

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MAHASISWA PENGGUNA MOBILE BANKING BANK
SYARIAH INDONESIA DALAM MENGADOPSI DIGITAL
PAYMENT PASCA SERANGAN SIBER**

*(Factors Influencing the Interest of Students Using Bank Syariah
Indonesia Mobile Banking in Adopting Digital Payments after
Cyber Attacks)*

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam



Oleh:

NABILAH ZULFA

21423093

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

JURUSAN STUDI ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2025

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nabilah Zulfa
NIM : 21423093
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Fakultas Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Dalam Mengadopsi Digital Payment Pasca Serangan Siber

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

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak ada paksaan.

Yogyakarta, 01 Juli 2025



METERAI TEMPEL
10000
B1FAAAMX426396500
Nabilah Zulfa

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

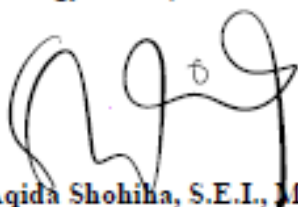
Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan Nomor: 305/Dek/60/DAATI/FIAI/III/2025 tanggal: 21 Maret 2025 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Nabilah Zulfa
NIM : 21423093
Program Studi : Ekonomi Islam
Tahun Akademik : 2024/2025
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Dalam Mengadopsi Digital Payment Pasca Serangan Siber

Setelah kami teliti dan diadakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami anggap skripsinya memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 01 Juli 2025



Aqida Shohiha, S.E.I., M.E.

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertandatangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

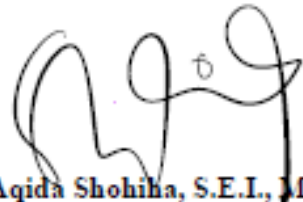
Nama : Nabilah Zulfa

NIM : 21423093

Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa
Dalam Mengadopsi Digital Payment Pasca Serangan
Siber (Studi Pada E-Mobile Banking Bank Syariah
Indonesia)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan semalam ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dan mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 01 Juli 2025



Aqida Shohiha, S.E.I., M.E.

LEMBAR PENGESAHAN



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fia@uii.ac.id
W. fia.uii.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Tugas Akhir Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Senin
Tanggal : 1 September 2025
Judul Tugas Akhir : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Bank Syariah Indonesia dalam Mengadopsi Digital Payment Pasca Serangan Siber
Disusun oleh : NABILAH ZULFA
Nomor Mahasiswa : 21423093

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua/Pembimbing : Aqida Shohiha, S.E.I., M.E.
Penguji I : Sofwan Hadikusuma, Lc, ME
Penguji II : Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec.

(.....)
(.....)
(.....)

Yogyakarta, 1 September 2025



Dr. H. Asmuni, MA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Allhamdulillah Rabbil 'Alamiin, Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat serta hidayah-Nya yang telah diberikan kepada saya dan juga kemudahan dan pertolongan sehingga, saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik, tidak lupa juga shalawat serta salam saya panjatkan kepada nabi besar Muhammad *Shallahu'Alaihi Wasalam*, yang menjadi suri tauladan bagi umat islam.

Dengan segenap hati yang tulus dan penuh rasa hormat, penulis persembahkan skripsi ini orang-orang tersayang, yaitu kepada kedua orang tua saya, Bapak Muhammad Munawar dan Ibunda Masfu'ah yang dengan kasih sayang senantiasa memberikan dukungan, doa, dan pengorbanan tiada henti untuk kesuksesan saya. Kemudian, Adik perempuan saya, Nawa Dananir Suraya yang selalu memberikan semangat dan keceriaan dalam proses tugas akhir ini. Tak lupa saya hanturkan terimakasih kepada Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia yang senantiasa memberikan bimbingan dan motivasi yang sangat luar biasa. Serta seluruh teman-teman Ekonomi Islam 2021, teman-teman PP Mahaasiswi Al-Hidayah, dan teman-teman terdekat KKN saya yang telah menjadi teman belajar dan bernaung selama masa perkuliahan, terimakasih atas dukungan dan semangat, serta kebersamaan yang tak pernah terlupakan.

MOTTO

“Barang siapa yang menempuh suatu jalan dalam rangka menuntut ilmu, maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga”

(HR. Muslim)

“Keberhasilan bukanlah milik orang pintar, Keberhasilan adalah kepunyaan mereka yang senantiasa berusaha”

(B.J Habibie)

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA PENGGUNA MOBILE BANKING BANK SYARIAH INDONESIA DALAM MENGADOPSI DIGITAL PAYMENT PASCA SERANGAN SIBER

NABILAH ZULFA

21423093

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa Universitas Islam Indonesia dalam mengadopsi layanan *mobile banking* BSI pasca terjadinya *cyber attack*. Adanya fenomena peningkatan penggunaan *mobile banking* BSI pasca terjadinya *cyber attack* menjadi dasar diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memahami perilaku pengguna dalam situasi krisis tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jumlah responden 102 orang yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4 dengan analisis SEM-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Facilitating Condition*, dan *Price Value* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* dalam penggunaan digital payment BSI pasca serangan siber. Sementara, variabel *Social Influence*, *Hedonic Motivation*, dan *Habit* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*. Selain itu, *Behavioral Intention* terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap *Use Behavior*.

Kata Kunci: *Mobile banking* BSI, Serangan Siber, UTAUT

ABSTRACT

FACTORS INFLUENCING THE INTEREST OF STUDENTS USING BANK SYARIAH INDONESIA MOBILE BANKING IN ADOPTING DIGITAL PAYMENTS AFTER CYBER ATTACKS

NABILAH ZULFA

21423093

This study was conducted to analyze the factors that influence the interest of students at the Islamic University of Indonesia in adopting BSI mobile banking services after a cyber attack. The phenomenon of increasing use of BSI mobile banking after a cyber attack is the basis for further research to understand user behavior in this crisis situation. This study is a quantitative study with 102 respondents selected through purposive sampling techniques. Data processing in this study used SmartPLS 4 software with SEM-PLS analysis. The results of this study indicate that the variables Performance Expectancy, Effort Expectancy, Facilitating Condition, and Price Value do not have a significant effect on Behavioral Intention in using BSI digital payments after a cyber attack. Meanwhile, the variables Social Influence, Hedonic Motivation, and Habit have an effect on Behavioral Intention. In addition, Behavioral Intention is proven to have a significant effect on Use Behavior.

