), 165–175.*

Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen)*. Cv Budi Utama, 5 No.(september),5–299.

[https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU\\_KONSUMEN\\_PERILAKU\\_KONSUMEN\\_MAKALAH\\_PERILAKU\\_KONSUMEN](https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU_KONSUMEN_PERILAKU_KONSUMEN_MAKALAH_PERILAKU_KONSUMEN)

Ghozali, I., & Latan, H. (2014). *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program Warppls 4.0*.

Giandi, O., Irawan, I., & Ambarwati, R. (2020). Determinants of Behavior Intention and Use Behavior among Bukalapak's Consumers. *IPTEK The Journal for Technology and Science*, 31(2), 158. <https://doi.org/10.12962/j20882033.v31i2.5585>

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

Hair, J., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*.

Hussain, Q., Proctor, M., Harvey, M., & Demuth, K. (2020). Punjabi (Lyallpuri variety). *Journal of the International Phonetic Association*, 50(2), 282–297. <https://doi.org/10.1017/S0025100319000021>

Indrawati, P., D. (2017). *Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi (satu)*. PT Refika Aditama.

Indrawati. (2017). *Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*.

Kishore, K., & Sequeira, A. H. (2016). An Empirical Investigation on Mobile Banking Service Adoption in Rural Karnataka. *SAGE Open*, 6(1), 1–21. <https://doi.org/10.1177/2158244016633731>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. British Library.

- Kwateng, O., Atiemo, K., & Appiah, C. (2019b). Acceptance and use of mobile banking: an application of UTAUT2. *Journal of Enterprise Information Management*, 32.
- Mankiw, N. G. (2007). *Macro Economics* (seventh ed). Worst Publisher.
- Martinis, Y. (2011). Paradigma Baru Pembelajaran. In *Gaung Persada Press*.
- Mullan, J., Bradley, L., & Loane, S. (2017). *Bank adoption of mobile banking: stakeholder perspective*. 35. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2015-0145>
- Nadya, F. (2020). Analisis Pengukuran Tingkat Penerimaan Pengguna Mobile Banking BRI Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *Range Management and Agroforestry*, 4(1), 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.fcr.2017.06.020>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). Annual Report 2016-Increasing Contribution of Financial Services Sector in Supporting The Government Priority Programs. *Journal of Applied Business and Economics (JABE)*, 7(2), 1–328.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). POJK No.12/POJK.03/2021 tentang Bank Umum. *Www.Ojk.Go.Id*, 1–113. <https://sikepo.ojk.go.id/SIKEPO/DatabasePeraturan/PeraturanUtuh/84c36c57-c4bb-4815-9b13-c229>
- Pratama Hafidz, G., Sandriana Ulfa Prodi Manajemen, V., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). Identifikasi Model Utaut 2 Pada Niat Penggunaan Layanan Digital Allo Bank. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(4), 2477–1783.
- Purwanto, E., dan J. Loisa. 2020. The intention and use behaviour of the mobile banking system in Indonesia: UTAUT Model. *Technology Reports of Kansai University* 62 (06): 2757–2767
- Rachmat, M. Baga, L., & Purnaningsih, N. (2020). Penghimpunan Dana Zakat Infak

Sedekah Berdasarkan Intensi Perilaku Muslim Gen Y dalam Penggunaan Teknologi Digital Payment. *Al-Muzara'Ah*, 8(2), 95–108.

Rahmansyah, S. T., Sudarsono, H., Ruchba, S. M., & Susantun, I. (2023). *Analisis Minat Pelajar Muslim Dalam Menggunakan Mobile Banking*. 9(03), 3520–3528. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/44550%0Ahttps://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/44550/19313085.pdf?sequence=1>

Raza, S. A., Shah, N., & Ali, M. (2018). Acceptance of mobile banking in Islamic banks: evidence from modified UTAUT model. *Journal of Islamic Marketing*, 10. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0038>

Sampat, B., & Sabat, K. C. (2020). Antecedents to Continuance Intention to Use eGovernment Services in India. *IFIP Advances in Information and Communication Technology*, 617(December 2020), 284–291. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-64849-7\\_25](https://doi.org/10.1007/978-3-030-64849-7_25)

Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Penerbit Andi.

Soediro. (2018). Prinsip Keamanan, Privasi, Dan Etika Dalam Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik Dalam Perspektif Hukum Islam. *Kosmik Hukum*, 18(2).

Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Issue April).

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Tarhini, A., Masa'deh, R., Al-Busaidi, K. A., Mohammed, A. B., & Maqableh, M. (2017). Factors influencing students' adoption of e-learning: a structural equation modeling approach. *Journal of International Education in Business*, 10.

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

- Van Hijfte, S. (2023). Digital Banking. *Digital Banking*, February.  
<https://doi.org/10.1007/978-1-4842-9184-9>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information: Towar a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.  
<https://www.jstor.org/stable/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J. y. ., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology by Viswanath Venkatesh, James Y.L. Thong, Xin Xu :: SSRN. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2002388](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2002388)
- Yudhanto, W., Sijabat, Y. P., & Giovanni, A. (2022). Inovasi Perbankan Digital dan Kinerja Perbankan di Indonesia. *Jurnal Untidar*, 19(September).  
<http://jurnal.untidar.ac.id>



## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran 1 : KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/I Responden

Di Tempat

Dengan hormat,

Saya Safa Samia dengan NIM 19313218 selaku Mahasiswa dari Universitas Islam Indonesia (UII) sedang melakukan penelitian mengenai Minat Muslim dalam menggunakan Layanan Digital Banking Syariah dan Konvensional. Saya memohon waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Data yang Bapak/Ibu/Saudara/I berikan, akan saya jaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Kriteria responden untuk penelitian :

- Beragama Islam

Hormat Saya,

Safa Samia

## A. Identitas Responden

Untuk kelengkapan data penelitian, responden kami mohon untuk mengisi data dibawah ini dengan memberi tanda silang (X) pada kolom yang telah disediakan :

1. E-mail :
2. Nama Responden :
3. Jenis Kelamin :
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
4. Umur :
  - a. Dibawah 17 tahun
  - b. 17-21 tahun
  - c. 22-26 tahun
  - d. 27-31 tahun
  - e. 32-36 tahun
  - f. 37-41 tahun
  - g. 42-46 tahun
  - h. Diatas 46 tahun
5. Provinsi Asal :
  - Nanggroe Aceh Darussalam
  - Sumatra Utara
  - Sumatra Selatan
  - Sumatra Barat
  - Bengkulu
  - Riau
  - Kepulauan Riau
  - Jambi
  - Lampung
  - Bangka Belitung