Keywords: *BSI Mobile Banking, Cyber Attack, UTAUT*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Th. 1987

Nomor: 0543b/U/1987

Pendahuluan

Penelitian transliterasi Arab-Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama, Badan Litbang Agama, yang pelaksanaannya dimulai tahun anggaran 1983/ 1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu dibahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pikiran para ahli agar dapat dijadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab-Latin memang dihayati oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab di-pergunakan untuk menuliskan kitab agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadis), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf latin untuk menuliskan bahasanya. Karena ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat dipergunakan oleh umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab-Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju ke arah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah dibahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut dibahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi

Arab-Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H.Sawabi Ihsan MA, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunia, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno M.Ed.

Dalam pidato pengarahan tanggal 10 Maret 1986 pada semi nar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan ke-Islaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman transliterasi Arab-Latin yang baku telah lama didambakan karena amat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan instansi lain yang ada hubungannya dengan kelekturan, amat memerlukan pedoman yang baku tentang transliterasi Arab-Latin yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian dan pengalih-hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda. Usaha penyeragamannya sudah pernah dicoba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat Islam Indonesia. Oleh karena itu, dalam usaha mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya Pedoman Transliterasi Arab-Latin baku

yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk digunakan secara nasional.

Pengertian Transliterasi

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

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman transliterasi Arab-Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Disempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fonem satu lambang”.
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman transliterasi Arab-Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

1. Konsonan

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

Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَ	fathah dan ya	Ai	a dan i
...وَ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ - kataba

فَعَلَ - fa'ala

3. Maddah

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...أَ...ى	fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
...إِ...ى	kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
...ؤ...و	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla

قِيلَ - qīla

رَمَى - Ramā

يُقُولُ - yaqūlu

4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

a. Ta marbutah hidup

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

b. Ta marbutah mati

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

- c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbu"ah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	-	raudah al-atfāl
	-	raudatul atfāl
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	-	al-Madīnah al-Munawwarah
	-	al-Madīnatul-Munawwarah
طَلْحَة	-	talhah

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا	-	rabbanā	الْحَجَّ	-	al-hajj
نَزَّلَ	-	nazzala	نُعَمَّ	-	nu' ' ima
الْبِرِّ	-	al-birr			

6. Kata sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ٱ, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /1/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf syamsiah maupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu	الْقَلَمُ - al-qalamu
السَّيِّدُ - as-sayyidu	الْبَدِيعُ - al-badī'u
الشَّمْسُ - as-syamsu	الْجَلَالُ - al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, is dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ - ta'khuẓūna	إِنَّ - inna
النَّوْءُ - an-nau'	أُمِرْتُ - umirtu
سَيِّئٌ - syai'un	أَكَلَ - akala

8. Penulisan kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya katakata ter-tentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan

maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wa innallāha lahuwa khair arrāziqīn Wa innallāha lahuwa khairrāziqīn
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	Wa auf al-kaila wa-almīzān Wa auf al-kaila wal mīzān
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ	Ibrāhīm al-Khalīl Ibrāhīm al-Khalīl
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا	Bismillāhi majrehā wa mursahā
وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا	Walillāhi ‘alan-nāsi hijju al-baiti manistatā’a ilaihi sabīla Walillāhi ‘alan-nāsi hijjul-baiti manistatā’a ilaihi sabīlā

9. Huruf kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	Wa mā Muhammadun illā rasl
إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا	Inna awwala baitin wudi’a linnāsi lallażī bibakkata mubārakan
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنْزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	Syahru Ramadān al-lażī unzila fih al- Qur’ānu
	Syahru Ramadān al-lażī unzila fihil Qur’ānu

وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ	Wa laqad ra'āhu bil-ufuq al-mubīn Wa laqad ra'āhu bil-ufuqil-mubīn
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Alhamdu lillāhi rabbil al-'ālamīn
	Alhamdu lillāhi rabbilil 'ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau har-kat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ	Nasrun minallāhi wa fathun qarīb
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا	Lillāhi al-amru jamī'an Lillāhil-amru jamī'an
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ	Wallāha bikulli syai'in 'alīm

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Alhamdulillah, Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas nikmat dan karunia-Nya berupa ilmu yang barakah dan bermanfaat, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian tugas akhir ini dengan baik dan lancar yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam Mengadopsi Digital Payment Pasca Serangan Siber (Studi pada Mobile banking Bank Syariah Indonesia)”. Penelitian ini, penulis selesaikan dalam rangka sebagai prasyarat memperoleh gelar sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Agung Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya yang kelak kita nantikan syafaatnya di *yaumul kiyamah*. Besar harapan bagi penulis agar hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi tentang penerimaan teknologi *mobile banking* BSI setelah terjadinya serangan siber. Penulis juga mengucapkan terimakasih banyak kepada pihak-pihak yang senantiasa dalam mendukung penulis, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, M.A. selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Studi Islam.
4. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., M.E. selaku ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Ibu Aqida Shohiha, S.E.I., M.E. selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan support dan saran dalam penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan ilmu selama penulis menempuh pendidikan di bangku perkuliahan.

7. Ibu Dr. Dra. Sri Haningsih, M.Ag. selaku ibu pengasuh penulis di Pondok Pesantren Mahasiswi Al-Hidayah yang senantiasa memberikan arahan, motivasi, dan doa dalam menyelesaikan penelitian tugas akhir ini. Semoga selalu dalam lindungan-Nya dan kesehatan, serta umur panjang kepada beliau.
8. Kedua orang tua yang selalu menemani, mendoakan dan mendukung penulis untuk segala kesuksesan dan keberhasilan dalam berproses, khususnya dalam menyelesaikan penelitian ini. Semoga Allah SWT selalu memberikan perlindungan, kesehatan dan umur panjang kepada kedua orang tua penulis.
9. Saudara perempuan penulis, Nawa Dananir Suraya yang selalu berbagi keceriaan dan memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Teman-teman terdekat penulis '*rumpi no secret*' yang selalu memenami dan memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Teman-teman ekonomi Islam 2021 dan PP Mahasiswi Al-Hidayah, serta teman terdekat KKN yang selalu saling support dan mendoakan, menemani belajar, dan berbagi tawa selama masa perkuliahan, sehingga menjadikan penulis pribadi yang mandiri dan tangguh. Semoga Allah selalu melindungi dan melancarkan proses teman-teman di kemudian hari.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam menyusun tugas akhir skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat dibutuhkan. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan informasi bagi pembaca saat ini maupun yang akan datang. Semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat dan barakah yang melimpah untuk kita semua.

Wassalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	i
NOTA DINAS.....	ii
REKOMENDASI PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	ix
DAFTAR ISI.....	xxi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II	7
KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	7
A. Kajian Pustaka.....	7
B. Landasan Teori.....	12
1. Mobile Banking.....	12
2. Serangan Siber (Cyber Attack)	14
3. UTAUT-2 (<i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i>)	16
C. Hipotesis Penelitian.....	20
D. Kerangka Penelitian	27
BAB III.....	28
METODE PENELITIAN	28
A. Desain Penelitian.....	28
B. Lokasi Penelitian.....	28
C. Waktu Pelaksanaan Penelitian	28
D. Objek Penelitian	28
E. Populasi dan Sampel	29
F. Teknik Pengumpulan Data.....	30

G.	Definisi Operasional Variabel.....	30
H.	Instrumen Penelitian.....	32
I.	Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV		38
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN		38
A.	Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	38
B.	Hasil Penelitian	43
1.	Outer Model	44
2.	Inner Model.....	50
C.	Analisis Pembahasan Penelitian	56
BAB V		62
PENUTUP		62
A.	Kesimpulan	62
B.	Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA		64
LAMPIRAN		73
RIWAYAT HIDUP PENULIS		82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian UTAUT-2	27
Gambar 4. 1 Model Struktual.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert	32
Tabel 3. 2 Indikator Pertanyaan Survey Penelitian Model UTAUT-2.....	33
Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	38
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden.....	39
Tabel 4. 3 Karakteristik Angkatan Responden	40
Tabel 4. 4 Karakteristik Program Studi Responden.....	41
Tabel 4. 5 Karakteristik Fakultas Responden	42
Tabel 4. 6 Karakteristik Lama Menjadi Nasabah BSI Responden.....	43
Tabel 4. 7 Nilai Loading Factor	44
Tabel 4. 8 Nilai AVE	45
Tabel 4. 9 Nilai Cross Loading	46
Tabel 4. 10 Fornier-Larcker Criterion.....	47
Tabel 4. 11 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	49
Tabel 4. 12 Nilai VIF	51
Tabel 4. 13 Nilai R-Square	51
Tabel 4. 14 Nilai F-square.....	52
Tabel 4. 15 Model Fit.....	54
Tabel 4. 16 Nilai Path coefficient	54

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi telah mendorong peningkatan yang signifikan dalam penggunaan layanan perbankan digital oleh masyarakat Indonesia. Kemudahan akses internet dan perangkat cerdas memfasilitasi nasabah untuk bertransaksi secara daring, sehingga meningkatkan kenyamanan dan efisiensi kegiatan perbankan. Berdasarkan data yang disampaikan oleh Laras (2024), Bank Indonesia melaporkan bahwa pada April 2024 nilai transaksi digital banking mencapai Rp5.340,92 triliun, mencatat pertumbuhan tahunan 19,08%. Setiawati (2024) menambahkan, bahwa Bank Indonesia juga mencatat total transaksi perbankan digital pada triwulan I 2024 sebesar Rp15.881,5 atau tumbuh 16,15% dibandingkan periode yang sama pada tahun lalu. Dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi di Indonesia, kemajuan teknologi di segala bidang harus terus diupayakan, termasuk di sektor perbankan, khususnya perbankan syariah (Fitriani et al., 2023).

Sejalan dengan perkembangan ini, Bank Syariah Indonesia sebagai lembaga keuangan syariah terbesar di Indonesia yang didirikan pada 1 Februari 2021 hasil penggabungan dari PT Bank Burisharia Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI Syariah yang memiliki peranan penting dalam pengembangan sektor keuangan syariah (Delima & Paramita, 2019). BSI berperan penting dalam mendukung perekonomian berbasis syariah dan menyediakan pilihan perbankan yang sesuai dengan prinsip keuangan syariah, khususnya dalam mendukung industri halal dan perekonomian berbasis syariah melalui penyediaan layanan pinjaman, tabungan dan investasi. Selain itu, Bank Syariah Indonesia juga secara aktif menerapkan inovasi teknologi dalam layanannya untuk memastikan efisiensi dan kenyamanan nasabah, salah satunya adalah *web form* transaksi BSI (Hasibuan, 2023).

Dukungan pemerintah terhadap ekosistem perbankan syariah juga mencakup integrasi teknologi yang membantu dalam meningkatkan aksesibilitas dan kualitas jasa keuangan syariah. Salah satu teknologi yang diterapkan adalah

sistem *mobile banking*, yaitu sebuah layanan yang dimana nasabah dapat mengakses informasi dan komunikasi serta melakukan transaksi perbankan melalui berbagai media seperti *Automatic Teller Machine (ATM)*, *Electronic Data Capture/Point of Sales (EDC/POS)*, *Internet Banking*, *SMS Banking*, *Mobile Banking*, *E-Commerce*, *Telephone Banking*, dan *Video Banking* (Tyas & Purwanti, 2020). Teknologi ini tidak hanya berfungsi sebagai alat pendukung operasional, tetapi juga menjadi elemen penting dalam menentukan kinerja perbankan.

Dalam hal ini, Bank Syariah Indonesia hampir mencapai efisiensi dengan penerapan teknologi. Namun demikian, dengan kemajuan teknologi, keamanan data nasabah menjadi aspek yang sangat krusial. Insiden pada 8 Mei 2023 yang menimpa Bank Syariah Indonesia berupa eror yang tidak terduga dalam bentuk serangan siber oleh sekelompok *ransomware* LockBit, menyebabkan gangguan layanan berkepanjangan baik online maupun offline, termasuk customer service serta teller (Tambunan et al., 2023). Serangan tersebut berlangsung selama empat hari, manajemen BSI mengungkapkan bahwa seluruh layanan sudah pulih pada Kamis, 11 Mei 2023 meskipun belum 100%, namun layanan sudah dapat dilakukan secara bertahapan (Herlina, 2023). Adanya serangan ini mengakibatkan banyak gangguan pada layanan perbankan, seperti rusaknya reputasi perusahaan, kepercayaan publik, hingga kerugian finansial (Ramindo, 2024). Dalam insiden ini berkembang menjadi ancaman lebih lanjut terhadap nasabah maupun bank yang menyebabkan krisis kepercayaan terhadap BSI (Aisah & Syarifuddin, 2023).