- Kalimantan Barat
- Kalimantan Timur
- Kalimantan Selatan
- Kalimantan Tengah
- Kalimantan Utara
- Banten
- DKI Jakarta
- Jawa Barat
- Jawa Tengah
- Daerah Istimewa Yogyakarta
- Jawa Timur
- Bali
- Nusa Tenggara Timur
- Nusa Tenggara Barat
- Gorontalo
- Sulawesi Barat
- Sulawesi Tengah
- Sulawesi Tenggara
- Sulawesi Selatan
- Maluku Utara
- Maluku
- Papua Barat
- Papua
- Papua Tengah
- Papua Pegunungan
- Papua Selatan
- Papua Barat Daya

6. Status :

- a. Sudah Menikah

b. Belum Menikah

7. Pendidikan Terakhir :

- SMP
- SMA
- Diploma
- Sarjana
- Master
- Doktor

8. Pekerjaan :

- Mahasiswa/Pelajar
- Pegawai Negeri
- Pegawai Swasta
- Pengusaha
- Ibu Rumah Tangga
- Dan lain-lain

9. Penghasilan :

- Dibawah Rp. 1.000.000
- Rp. 1.100.000 – Rp. 2.500.000
- Rp. 2.600.000 – Rp. 5.000.000
- Rp. 5.100.000 – Rp. 7.500.000
- Rp. 7.600.000 – Rp. 10.000.000
- Rp. 10.100.000 – Rp. 12.500.000
- Rp. 12.600.000 – Rp. 15.000.000
- Diatas 15.000.000

10. Jenis Bank yang Digunakan :

- Bank Syariah
- Bank Konvensional
- Bank Konvensional dan Bank Syariah

## B. Bagian Pertanyaan

### Lampiran 1 : PERTANYAAN

#### 1. *Performance Expectancy (PE)*

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa penggunaan <i>Digital Banking</i> dalam kegiatan transaksi perbankan sehari-hari					
2.	<i>Digital Banking</i> memungkinkan menyelesaikan masalah yang berkaitan dengan aktivitas perbankan dengan cepat					
3.	Dengan mudah <i>Digital Banking</i> dapat menghemat waktu dan dapat dilakukan dimanapun kapanpun					
4.	<i>Digital Banking</i> memberika kemudahan dalam aktivitas perbankan					
5.	Menggunakan <i>Digital Banking</i> dapat meningkatkan kinerja saya dalam aktivitas perbankan					

#### 2. *Effort Expectancy (EE)*

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya dengan mudah mempelajari petunjuk cara menggunakan aplikasi <i>Digital Banking</i>					
2.	Saya dapat mudah mengerti bagaimana mengaplikasi penggunaan <i>Digital Banking</i>					

3.	Saya menggunakan <i>Digital Banking</i> untuk banyak hal dalam aktivitas perbankan					
4.	Saya tidak memerlukan banyak usaha untuk menggunakan <i>Digital Banking</i> untuk banyak hal dalam aktivitas perbankan					
5.	Dengan menggunakan aplikasi <i>Digital Banking</i> hanya membutuhkan waktu sebentar untuk aktivitas perbankan					

### 3. *Social Influence (SI)*

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Orang-orang disekitar saya berpikir bahwa saya harus menggunakan aplikasi <i>Digital Banking</i> dalam kegiatan perbankan karena bermanfaat					
2.	Teman dan keluarga saya merekomendasikan untuk menggunakan <i>Digital Banking</i> dalam kegiatan perbankan					
3.	Partisipasi orang lain mempengaruhi saya dalam menggunakan <i>Digital Banking</i>					
4.	Saya merasa lebih maju dan modern dengan menggunakan <i>Digital Banking</i> dalam aktivitas perbankan					
5.	Orang yang lebih berpengalaman dari saya membantu saya menggunakan aplikasi <i>Digital Banking</i> dalam kegiatan perbankan					

### 4. *Facilitating Condition (FC)*

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa nyaman melakukan aktivitas perbankan dengan menggunakan <i>Digital Banking</i>					
2.	Saya memiliki pengalaman yang cukup dalam menggunakan <i>Digital Banking</i>					
3.	Saya memiliki pengetahuan untuk menggunakan <i>Digital Banking</i>					
4.	Saya memiliki sumber daya yang diperluka untuk menggunakan <i>Digital Banking</i>					
5.	Metode <i>Digital Banking</i> yang tersedia sesuai (compatible)					

### 5. *Habit (HB)*

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Penggunaan aplikasi <i>Digital Banking</i> sudah menjadi kebiasaan bagi saya dalam kegiatan perbankan					
2.	Menggunakan aplikasi <i>Digital Banking</i> adalah bagian dari rutinitas harian saya					
3.	Menggunakan aplikasi <i>Digital Banking</i> adalah sesuatu yang saya lakukan tanpa berpikir					

4.	Saya kecanduan menggunakan aplikasi <i>Digital Banking</i> untuk aktivitas dan transaksi keuangan saya					
----	--	--	--	--	--	--

### 6. *Behavior Intention (BI)*

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya berniat menggunakan aplikasi <i>Digital Banking</i> dimasa depan					
2.	Saya akan terus menggunakan aplikasi <i>Digital Banking</i> untuk aktivitas dan transaksi keuangan saya					
3.	Saya akan memilih menggunakan <i>Digital Banking</i> dalam kegiatan perbankan					
4.	Saya pikir akan sangat berharga bagi saya dalam berkegiatan perbankan menggunakan layanan <i>Digital Banking</i>					

### 7. *Use behavior (UB)*

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Penggunaan <i>Digital Banking</i> saya terus meningkat					
2.	Saya menggunakan <i>Digital Banking</i> lebih dari aplikasi yang lain					
3.	Saya selalu mengupdate <i>Digital Banking</i> dengan versi terbaru					



**Lampiran 2 : HASIL JAWABAN RESPONDEN PENELITIAN**

**A. Bank Konvensional**

*1. Performance Expectancy (PE)*

PE1	PE2	PE3	PE4	PE5
5	5	5	5	5
5	4	5	5	4
5	5	5	5	5
5	5	5	4	4
5	5	5	5	5
5	4	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	4	4	4
5	4	4	5	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	3	4	4	3
3	3	3	3	3
4	4	4	4	3
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	5	5	4	4
5	5	5	5	5
3	3	3	3	3
5	5	5	5	5
5	4	5	5	5
5	3	5	5	3
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	5	4	4
5	5	5	5	4