Pada penelitian Alfattah & Adawiyah (2024) menekankan bahwa citra positif dapat membantu institusi menghadapi krisis di berbagai sektor, termasuk perbankan. Selain itu, dalam penelitian Maulana & Fitriana (2023) menemukan bahwa perusahaan yang menghadapi insiden seperti serangan siber sering kali menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan kepercayaan dan reputasi publik.

Meskipun demikian, Direktur utama BSI Hery Gunardi mengatakan bahwa pada Juni 2024 jumlah pengguna BSI Mobile mencapai 7,1 juta pengguna dan jumlah transaksi mencapai 247,5 juta dengan volume Rp 299 triliun. Jumlah tersebut meningkat signifikan dibanding Juni 2023 yang hanya berkisar 3,26 juta pengguna dengan jumlah transaksi mencapai 170,7 juta dan volume transaksi Rp220,5 triliun. Selain itu, sejak Januari hingga Juni 2024, *Fee Based Income* (FBI) yang dihimpun melalui BSI Mobile mencapai Rp178,2 miliar atau tumbuh 37,09% secara tahunan. Menurut Hery, pertumbuhan luar biasa ini menunjukkan besarnya minat masyarakat Indonesia terhadap BSI Mobile, yang menawarkan fitur-fitur Islam universal (Aprilia, 2024).

Dengan meningkatnya kemajuan teknologi digital perbankan, berbagai metode telah muncul untuk mengukur tingkat keberhasilan dalam aplikasi dan kepuasan pengguna terhadap suatu sistem. Pada studi adopsi teknologi sebelumnya, UTAUT mampu menjelaskan 70% dari niat perilaku yang diukur untuk penggunaan teknologi dan 50% dari variasi diantara pengguna teknologi. Model UTAUT terbentuk setelah adanya studi literatur dari kedelapan model teknologi sebelumnya.

Pada penelitian ini, model UTAUT-2 digunakan untuk menganalisis tingkat penerimaan pengguna terhadap sistem layanan *mobile banking* BSI. UTAUT-2 adalah pengembangan dari model UTAUT yang lebih komprehensif serta sesuai dalam mengukur perilaku pengguna individu dalam konteks teknologi berbasis konsumen dengan variabel yang terdiri dari *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit*. Adanya variabel-variabel tersebut, dapat memberikan gambaran lebih luas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan individu dalam mengadopsi layanan digital perbankan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam penggunaan layanan *mobile banking* BSI pasca terjadinya *cyber attack*, dengan fokus penelitian terhadap Mahasiswa Universitas Islam Indonesia sebagai generasi milenial dan Gen Z yang lebih familiar dalam menggunakan layanan digital untuk melakukan transaksi online karena dianggap praktis dan efisien dalam bertransaksi.

Oleh karena itu, karena ditemukannya gap dengan meningkatnya pengguna mobile banking BSI pasca terjadinya *cyber attack*, maka penelitian ini penting dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor seperti *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit* dalam mengadopsi teknologi digital perbankan syariah pasca *cyber attack* khususnya dikalangan generasi muda.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan penulis diatas, maka permasalahan yang penulis rumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber?
2. Bagaimana pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber?
3. Bagaimana pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber?
4. Bagaimana pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber?
5. Bagaimana pengaruh *hedonic motivation* terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber?
6. Bagaimana pengaruh *price value* terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber?
7. Bagaimana pengaruh *habit* terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber?
8. Bagaimana pengaruh *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber?

C. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan dari penulisan ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber
2. Untuk menganalisis pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber
3. Untuk menganalisis pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber
4. Untuk menganalisis pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber

5. Untuk menganalisis pengaruh *hedonic motivation* terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber
6. Untuk menganalisis pengaruh *price value* terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber
7. Untuk menganalisis pengaruh *habit* terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber
8. Untuk menganalisis pengaruh *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Diharapkan dapat memberikan pemahaman dan referensi terbaru mengenai model UTAUT dalam mengadopsi teknologi digital pada sektor perbankan syariah pasca serangan siber.
 - b. Diharapkan dapat memberikan wawasan tentang pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* terhadap minat mahasiswa dalam mengadopsi digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber.
2. Manfaat Praktis
 - a. Diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi Bank Syariah Indonesia sebagai bahan masukan dan pengembangan terhadap penggunaan aplikasi Mobile banking BSI.
 - b. Diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan diskusi dan pengembangan penelitian generasi selanjutnya di bidang teknologi keuangan syariah dan perilaku pengguna digital payment.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Dalam pembahasan bab II ini akan menjelaskan teori-teori atas penelitian yang sesuai dengan topik **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam Mengadopsi Digital Payment Pasca Serangan Siber (Studi Pada Mobile banking Bank Syariah Indonesia)”** disertai dengan ketertarikan atas objek yang akan diteliti. Berikut hasil penelitian-penelitian terdahulu yang membedakan dengan penelitian yang sedang dikaji.

Prabowo & Widodo (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Penerapan Model UTAUT2 Pada Adopsi Penggunaan Mobile Payment Jenius (Studi Kasus di Kota Bandung)” dengan tujuan menganalisis anteseden niat perilaku nasabah dan pengaruhnya terhadap adopsi mobile *payment* di Kota Bandung melalui penggunaan model UTAUT2. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah melakukan survei melalui *google form* dengan populasi dan sampel pengguna *mobile payment* generasi milenial di Bandung sebanyak 385 responden dan teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *effort expectancy*, *social expectancy* dan *hedonic motivation* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *behaviour intention*. Sedangkan *performance expectancy* dan *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behaviour intention*. *Effort expectancy* dan *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *performance expectancy*. *Facilitating condition* dan *behaviour intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *adoption*.