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

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

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

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

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

4	4	4	4	4
4	4	3	4	4

## 2. Effort Expectancy (EE)

EE1	EE2	EE3	EE4	EE5
5	5	5	5	5
4	4	5	4	5
4	4	5	4	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	4	5	3	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	4	5	4	5
5	5	5	5	5
5	5	5	4	4
4	4	4	4	4
5	5	4	5	5
4	4	5	4	5
3	3	3	3	3
4	3	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	4	4	4	5
5	5	5	5	5
3	3	2	3	3
4	5	5	3	5
5	5	5	5	5
4	4	5	3	5
5	5	5	4	5
4	4	4	4	4
4	4	5	4	5
5	5	5	5	5
1	1	2	1	1
5	5	4	4	5

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



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

3	2	2	2	3
4	4	5	4	2
1	2	3	4	1
3	1	2	5	3
2	4	1	5	4
3	2	3	2	2
4	2	4	2	1
1	1	5	4	1
4	2	2	2	2
2	1	5	2	1
1	2	3	4	1
1	2	4	4	2
2	4	4	4	2
3	2	4	2	1
2	2	4	4	2
5	4	2	4	2
1	1	3	8	1
5	3	2	5	1
3	3	5	2	2
5	2	1	4	1
5	5	5	5	5
3	4	5	4	5
4	4	4	3	4
3	3	4	3	5
4	5	5	4	5
5	5	5	5	5
3	3	5	4	5
5	4	5	5	5
3	4	4	4	4
4	4	4	4	3
3	3	4	3	5
4	4	4	4	4
4	5	5	4	5
3	3	4	4	4
2	4	4	4	4
4	4	4	4	4
2	3	4	4	4
4	4	4	4	4
3	4	4	4	4
5	5	5	5	5
3	4	4	3	4

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

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

### 3. Social Influence (SI)

SI1	SI2	SI3	SI4	SI5
5	5	5	5	5
4	3	4	4	5
5	5	3	5	3
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	5	4
5	5	5	5	5
5	3	3	5	5
4	4	4	4	4
3	3	3	5	3
5	5	5	5	5
4	3	3	4	3
5	5	5	5	5
4	4	3	4	4
4	4	4	4	4
5	5	4	5	3
4	4	3	3	3
3	3	3	3	3
3	3	3	4	3
5	5	5	5	5
3	3	2	3	3
5	5	5	5	5
4	5	5	4	4
5	5	1	5	1
1	2	1	1	1
5	5	5	5	5
5	4	4	5	4
5	3	3	3	3
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	3	4	2
4	3	4	4	4
2	3	1	3	2
3	4	2	4	2
4	4	4	3	4
3	3	3	4	3

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

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

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



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

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

4. *Facilitating Condition (FC)*

FC1	FC2	FC3	FC4	FC5
5	5	5	5	5
5	5	5	4	5
5	5	5	5	5
5	5	4	4	5
5	5	3	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	4	4	4	5
4	4	4	4	4
4	3	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	4	5	5
5	5	5	5	5
5	4	5	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	4	4	4	4
3	3	3	3	3
3	3	3	3	4
5	5	5	5	5
5	3	5	5	5
5	5	5	5	5
4	4	4	4	5
5	5	5	5	5
3	3	3	2	3
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	3	5	3	4
5	4	4	4	5
4	4	4	4	4
5	4	4	5	5
5	4	4	5	5
1	2	1	1	1
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	4

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

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

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

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

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



5. *Habit (HB)*

HB1	HB2	HB3	HB4
5	5	5	5
4	3	2	3
5	5	5	5
5	5	4	4
5	5	5	5
5	4	4	3
5	5	5	5
5	4	1	2
4	4	2	2
4	4	2	2
5	5	5	5
4	4	4	3
4	4	4	5
4	4	4	3
4	4	4	4
5	5	3	4
4	4	2	3
3	3	3	3
4	4	3	3
5	5	4	5
4	2	1	3
5	5	5	5
4	5	4	4
5	5	1	5
2	3	2	1
5	5	3	4
5	3	3	2
4	4	4	4
5	5	4	5
4	4	3	4
4	4	4	4
5	3	4	3
1	2	1	3
4	3	3	1
4	4	4	4
4	4	3	3
5	5	3	3
5	5	5	5

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

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

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

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

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

6. *Behavior Intention (BI)*

BI1	BI2	BI3	BI4
5	1	5	4
3	2	3	4
5	5	4	5
4	4	4	5
5	5	5	5
4	2	5	5
5	5	5	4
2	2	3	5
3	3	3	4
3	2	3	5
5	5	5	4
3	2	4	4
5	5	5	5
3	2	4	5
4	4	4	5
5	2	5	3
3	2	3	4
3	3	3	4
3	3	3	5
5	2	5	5
3	1	3	5
5	5	5	5
4	5	5	5
5	1	5	5
2	1	2	5
5	3	4	5
3	3	5	2
4	4	4	3
5	3	4	5
4	2	4	5
4	2	4	3
2	1	5	5
2	3	3	5
3	1	5	5
3	3	3	4
4	2	3	5
3	1	2	5
5	4	4	5

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



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

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

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

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

7. Use behavior (UB)

UB1	UB2	UB3
5	5	4
3	4	2
5	5	2
5	5	3
5	5	3
5	5	3
5	5	4
5	5	3
4	3	2
5	3	2
5	5	4
4	4	2
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	4	4
5	4	3
4	4	4
5	5	4
5	5	3
5	5	5
5	5	4
5	5	4
5	5	2
5	5	4
5	5	3
2	2	4
3	4	3
5	5	5
5	5	4
5	4	4
5	5	2
5	5	2
5	5	2
5	4	3
5	5	5
5	5	3

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

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

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



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

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

## B. Bank Syariah

### 1. Performance Expectancy (PE)

PE1	PE2	PE3	PE4	PE5
5	5	3	5	5
4	5	4	4	5
4	5	3	4	4
4	5	3	4	4
4	5	4	4	5
5	5	5	5	5
4	4	2	5	5
4	5	4	5	5
4	4	3	5	4
3	4	3	4	4
5	5	3	4	4
4	5	4	5	5
3	5	3	4	4
4	4	3	5	5
5	4	2	5	5
4	4	4	4	4
4	5	3	5	5
4	4	4	4	4
4	4	3	4	5
5	5	5	5	5
4	3	3	4	4
4	5	3	5	5
3	3	3	3	3
2	4	1	5	4
4	4	4	4	4
4	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	4	3	3	3
2	4	3	4	4
3	4	2	5	4
4	4	4	4	4
3	4	3	4	4
1	4	1	4	5
1	4	1	5	5
5	5	5	5	4

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

2. *Effort Expectancy (EE)*

EE1	EE2	EE3	EE4	EE5
5	5	5	5	5
3	4	5	4	5
4	4	4	3	4
3	3	4	3	5
4	5	5	4	5
5	5	5	5	5
3	3	5	4	5
5	4	5	5	5
3	4	4	4	4
4	4	4	4	3
3	3	4	3	5
4	4	4	4	4
4	5	5	4	5
3	3	4	4	4
2	4	4	4	4
4	4	4	4	4

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

### 3. Social Influence (SI)

SI1	SI2	SI3	SI4	SI5
4	4	4	4	4
5	4	4	5	5
4	3	5	4	4
3	3	3	4	3
4	3	5	4	5
5	5	5	5	5
3	3	1	1	3
3	3	4	3	4
4	4	4	4	4
4	3	3	3	3
5	5	5	4	5
4	4	5	5	4
3	2	2	1	4
5	4	5	4	5
2	2	4	3	4
5	5	5	5	5
4	4	5	5	5
5	5	5	5	5
3	3	3	2	3
3	3	3	4	3
4	5	4	5	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	3	4
4	4	4	5	4
3	3	3	3	3
4	2	3	4	5
4	5	4	5	5
3	2	4	1	4
3	2	3	2	3
5	5	5	5	5
5	1	5	5	5
4	3	5	3	5
4	5	3	4	4

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

**4. *Facilitatinf Condition (FC)***

FC1	FC2	FC3	FC4	FC5
5	5	5	5	5
3	3	3	3	5
3	2	3	4	3
3	3	3	3	5
4	4	4	4	5
4	5	4	4	5
4	4	4	4	5
4	4	4	4	4
4	5	4	4	4
4	4	4	4	4
3	3	3	3	4
5	4	4	4	3
5	3	3	5	1
4	4	4	4	5
5	4	4	5	4

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



4	4	4	4	5
---	---	---	---	---

5. *Habit (HB)*

HB1	HB2	HB3	HB4
4	4	4	4
4	4	4	5
4	3	3	3
2	3	4	3
4	4	5	3
5	5	5	5
5	4	5	4
5	5	3	4
4	4	4	4
5	4	4	4
5	4	5	4
5	4	5	5
3	3	3	3
4	5	4	4
2	3	5	3
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
4	4	5	4
3	4	3	3
4	5	5	5
4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	3
5	5	5	5
3	4	5	4
4	4	4	4
3	3	4	3
4	4	4	4
5	4	5	5
4	4	4	4
3	3	3	2
3	3	4	2
5	5	5	5

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

**6. Behavior Intention (BI)**

BI1	BI2	BI3	BI4
4	5	4	5
5	5	5	5
3	3	3	3
2	2	3	3
4	4	5	3
5	5	5	5
3	5	5	3
3	4	5	2
4	4	4	4
3	3	3	3
4	4	5	4
4	4	3	3
1	1	1	2

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

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

**7. Use behavior (UB)**

UB1	UB2	UB3
5	4	5
5	5	4
4	4	4
3	4	3
5	5	4
5	5	5
5	5	4
5	5	5
4	4	4
4	4	4
5	4	4
4	5	5
4	4	4
4	4	4
4	3	4
5	5	3
5	5	5
5	5	5
4	4	4
3	3	4
3	2	3
4	4	4
4	4	4
4	4	4
5	5	5
3	4	3
4	3	3
3	4	3
4	4	4
4	4	4
5	2	5
4	3	3
5	5	4

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

### C. Bank Konvensional dan Syariah

#### 1. *Performance Expectancy (PE)*

PE1	PE2	PE3	PE4	PE5
5	5	5	5	5
2	2	2	4	5
4	3	2	3	3
3	5	1	3	4
4	5	4	4	5
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	4	4	4	4
5	4	5	5	5

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

## 2. Effort Expectancy (EE)

EE1	EE2	EE3	EE4	EE5
5	5	5	5	5
3	3	5	2	2
4	3	5	5	4
5	5	5	5	3
5	5	5	5	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	5	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	3	4
4	4	4	5	5
5	5	5	4	4
5	5	5	5	5
5	4	5	4	4
4	4	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
3	3	4	4	4
5	4	5	5	5
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	5	4
4	3	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	5	5	5
4	4	3	4	4
4	4	4	5	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	3	4	4	4
4	4	3	5	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4

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

### 3. Social Influence (SI)

SI1	SI2	SI3	SI4	SI5
5	5	5	5	5
1	2	2	3	5
3	4	5	5	5
3	3	3	4	3
4	4	5	5	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	5	5	4
4	5	5	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	5	5	5	4
5	5	5	5	3
5	5	5	5	5
5	5	5	5	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	3	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
3	5	5	5	5
3	3	3	3	3
3	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	5	5	5	4
4	5	3	4	3
4	4	4	4	4



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

4. *Facilitating Condition (FC)*

FC1	FC2	FC3	FC4	FC5
5	5	5	5	5
5	4	4	3	3
3	3	3	4	2
4	3	3	4	4
1	5	5	4	4
4	4	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	5	5	4
5	4	4	4	4
4	5	5	4	4
5	4	4	4	4
4	4	4	5	4
5	5	4	4	4
4	5	5	5	5
5	4	5	5	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5

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

5. *Habit (HB)*

HB1	HB2	HB3	HB4
5	5	5	5
5	4	5	5
4	4	4	4
5	4	5	5
4	4	4	5
5	5	5	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5

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

6. *Behavior Intention (BI)*

BI1	BI2	BI3	BI4
5	5	5	5
5	3	3	5
4	3	3	3
5	3	3	4
5	4	4	5
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
4	3	5	5
5	5	4	5
5	5	5	5
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
5	5	5	5
3	3	3	3
5	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
4	4	5	3
4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	3	3
4	3	4	4
5	5	5	5
4	4	5	5