Sani et al. (2023) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengembangan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology untuk Penggunaan Adopsi Mobile Payment” dengan tujuan menganalisis perilaku konsumen dalam menuju sistem pembayaran berdasarkan *mobile payment* menggunakan model UTAUT. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif melalui data survei dengan sampel sebanyak 276 responden pengguna *M-Payment* ShopeePay dan untuk analisis deskriptif dan data intervensi menggunakan *Structural*

Equation Modelling (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *tingkat performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, perceived risk dan perceived cost* berpengaruh terhadap *behavioral intention*, dan *behavioral intention* juga berpengaruh terhadap *use behavior*. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis untuk aplikasi uang elektronik pengembang supaya tidak hanya memperhatikan aspek kenikmatan, namun juga memperhatikan aspek utilitarian dari setiap individu.

Rahima et al. (2023) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Adopsi Pengguna Kelompok Usia Muda pada Integrasi Layanan Pembayaran Gopay di Aplikasi Tokopedia Menggunakan Model UTAUT dan TTF” dengan tujuan memberikan sudut pandang baru tentang tingkat pengadopsian GoPay saat diintegrasikan dengan Tokopedia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Penyebaran instrumen dilakukan terhadap 100 responden dengan kriteria usia 17-24 tahun dan pernah menggunakan GoPay untuk bertransaksi di Tokopedia. Data yang telah terkumpul kemudian, dianalisis dengan PLS-SEM pada perangkat lunak *SmartPLS* 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *task technology fit*, ekspektasi kinerja, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan terbukti secara signifikan mempengaruhi intensi pengguna, sementara ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi tidak menunjukkan signifikansi terhadap intensi pengguna.

Pohan (2024) dalam penelitiannya yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Mobile Banking Pada Layanan BSI Mobile Dengan Menggunakan *Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT)” dengan tujuan untuk menganalisis tingkat penerimaan dan penggunaan sistem layanan seluler BSI diukur dengan menggunakan model UTAUT (*Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology*) dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggan dalam menggunakan layanan seluler BSI pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara angkatan 2018. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dari hasil survei dan data sekunder terhadap

responden sebagai pengguna layanan BSI mobile dan kemudian menggunakan analisis SPSS 25 sebagai alat analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harapan kinerja dan pengaruh sosial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap layanan BSI mobile. Sementara harapan usaha dan kondisi fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap layanan pada BSI mobile.

Angelina & Yasin (2024) dalam penelitiannya yang berjudul “Penerapan Model UTAUT Terhadap Minat dan Perilaku Masyarakat Kota Surabaya Menggunakan Mobile Banking” dengan tujuan menganalisis penerapan model UTAUT terhadap minat dan perilaku pengguna *mobile banking* BSI di kota Surabaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form* dengan ukuran sampel sebanyak 130 responden pengguna BSI *mobile* dan *Structural Equation Model –Partial Least Square* (SEM-PLS) sebagai teknik analisisnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat dalam penggunaan *mobile banking* BSI. Sementara *facilitating conditions* dan minat berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan *mobile banking* BSI.

Azmee et al. (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Factors Affecting Intention to Adopt E-Payment Amongst Polytechnic Students In Malaysia” dengan tujuan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk mengadopsi pembayaran elektronik di kalangan mahasiswa politeknik di Malaysia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif melalui kuesioner *skala likert* dengan jumlah sampel sebanyak 379 responden mahasiswa di Politeknik Malaysia dan menggunakan SPSS sebagai alat ukur variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi mahasiswa politeknik di Malaysia memiliki hubungan yang signifikan terhadap niat untuk mengadopsi pembayaran elektronik.

Alkhowaiter (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Use and Behavioural Intention of M-Payment in GCC Countries: Extending meta-UTAUT With Trust and Islamic Religiosity” dengan tujuan menganalisis sikap pengguna dan niat perilaku terhadap penggunaan pembayaran digital. Metode yang

digunakan dalam penelitian ini adalah desain survei *cross sectional* tunggal melalui survei, sebanyak 510 sampel dari negara-negara Teluk dan dianalisis dengan *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy* and *facilitating conditions* menjadi variabel penting dalam menyusun variabel dependen. Trust memiliki hubungan signifikan dengan *behavioral intention* and *use*. Selain itu, religiosity Islam ditemukan memoderasi secara positif hubungan *behavioral intention* dan *use*.

Muchran et al. (2023) dalam penelitiannya yang berjudul “Integration of The UTAUT2 Model and Awareness of Cybercrime as the Moderating Variable of Cashless Adoption in Indonesia” dengan tujuan menganalisis perilaku masyarakat dalam menggunakan pembayaran *non-tunai* dari banyaknya kejahatan dunia maya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* melalui kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 208 responden dan *Structural Equation Modeling* (SEM) sebagai data analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit* berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Non-tunai. Selain itu, semua korelasi tersebut dimoderasi oleh kesadaran atas kejahatan dunia maya.

Tariq et al. (2024) dalam penelitiannya yang berjudul “Cognitive Factors and Actual Usage of Fintech Innovation: Exploring the UTAUT Framework for Digital Banking” dengan tujuan menganalisis anteseden sosial dan aspek perilaku kognitif dari adopsi dan penggunaan teknologi keuangan pada aplikasi perbankan digital, serta mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor dalam adopsi *fintech*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan survei terhadap mahasiswa dan karyawan sektor korporasi di Pakistan sebanyak 400 responden dan *Structural Equation Modeling under Partial Least Squares* (PLS-SEM) sebagai media analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Performance Expectancy*, *Facilitating Conditions*, *risk*, dan *trust* berhubungan signifikan dengan *use* aktual aplikasi digital payment. Sementara *Effort Expectancy* dan *Social Influence* tidak memiliki dampak signifikan pada penggunaan *fintech* di sektor perbankan.

Rahman et al. (2024) dalam penelitiannya yang berjudul “Examining the Dynamics of Mobile Banking App. Adoption During the Covid-19 Pandemic: A Digital Shift in the Crisis” dengan tujuan menganalisis niat perilaku generasi milenial Malaysia terhadap adopsi aplikasi digital perbankan, serta membantu bank dalam mengembangkan strategi yang ditargetkan untuk memperluas basis penggunaan digital perbankan. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah dengan survei online yang ditujukan kepada teman, keluarga, dan kenalan melalui media sosial sebanyak 270 responden dari Oktober 2020 sampai Februari 2021 selama masa pandemi covid-19 dan aplikasi pemesanan menggunakan teknik *snowballing*, serta *Structural Equation Modeling under Partial Least Squares* (PLS-SEM) sebagai alat analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy*, *effort expectancy*, *trust*, and *personal innovativeness* berpengaruh signifikan memengaruhi niat adopsi aplikasi *mobile banking*, sedangkan *social influence* dan *facilitating condition* tidak berpengaruh signifikan.