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

**7. Use behavior (UB)**

UB1	UB2	UB3
5	5	5
4	4	3
3	2	4
4	3	4
5	4	5
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
5	5	4
4	4	4
3	4	4
4	4	4
5	5	5
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	5
5	5	5
4	4	4
5	5	5
3	3	3
4	4	4
4	4	4
5	4	5
4	4	4
4	3	4
4	4	4

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

**Lampiran 3 : HASIL OLAH DATA**

***Outer Model :***

***1. Convergent Validity***

***a. Outer Loading Bank Konvensional***

	<b>Behavior Intention</b>	<b>Effort Expectancy</b>	<b>Facilitating Condition</b>	<b>Habit</b>	<b>Performance Expectancy</b>	<b>Social Influence</b>	<b>Use Behavior</b>
<b>BI1</b>	<b>0,786</b>						
<b>BI2</b>	<b>0,477</b>						
<b>BI3</b>	<b>0,532</b>						
<b>BI4</b>	<b>0,794</b>						
<b>EE1</b>		<b>0,747</b>					
<b>EE 2</b>		<b>0,884</b>					
<b>EE 3</b>		<b>0,347</b>					
<b>EE 4</b>		<b>0,617</b>					
<b>EE 5</b>		<b>0,878</b>					
<b>FC1</b>			<b>0,791</b>				
<b>FC2</b>			<b>0,534</b>				
<b>FC3</b>			<b>0,747</b>				
<b>FC4</b>			<b>0,892</b>				
<b>FC5</b>			<b>0,872</b>				
<b>HB1</b>				<b>0,753</b>			
<b>HB 2</b>				<b>0,829</b>			
<b>HB 3</b>				<b>0,307</b>			
<b>HB 4</b>				<b>0,705</b>			
<b>PE1</b>					<b>0,734</b>		
<b>PE 2</b>					<b>0,831</b>		
<b>PE 3</b>					<b>0,832</b>		
<b>PE 4</b>					<b>0,764</b>		

PE 5					0,366		
SI 1						0,800	
SI 2						0,704	
SI 3						0,784	
SI 4						0,747	
SI 5						0,685	
UB1							0,736
UB2							0,879
UB3							0,744

*b. Outer Loading Bank Syariah*

	<i>Behavior Intention</i>	<i>Effort Expectancy</i>	<i>Facilitating Condition</i>	<i>Habit</i>	<i>Performance Expectancy</i>	<i>Social Influence</i>	<i>Use Behavior</i>
BI1	0,924						
BI2	0,946						
BI3	0,894						
BI4	0,834						
EE1		0,657					
EE 2		0,184					
EE 3		0,131					
EE 4		0,559					
EE 5		-0,079					
FC1			0,379				
FC2			0,700				
FC3			0,770				
FC4			0,510				
FC5			0,919				
HB1				0,800			
HB 2				0,901			
HB 3				0,775			



<b>HB 4</b>				<b>0,910</b>			
<b>PE1</b>					<b>0,701</b>		
<b>PE 2</b>					<b>0,806</b>		
<b>PE 3</b>					<b>0,706</b>		
<b>PE 4</b>					<b>0,524</b>		
<b>PE 5</b>					<b>0,640</b>		
<b>SI 1</b>						<b>0,853</b>	
<b>SI 2</b>						<b>0,776</b>	
<b>SI 3</b>						<b>0,845</b>	
<b>SI 4</b>						<b>0,862</b>	
<b>SI 5</b>						<b>0,842</b>	
<b>UB1</b>							<b>0,909</b>
<b>UB2</b>							<b>0,870</b>
<b>UB3</b>							<b>0,741</b>

*c. Outer Loading Bank Konvensional dan Bank Syariah*

	<i>Behavior Intention</i>	<i>Effort Expectancy</i>	<i>Facilitating Condition</i>	<i>Habit</i>	<i>Performance Expectancy</i>	<i>Social Influence</i>	<i>Use Behavior</i>
<b>BI1</b>	<b>0,744</b>						
<b>BI2</b>	<b>0,356</b>						
<b>BI3</b>	<b>0,365</b>						
<b>BI4</b>	<b>0,607</b>						
<b>EE1</b>		<b>0,722</b>					
<b>EE 2</b>		<b>0,821</b>					
<b>EE 3</b>		<b>0,275</b>					
<b>EE 4</b>		<b>0,210</b>					
<b>EE 5</b>		<b>0,847</b>					
<b>FC1</b>			<b>0,689</b>				
<b>FC2</b>			<b>0,425</b>				

<b>FC3</b>			<b>0,300</b>				
<b>FC4</b>			<b>0,873</b>				
<b>FC5</b>			<b>0,807</b>				
<b>HB1</b>				<b>0,679</b>			
<b>HB 2</b>				<b>0,791</b>			
<b>HB 3</b>				<b>0,633</b>			
<b>HB 4</b>				<b>0,491</b>			
<b>PE1</b>					<b>0,613</b>		
<b>PE 2</b>					<b>0,782</b>		
<b>PE 3</b>					<b>0,717</b>		
<b>PE 4</b>					<b>0,499</b>		
<b>PE 5</b>					<b>0,084</b>		
<b>SI1</b>						<b>0,731</b>	
<b>SI2</b>						<b>0,737</b>	
<b>SI3</b>						<b>0,774</b>	
<b>SI4</b>						<b>0,804</b>	
<b>SI5</b>						<b>0,522</b>	
<b>UB1</b>							<b>0,751</b>
<b>UB2</b>							<b>0,696</b>
<b>UB3</b>							<b>0,651</b>

## 2. Discriminant Validity

### a. Fornell Larcker Bank Konvensional

	<i>Behavi or Intenti on</i>	<i>Effort Expectan cy</i>	<i>Facilitati ng Conditio ns</i>	<i>Hab it</i>	<i>Perfoman ce Expectan cy</i>	<i>Social Influen ce</i>	<i>Use Behavi or</i>
<i>Behavior Intention</i>	<b>0,663</b>						
<i>Effort Expectan cy</i>	0,776	<b>0,723</b>					
<i>Facilitati ng Conditio n</i>	0,760	0,829	<b>0,778</b>				
<i>Habit</i>	0,493	0,559	0,499	<b>0,67 9</b>			
<i>Perfoman ce Expectan cy</i>	0,707	0,831	0,764	0,67 1	<b>0,723</b>		
<i>Social Influence</i>	0,601	0,675	0,574	0,63 1	0,681	<b>0,746</b>	
<i>Use Behavior</i>	0,683	0,660	0,643	0,48 6	0,572	0,573	<b>0,789</b>

### b. Fornell Larcker Bank Syariah

	<i>Behavi or Intenti on</i>	<i>Effort Expectan cy</i>	<i>Facilitati ng Conditio ns</i>	<i>Hab it</i>	<i>Perfoman ce Expectan cy</i>	<i>Social Influen ce</i>	<i>Use Behavi or</i>
<i>Behavior Intention</i>	<b>0,901</b>						
<i>Effort Expectan cy</i>	0,247	<b>0,401</b>					

<i>Facilitati ng Conditio n</i>	0,350	0,298	<b>0,683</b>				
<i>Habit</i>	0,697	0,147	0,196	<b>0,84 8</b>			
<i>Perfoman ce Expectan cy</i>	0,260	0,197	0,545	- 0,00 7	<b>0,682</b>		
<i>Social Influence</i>	0,641	0,056	0,042	0,51 3	0,087	<b>0,836</b>	
<i>Use Behavior</i>	0,506	0,087	0,025	0,54 8	-0,023	0,322	<b>0,843</b>

*c. Fornell Larcker Bank Konvensional dan Bank Syariah*

	<i>Behavi or Intenti on</i>	<i>Effort Expectan cy</i>	<i>Facilitati ng Conditio ns</i>	<i>Hab it</i>	<i>Perfoman ce Expectan cy</i>	<i>Social Influen ce</i>	<i>Use Behavi or</i>
<i>Behavior Intention</i>	<b>0,544</b>						
<i>Effort Expectan cy</i>	0,555	<b>0,638</b>					
<i>Facilitati ng Conditio n</i>	0,590	0,772	<b>0,657</b>				
<i>Habit</i>	0,675	0,596	0,556	<b>0,65 7</b>			
<i>Perfoman ce Expectan cy</i>	0,682	0,696	0,732	0,57 7	<b>0,593</b>		
<i>Social Influence</i>	0,628	0,588	0,539	0,63 9	0,599	<b>0,725</b>	

<i>Use Behavior</i>	0,710	0,634	0,596	0,544	0,589	0,553	<b>0,701</b>
---------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	--------------

*d. Cross Loading Bank Konvensional*

	<i>Behavior intention</i>	<i>Effort Expectancy</i>	<i>Facilitating Condition</i>	<i>Habit</i>	<i>Performance Expectancy</i>	<i>Social Influence</i>	<i>Use Behavior</i>
<b>BI 1</b>	<b>0,786</b>	0,582	0,662	0,386	0,478	0,495	0,507
<b>BI 2</b>	<b>0,477</b>	0,255	0,360	0,183	0,180	0,338	0,267
<b>BI 3</b>	<b>0,532</b>	0,439	0,256	0,315	0,466	0,463	0,209
<b>BI 4</b>	<b>0,794</b>	0,682	0,617	0,407	0,658	0,366	0,664
<b>EE 1</b>	0,567	<b>0,747</b>	0,487	0,395	0,647	0,638	0,434
<b>EE 2</b>	0,725	<b>0,884</b>	0,748	0,527	0,743	0,573	0,145
<b>EE 3</b>	0,134	<b>0,347</b>	0,342	0,276	0,287	0,224	0,391
<b>EE 4</b>	0,445	<b>0,617</b>	0,554	0,387	0,535	0,440	0,632
<b>EE 5</b>	0,700	<b>0,878</b>	0,782	0,443	0,686	0,494	0,501
<b>FC 1</b>	0,577	0,673	<b>0,791</b>	0,360	0,615	0,446	0,165
<b>FC 2</b>	0,338	0,368	<b>0,534</b>	0,325	0,431	0,275	0,460
<b>FC 3</b>	0,536	0,614	<b>0,74</b>	0,415	0,615	0,377	0,610
<b>FC 4</b>	0,711	0,746	<b>0,892</b>	0,449	0,630	0,503	0,616

<b>FC 5</b>	0,699	0,736	<b>0,872</b>	0,404	0,667	0,567	0,301
<b>HB 1</b>	0,356	0,453	0,453	<b>0,753</b>	0,603	0,472	0,304
<b>HB 2</b>	0,458	0,553	0,464	<b>0,829</b>	0,595	0,555	0,500
<b>HB 3</b>	0,078	0,053	0,048	<b>0,307</b>	0,146	0,160	-0,033
<b>HB 4</b>	0,309	0,255	0,214	<b>0,705</b>	0,319	0,411	0,316
<b>PE 1</b>	0,460	0,557	0,509	0,440	<b>0,734</b>	0,507	0,350
<b>PE 2</b>	0,687	0,704	0,703	0,585	<b>0,831</b>	0,539	0,520
<b>PE 3</b>	0,585	0,707	0,669	0,601	<b>0,832</b>	0,565	0,542
<b>PE 4</b>	0,477	0,609	0,483	0,455	<b>0,746</b>	0,570	0,394
<b>PE 5</b>	0,172	0,319	0,269	0,263	<b>0,366</b>	0,171	0,084
<b>SI 1</b>	0,434	0,517	0,413	0,552	0,583	<b>0,800</b>	0,392
<b>SI 2</b>	0,514	0,551	0,479	0,440	0,509	<b>0,704</b>	0,562
<b>SI 3</b>	0,497	0,545	0,450	0,514	0,330	<b>0,784</b>	0,339
<b>SI 4</b>	0,436	0,509	0,440	0,495	0,524	<b>0,747</b>	0,436
<b>SI 5</b>	0,300	0,330	0,313	0,307	0,347	<b>0,685</b>	0,287
<b>UB 1</b>	0,482	0,464	0,437	0,416	0,455	0,535	<b>0,736</b>
<b>UB 2</b>	0,645	0,640	0,658	0,377	0,506	0,439	<b>0,879</b>
<b>UB 3</b>	0,463	0,424	0,378	0,375	0,384	0,401	<b>0,774</b>