Pada uraian penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, terdapat beberapa keterkaitan satu sama lain. Keterkaitan tersebut terletak pada beberapa kesamaan konstruk yang digunakan sebagai variabel dalam mengukur penggunaan akan sistem teknologi, meskipun objek penelitian yang dikaji beragam dalam konteks teknologi digital. Terdapat beberapa penelitian yang dilakukan oleh Rahima et al. (2024) mengintegrasikan UTAUT-2 terhadap penggunaan *GoPay* di Tokopedia, Prabowo & Widodo (2021) mengintegrasikan UTAUT-2 untuk mengkaji adopsi *Jenius*, dan Muchran et al. (2023) yang mengintegrasikan UTAUT-2 terhadap *cashless payment* di Saudi dengan kesadaran terhadap *cybercrime* sebagai variabel moderator. Dengan adanya keterkaitan tersebut, peneliti memilih untuk menggunakan UTAUT-2 yang merupakan model penyempurnaan UTAUT sebelumnya pada tahun 2003. Penggunaan Model UTAUT2 dianggap lebih tepat dan relevan dalam memberikan pemahaman yang lebih baik tentang penerimaan teknologi dalam konteks penggunaan konsumen (Venkatesh et al., 2012). Selain itu, penelitian ini berfokus pada perilaku nasabah setelah terjadinya serangan siber terhadap Bank Syariah Indonesia. Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam

menggunakan *digital payment* Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber, penelitian ini menggunakan tujuh variabel utama, yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit*.

B. Landasan Teori

1. Mobile Banking

Mobile Banking atau biasa dikenal *m-Banking* merupakan layanan digital perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Layanan ini dihadirkan oleh pihak bank untuk membantu para nasabah bank agar memperlancar dan mempermudah segala kegiatan transaksi (Hadi & Novi, 2015). *Mobile Banking* juga merupakan sebuah sistem layanan dari lembaga keuangan seperti bank yang memiliki tujuan melakukan sejumlah transaksi keuangan yang dapat diakses secara langsung oleh nasabah melalui perangkat *mobile*, seperti telepon seluler. Kualitas layanan *mobile banking* biasanya dicatat sebagai indikator penting untuk memuaskan nasabah, kepercayaan nasabah, mempertahankan nilai nasabah, dan memperkuat komitmen nasabah. Melihat tuntutan kehidupan manusia yang sering melakukan transaksi keuangan secara berkala dan untuk mendukung kegiatan bisnis seseorang, maka bank menyediakan layanan *mobile banking* untuk mendukung kegiatan para nasabah agar lebih mudah, cepat, dan efisien (Rinaldi et al., 2017).

Dalam penggunaan *mobile banking* memungkinkan nasabah untuk dapat menghemat waktu dan biaya karena nasabah tidak harus mendatangi bank secara langsung hanya untuk melakukan transaksi, sebab *mobile banking* memberikan pelayanan selama 24 jam sehingga dapat diakses kapan saja. Beberapa fitur yang dapat digunakan di *mobile banking*, yaitu transfer antar rekening, pembayaran tagihan seperti tagihan listrik, telepon, dan sebagainya, serta dapat pula digunakan untuk pembelian voucher, dan informasi rekening. Selain itu, pada layanan *mobile banking* juga dapat melakukan pembayaran zakat, sehingga mempermudah nasabah dalam kegiatan sehari-harinya (D. M. Sari et al., 2021).

Adapun pengguna *mobile banking* sebagai alat transaksi juga memiliki beberapa kelebihan dan kelemahan, yaitu (Setyawan, 2022):

a. Kelebihan *Mobile Banking*

Kelebihan yang dapat dinikmati oleh pengguna, antara lain:

1) Mudah dan aman

Sistem *cashless* memungkinkan masyarakat bertransaksi tanpa harus membawa atau memakai uang tunai, namun dapat melalui kartu debit atau aplikasi *mobile banking* yang lebih praktis daripada harus membawa dompet. Selain itu, mudah untuk transaksi dengan menggunakan *cashless* yang juga lebih aman dibandingkan membawa uang tunai.

2) Setiap transaksi tercatat dengan baik

Setiap transaksi akan tercatat dalam *database*, sehingga pelanggan dapat dengan mudah dan akurat dalam melacak setiap transaksi.

3) Meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pembayaran

Menggunakan *mobile banking* dianggap lebih efisien karena saat melakukan pembayaran, pengguna tidak perlu menyediakan uang tunai yang dapat membuat dompet menjadi tebal. Selain itu, *mobile banking* juga membantu menghemat waktu dalam proses transaksi pembelian.

4) Banyak promosi, diskon, dan *cashback*

Promosi, diskon dan *cashback* merupakan strategi pemasaran yang digunakan oleh penyedia aplikasi *mobile banking* untuk menarik *costumer*. Dengan strategi ini, masyarakat akan lebih diuntungkan dan cenderung beralih untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* tersebut.

b. Kelemahan *Mobile Banking*

Selain memiliki kelebihan *mobile banking* juga memiliki kelemahan, antara lain:

1) *Ancaman Hacker*

Penggunaan aplikasi *mobile banking* rawan akan kejahatan, seperti hacker. Para hacker biasanya akan memanfaatkan korban yang mudah untuk dimanipulasi karena sistem pada *mobile banking* sudah dirancang untuk tahan terhadap kebobolan. Hacker biasanya akan memanfaatkan kode OTP yang dikirim ke ponsel korban dan tanpa disadari, akun korban dapat diambil alih oleh peretas.

2) Harus selalu tersambung internet

Mobile banking hanya dapat digunakan ketika ponsel tersambung ke jaringan internet. Namun, kualitas koneksi internet bervariasi di setiap lokasi dan seringkali tidak stabil. Hal ini dapat menghambat pengguna *mobile banking* sebagai media transaksi.

3) Menjadikan masyarakat konsumen yang konsumtif

Dengan semua kemudahan dan promo yang ditawarkan oleh *mobile banking*, hal ini masih terdapat kelemahan yang ditimbulkan, yaitu menjadikan masyarakat untuk bersikap konsumtif. Sehingga masyarakat akan cenderung lebih boros daripada sebelumnya.