*e. Cross Loading Bank Syariah*

	<i>Behavior intention</i>	<i>Effort Expectancy</i>	<i>Facilitating Condition</i>	<i>Habit</i>	<i>Performance Expectancy</i>	<i>Social Influence</i>	<i>Use Behavior</i>
<b>BI 1</b>	<b>0,924</b>	0,166	0,211	0,619	0,228	0,608	0,483
<b>BI 2</b>	<b>0,946</b>	0,257	0,457	0,712	0,314	0,536	0,473
<b>BI 3</b>	<b>0,894</b>	0,267	0,350	0,710	0,172	0,563	0,510
<b>BI 4</b>	<b>0,834</b>	0,189	0,215	0,429	0,220	0,621	0,336
<b>EE 1</b>	0,100	<b>0,657</b>	0,483	-0,115	0,220	-0,036	-0,148
<b>EE 2</b>	-0,070	<b>0,184</b>	0,478	-0,167	0,488	-0,086	-0,215
<b>EE 3</b>	-0,017	<b>0,131</b>	0,448	-0,216	0,540	-0,115	-0,108
<b>EE 4</b>	0,084	<b>0,559</b>	0,555	-0,032	0,609	-0,085	-0,092
<b>EE 5</b>	-0,052	<b>-0,079</b>	0,446	-0,263	0,624	-0,166	-0,276
<b>FC 1</b>	-0,106	0,290	<b>0,379</b>	0,004	0,626	-0,139	-0,086
<b>FC 2</b>	0,151	0,309	<b>0,700</b>	0,160	0,404	0,022	-0,054
<b>FC 3</b>	0,183	0,477	<b>0,770</b>	0,129	0,303	-0,057	-0,005
<b>FC 4</b>	0,018	0,317	<b>0,510</b>	-0,067	0,509	-0,139	-0,132
<b>FC 5</b>	0,334	0,150	<b>0,919</b>	0,162	0,628	0,043	0,039
<b>HB 1</b>	0,508	0,196	0,101	<b>0,800</b>	0,543	0,391	0,565

<b>HB 2</b>	0,713	0,216	0,270	<b>0,901</b>	-0,039	0,473	0,453
<b>HB 3</b>	0,468	-0,085	0,087	<b>0,775</b>	0,079	0,377	0,484
<b>HB 4</b>	0,631	0,125	0,165	<b>0,910</b>	-0,020	0,487	0,399
<b>PE 1</b>	0,123	0,272	0,480	-0,124	<b>-0,065</b>	0,057	-0,029
<b>PE 2</b>	0,184	-0,063	0,377	-0,158	<b>0,701</b>	0,059	-0,096
<b>PE 3</b>	-0,017	0,451	0,339	-0,013	<b>0,806</b>	0,149	-0,096
<b>PE 4</b>	0,229	0,082	0,414	-0,091	<b>0,706</b>	-0,196	0,025
<b>PE 5</b>	0,594	-0,063	0,380	0,152	<b>0,524</b>	-0,025	0,207
<b>SI 1</b>	0,594	0,028	0,000	0,482	0,640	<b>0,853</b>	0,404
<b>SI 2</b>	0,414	-0,068	-0,053	0,291	0,121	<b>0,776</b>	0,085
<b>SI 3</b>	0,540	0,157	0,079	0,413	0,153	<b>0,845</b>	0,256
<b>SI 4</b>	0,517	0,154	0,106	0,368	0,079	<b>0,862</b>	0,169
<b>SI 5</b>	0,582	-0,048	0,031	0,549	0,045	<b>0,842</b>	0,368
<b>UB 1</b>	0,443	0,046	0,007	0,493	-0,065	0,294	<b>0,909</b>
<b>UB 2</b>	0,507	0,038	0,059	0,517	0,034	0,273	<b>0,870</b>
<b>UB 3</b>	0,290	0,175	-0,018	0,347	-0,042	0,248	<b>0,741</b>



*f. Cross Loading Bank Konvensional dan Bank Syariah*

	<i>Behavior intention</i>	<i>Effort Expectancy</i>	<i>Facilitating Condition</i>	<i>Habit</i>	<i>Performance Expectancy</i>	<i>Social Influence</i>	<i>Use Behavior</i>
<b>BI 1</b>	<b>0,744</b>	0,336	0,473	0,480	0,607	0,373	0,449
<b>BI 2</b>	<b>0,356</b>	0,088	0,219	0,117	0,181	0,111	0,413
<b>BI 3</b>	<b>0,365</b>	0,180	0,149	0,392	0,126	0,362	0,255
<b>BI 4</b>	<b>0,607</b>	0,441	0,356	0,422	0,415	0,478	0,423
<b>EE 1</b>	<b>0,432</b>	<b>0,722</b>	<b>0,506</b>	<b>0,423</b>	0,382	0,423	0,461
<b>EE 2</b>	<b>0,396</b>	<b>0,821</b>	<b>0,686</b>	<b>0,419</b>	0,627	0,480	0,465
<b>EE 3</b>	<b>0,-071</b>	<b>0,275</b>	<b>0,108</b>	<b>0,140</b>	0,024	-0,087	0,051
<b>EE 4</b>	<b>0,050</b>	<b>0,210</b>	<b>0,142</b>	<b>0,297</b>	0,219	0,231	0,033
<b>EE 5</b>	<b>0,466</b>	<b>0,847</b>	<b>0,643</b>	<b>0,549</b>	0,621	0,452	0,574
<b>FC 1</b>	<b>0,352</b>	<b>0,600</b>	<b>0,689</b>	<b>0,328</b>	0,519	0,414	0,481
<b>FC 2</b>	<b>0,147</b>	<b>0,285</b>	<b>0,425</b>	<b>0,287</b>	0,225	0,222	0,161
<b>FC 3</b>	<b>0,059</b>	<b>0,273</b>	<b>0,300</b>	<b>0,163</b>	0,346	0,158	0,132
<b>FC 4</b>	<b>0,607</b>	<b>0,681</b>	<b>0,873</b>	<b>0,509</b>	0,639	0,466	0,550
<b>FC 5</b>	<b>0,471</b>	<b>0,556</b>	<b>0,807</b>	<b>0,454</b>	0,579	0,404	0,419
<b>HB 1</b>	<b>0,441</b>	<b>0,406</b>	<b>0,458</b>	<b>0,679</b>	0,422	0,423	0,385

<b>HB 2</b>	0,640	0,519	0,504	<b>0,791</b>	0,547	0,574	0,443
<b>HB 3</b>	0,282	0,346	0,209	<b>0,633</b>	0,177	0,400	0,289
<b>HB 4</b>	0,257	0,205	0,132	<b>0,431</b>	0,214	0,166	0,270
<b>PE 1</b>	0,372	0,439	0,366	0,355	<b>0,613</b>	0,453	0,277
<b>PE 2</b>	0,651	0,432	0,572	0,514	<b>0,782</b>	0,398	0,459
<b>PE 3</b>	0,371	0,531	0,564	0,323	<b>0,717</b>	0,417	0,536
<b>PE 4</b>	0,272	0,553	0,411	0,242	<b>0,499</b>	0,385	0,320
<b>PE 5</b>	0,085	0,062	0,109	0,107	<b>0,084</b>	-0,013	-0,143
<b>SI 1</b>	0,466	0,297	0,159	0,553	0,282	<b>0,731</b>	0,343
<b>SI 2</b>	0,390	0,469	0,514	0,396	0,541	<b>0,737</b>	0,507
<b>SI 3</b>	0,459	0,379	0,454	0,534	0,521	<b>0,774</b>	0,227
<b>SI 4</b>	0,608	0,587	0,443	0,515	0,449	<b>0,804</b>	0,577
<b>SI 5</b>	0,248	0,376	0,449	0,232	0,440	<b>0,552</b>	0,308
<b>UB 1</b>	0,533	0,421	0,337	0,411	0,329	0,363	<b>0,751</b>
<b>UB 2</b>	0,444	0,551	0,488	0,382	0,407	0,288	<b>0,696</b>
<b>UB 3</b>	0,511	0,362	0,426	0,348	0,437	0,501	<b>0,651</b>

## G : Uji Reabilitas

### 1. Nilai *Cronbachs Alpha* dan *Composite Reliability* Bank Konvensional

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
<i>Behavior Intention</i>	0,572	0,749	Reliabel
<i>Effort Expectancy</i>	0,756	0,835	Reliabel
<i>Facilitating Condition</i>	0,832	0,882	Reliabel
<i>Habit</i>	0,612	0,757	Reliabel
<i>Perfomance Expectancy</i>	0,760	0,838	Reliabel
<i>Social Influence</i>	0,801	0,862	Reliabel
<i>Use Behavior</i>	0,698	0,831	Reliabel

### 2. Nilai *Cronbachs Alpha* dan *Composite Reliability* Bank Syariah

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
<i>Behavior Intention</i>	0,922	0,945	Reliabel
<i>Effort Expectancy</i>	0,867	0,335	Tidak Reabel
<i>Facilitating Condition</i>	0,865	0,801	Reliabel
<i>Habit</i>	0,870	0,911	Reliabel
<i>Perfomance Expectancy</i>	0,734	0,810	Reliabel
<i>Social Influence</i>	0,893	0,921	Reliabel
<i>Use Behavior</i>	0,799	0,880	Reliabel

3. Nilai *Cronbachs Alpha* dan *Composite Reliability* Bank Konvensional dan Syariah

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
<i>Behavior Intention</i>	0,178	0,604	Tidak Reliabel
<i>Effort Expectancy</i>	0,664	0,736	Reliabel
<i>Facilitating Condition</i>	0,655	0,771	Reliabel
<i>Habit</i>	0,592	0,747	Reliabel
<i>Perfomance Expectancy</i>	0,500	0,691	Tidak Reliabel
<i>Social Influence</i>	0,778	0,845	Reliabel
<i>Use Behavior</i>	0,478	0,742	Reliabel

*Inner Model :*

1. *R-Square (R2)*

a. *R-Square* Bank Konvensional

	<i>R-Square</i>	<i>R- Adjusted</i>
<i>Behavior Intention</i>	0,657	0,643
<i>Use Behavior</i>	0,503	0,496

b. *R-Square* Bank Syariah

	<i>R-Square</i>	<i>R- Adjusted</i>
<i>Behavior Intention</i>	0,606	0,557
<i>Use Behavior</i>	0,552	0,532

c. *R-Square* Bank Konvensional dan Bank Syariah

	<i>R-Square</i>	<i>R- Adjusted</i>
<i>Behavior Intention</i>	0,606	0,557
<i>Use Behavior</i>	0,552	0,532

2. Pengujian Hipotesis (Bootstraping)

Jenis bank	Hipotesa	<i>Original Sample</i>	T-statistik	<i>P-value</i>	Keterangan
Bank Konvensional	H1a : <i>Performance Expectancy</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i>	0,067	0,444	0,657	Tidak Didukung
	H2a : <i>Effort Expectancy</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i>	0,351	3,444	0,001	Didukung
	H3a : <i>Social Influence</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i>	0,116	1,389	0,165	Tidak Didukung
	H4a : <i>Facilitating Condition</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i>	0,349	3,315	0,001	Didukung
	H5a : <i>Facilitating Condition</i> berpengaruh terhadap <i>Use Behavior</i>	0,294	3,005	0,003	Didukung
	H6a : <i>Habit</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i>	0,004	0,057	0,955	Tidak Didukung
	H7a : <i>Behavior Intention</i> berpengaruh terhadap <i>Use Behavior</i>	0,459	5,144	0,000	Didukung
Bank Syariah	H1b : <i>Performance Expectancy</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i>	0,134	1,136	0,257	Tidak Didukung

	H2b : <i>Effort Expectancy</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i>	0,088	0,590	0,556	Tidak Didukung
	H3b : <i>Social Influence</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i>	0,381	3,726	0,000	Didukung
	H4b : <i>Facilitating Condition</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i>	0,145	0,773	0,440	Tidak Didukung
	H5b : <i>Facilitating Condition</i> berpengaruh terhadap <i>Use Behavior</i>	-0,173	1,166	0,244	Tidak Didukung
	H6b : <i>Habit</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i>	0,461	3,829	0,000	Didukung
	H7b : <i>Behavior Intention</i> berpengaruh terhadap <i>Use Behavior</i>	0,567	5,418	0,000	Didukung
Bank Syariah dan Konvensional	H1c : <i>Performance Expectancy</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i>	0,353	1,721	0,086	Tidak Didukung
	H2c : <i>Effort Expectancy</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i>	-0,091	0,454	0,650	Tidak Didukung
	H3c : <i>Social Influence</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i>	0,194	1,220	0,223	Tidak Didukung
	H4c : <i>Facilitating Condition</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i>	0,108	0,523	0,601	Tidak Didukung
	H5c : <i>Facilitating Condition</i> berpengaruh terhadap <i>Use Behavior</i>	0,272	1,970	0,049	Didukung
	H6c : <i>Habit</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i>	0,342	2,249	0,025	Didukung

	<b>H7c : Behavior Intention berpengaruh terhadap Use Behavior</b>	<b>0,550</b>	<b>3,140</b>	<b>0,002</b>	<b>Didukung</b>
--	---	--------------	--------------	--------------	-----------------