2. Serangan Siber (Cyber Attack)

Serangan siber atau *cyber attack* atau juga disebut *Computer Network Attack (CNA)* adalah setiap kegiatan yang dilakukan dengan menggunakan peralatan, jaringan komputer atau kode komputer yang memiliki sifat merusak dan dapat digunakan untuk mengubah, mengganggu, menutup akses, mengurangi kinerja, merusak file komputer, serta jaringan komputer atau komputer itu sendiri yang dilakukan secara sengaja dan melawan hukum (Apriyani, 2021). Park dalam Luthfah (2021) menyebutkan bahwa serangan siber merupakan bagian dari penggunaan kekuatan bersenjata yang dilakukan oleh negara atau subjek hukum internasional yang mengakibatkan kerusakan sistem komputer negara yang diserang. Namun, dapat dikatakan perang jika terbukti adanya kerusakan fisik dan kerugian atau korban jiwa. Berbagai ancaman muncul seiring dengan

perkembangan penemuan teknologi baru, seperti perkembangan teknologi informasi yang membuat munculnya ancaman pada siber (*cyber*). Ancaman tersebut timbul dan berkembang di sebuah dunia yang disebut sebagai dunia maya (*Cyber Space*).

Kejahatan siber menjadi ancaman yang semakin nyata dan serius bagi individu maupun organisasi. Kejahatan ini dapat berdampak besar dalam merusak keamanan dan privasi data, kredibilitas, dan stabilitas sistem secara keseluruhan (Putri et al., 2021). Tepat pada 8 Mei 2023, PT Bank Syariah Indonesia sebagai salah satu bank BUMN sempat meresahkan masyarakat Indonesia akibat serangan siber yang melumpuhkan sistem perbankannya. Serangan tersebut mengakibatkan gangguan operasional selama beberapa hari sehingga nasabah tidak dapat mengakses layanan perbankan termasuk melalui mobile banking, kantor cabang, dan ATM Bank BSI. Dugaan kebocoran data sebesar 1,5 *terabyte* yang berisi sembilan basis data memuat informasi pribadi lebih dari 15 juta nasabah dan karyawan BSI. Data tersebut meliputi nama, alamat, dokumen identitas, nomor kartu, nomor telepon, serta riwayat transaksi. Pelaku peretasan data BSI ini dilakukan oleh sekelompok peretas ransomware LockBit 3.0 (Khoiriah et al., 2024).

Dampak serangan siber terhadap bisnis dan individu tidak dapat dianggap remeh, karena hal ini menimbulkan ancaman yang signifikan terhadap bisnis dan individu baik secara finansial maupun reputasi. Berikut beberapa dampak akibat adanya serangan siber (Laksana & Mulyani, 2024):

- a. Kerugian financial; Menyebabkan bisnis mengalami kerugian melalui pencurian data keuangan, tindakan penipuan, atau serangan ransomware yang meminta pembayaran tebusan agar dapat dipulihkan.
- b. Pencurian data pelanggan; Pencurian ini seperti informasi kartu kredit dan data pribadi, yang dapat merugikan hubungan bisnis dan pelanggan sehingga berpotensi menurunkan loyalitas mereka.
- c. Penyalahgunaan informasi perusahaan; Adanya kebocoran data atau informasi sehingga dapat digunakan oleh pesaing atau pihak lain untuk

keuntungan kompetitif yang dapat mengancam daya saing suatu perusahaan.

- d. Pencurian identitas; Akibat pencurian ini dimana informasi pribadi dapat digunakan untuk tindakan kriminal, seperti pembukaan akun palsu atau penipuan keuangan atas nama korban.
- e. Ketidaknyamanan dan stres emosional; Menjadi korban serangan siber dapat menyebabkan kecemasan dan tekanan emosional karena risiko kehilangan data pribadi, privasi yang terancam, atau ketidakstabilan finansial.
- f. Ketidakamanan digital; Serangan siber menurunkan rasa percaya pelanggan terhadap keamanan data pribadinya di dunia digital, serta meningkatkan kekhawatiran akan perlindungan terhadap informasi online.

3. UTAUT-2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*)

UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) adalah sebuah model yang menunjukkan mengenai penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi. Model ini dikembangkan untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan penggunaan suatu sistem teknologi. Model UTAUT berfungsi sebagai tolak ukur dalam menilai sejauh mana sebuah teknologi baru dapat membantu pengguna dalam memahami, mendorong kinerja, dan mendapatkan penerimaan secara proaktif oleh pengguna. Venkatesh et al. (2003) menyebutkan bahwa model UTAUT menyempurnakan delapan model sebelumnya yang menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi. Model-model tersebut meliputi *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Motivational Model* (MM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Combined TAM and TPB* (C-TAM-TPB), *Model of PC Utilization* (MPCU), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), *Social Cognitive Theory* (SCT).

Dalam melakukan pendekatan sistematis Venkatesh et al. (2003) memperkenalkan empat konstruksi, yaitu: harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*),

dan kondisi fasilitas (*facilitating conditions*) yang memiliki pengaruh terhadap niat perilaku untuk menggunakan suatu teknologi. Dari keempat model tersebut menekankan bahwa secara teori dan empiris mempengaruhi niat perilaku (*behavioral intention*) untuk menggunakan suatu teknologi. Selain itu, model UTAUT juga mempertimbangkan variabel *gender*, *age*, dan *experience* sebagai variabel pembeda individu dalam melihat pengaruh kondisi fasilitas, *price value*, dan *habit* terhadap *behavioral intention*, serta *experience* sebagai pembeda individu untuk melihat pengaruh *behavioral intention* terhadap use behavior.

Dengan adanya kemunculan UTAUT yang biasa digunakan sebagai konteks genetik organisasi, Venkatesh et al. (2012) mengembangkan UTAUT-2 sebagai indikator pengukuran tingkat penerimaan dan penggunaan nasabah terhadap suatu teknologi dalam kerangka kerja yang semakin berkembang melalui penambahan tiga konstruksi baru, yaitu motivasi hedonis (*hedonic motivation*), harga (*price value*), dan kebiasaan (*habit*). Sehingga, untuk menganalisis penerimaan dan penggunaan teknologi, model ini dianggap lebih tepat karena merupakan model terbaru yang dikembangkan dari delapan teori penerimaan teknologi sebelumnya. Venkatesh et al. (2012) UTAUT-2 memberikan pemahaman yang lebih baik terkait penerimaan teknologi dalam konteks penggunaan konsumen dan memiliki kekuatan penjelas yang relevan dalam memprediksi minat individu untuk mengadopsi teknologi dan merekomendasikan sebuah teknologi (Budiarto, 2017).

UTAUT dan UTAUT-2 memiliki relevansi yang terletak pada kemampuannya untuk menawarkan dasar teoritis dalam mempelajari perilaku adopsi teknologi di berbagai populasi dan lingkungan. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor, seperti *gender*, *age*, *experience*, dan kesukarelaan penggunaan, UTAUT-2 memungkinkan peneliti untuk menyesuaikan penelitiannya berdasarkan kelompok dan konteks pengguna tertentu. Fleksibilitas ini menjadikan UTAUT-2 sebagai alat yang berharga untuk memahami nuansa adopsi teknologi serta merancang intervensi yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi unik dari berbagai populasi pengguna.

Berikut merupakan konstruksi UTAUT-2 yang masing-masing memiliki aspek yang berbeda baik dari persepsi dan motivasi individu terhadap teknologi, yaitu:

a. *Performance Expectancy*

Performance expectancy (ekspektasi kinerja) merupakan parameter yang menunjukkan kepercayaan individu dalam menggunakan sistem teknologi informasi. Individu menilai sejauh mana penggunaan teknologi akan membantu pengguna dalam mencapai keuntungan tugas dan tanggung jawabnya. Harapan kinerja yang tinggi sering kali mendorong individu untuk mengadopsi teknologi, karena mereka beranggapan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas di tempat kerja (Venkatesh et al., 2003).

b. *Effort Expectancy*

Effort expectancy (ekspektasi usaha) merupakan tingkat kemudahan yang dirasakan individu saat berinteraksi dengan teknologi. Dengan menyederhanakan proses interaksi dapat meningkatkan kemungkinan adopsi teknologi, karena pengguna lebih cenderung menggunakan alat yang dianggap mudah digunakan dan lebih sedikit *effort* (Venkatesh et al., 2003).

c. *Social Influence*

Social influence (pengaruh sosial) merupakan tolak ukur sejauh mana individu menganggap bahwa pengaruh, pendapat, maupun saran dari orang lain itu penting dalam memberikan keyakinan untuk pengguna menggunakan suatu sistem teknologi. Pengaruh sosial yang positif dapat berdampak signifikan terhadap keputusan adopsi, karena individu akan lebih cenderung mengadopsi teknologi ketika orang-orang mendukung penggunaannya (Venkatesh et al., 2003).

d. *Facilitating Conditions*

Facilitating conditions (kondisi fasilitas) merupakan tolak ukur bahwa sarana dan prasarana yang dimiliki dapat digunakan dalam menerapkan dan mendukung penggunaan suatu inovasi sistem teknologi. Dengan kondisi fasilitas yang memadai dapat meningkatkan kepercayaan diri individu dalam menggunakan teknologi secara efektif, sehingga memfasilitasi adopsi dan penggunaannya (Venkatesh et al., 2003).

e. *Hedonic Motivation*

Hedonic motivation (motivasi hedonis) merupakan suatu kesenangan yang dirasakan individu, karena penggunaan suatu inovasi sistem teknologi. Melalui kesenangan inilah akan memberikan peran penting untuk menentukan seorang individu memutuskan menerima dan menggunakan teknologi tersebut. Adanya emosi positif dapat meningkatkan adopsi dan penggunaan teknologi secara berkelanjutan seiring dengan berjalannya waktu (Venkatesh et al., 2012).

f. *Price Value*

Price value (nilai harga) merupakan besaran biaya yang dikeluarkan dan ditanggung oleh individu untuk menggunakan suatu sistem teknologi. Individu mengevaluasi apakah manfaat yang ditawarkan oleh teknologi lebih besar dibandingkan biaya yang timbul dalam penerapan dan penggunaannya. Nilai uang yang dirasakan memiliki peran penting dalam membentuk keputusan teknologi (Venkatesh et al., 2012).

g. *Habit*

Habit (kebiasaan) merupakan suatu tolak ukur untuk menilai sejauh mana individu akan melakukan perilaku akibat adanya kecenderungan untuk melaksanakan aktivitas secara otomatis. Penggunaan teknologi yang menjadi kebiasaan dapat menyebabkan adopsi dan penggunaan teknologi secara terus-menerus, bahkan tanpa adanya proses pengambilan keputusan secara sadar (Venkatesh et al., 2012).

h. *Behavioral Intention*

Behavioral Intention (minat perilaku) merupakan tingkatan sejauh mana seseorang untuk menggunakan, menerima, dan menerapkan suatu sistem teknologi dengan tujuan yang ingin di capai (Venkatesh et al., 2012). Seseorang akan menggunakan teknologi informasi ketika telah memiliki niat untuk mengadopsi teknologi tersebut. Adanya keinginan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu keyakinan bahwa teknologi dapat memberikan kegunaan dalam meningkatkan kinerja pengguna, terdapat kemudahan dalam pengoperasian, serta tingkat kepercayaan terhadap penggunaan teknologi tersebut. Selain itu, toleransi terhadap risiko yang kemungkinan timbul dan dorongan dari lingkungan sosial juga berperan dalam mendukung penggunaan teknologi tersebut (Sudiatmika & Martini, 2022).

i. *Use Behavior*

Pada model UTAUT-2 *Use Behaviour* (perilaku penggunaan) merupakan penerapan teknologi yang telah diimplementasikan secara nyata. Pengukuran perilaku ini dapat dilakukan dari seberapa sering intensitas atau frekuensi seseorang menggunakan teknologi tersebut (Venkatesh et al., 2003). Evaluasi terhadap penggunaan teknologi informasi menjadi faktor yang sangat krusial dalam menentukan keberlanjutan penggunaannya, dimana apabila evaluasi penggunaan memberikan hasil positif bagi pengguna, maka penggunaan teknologi tersebut akan terus dilakukan. Perilaku penggunaan teknologi dapat diukur secara langsung melalui durasi penggunaan (*usage time*) dan frekuensi penggunaan (*usage frequency*) dari suatu teknologi tersebut (Venkatesh et al., 2012).

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan solusi tentatif pada suatu permasalahan. Sifat dari hipotesis sendiri tidak pasti dan masih dapat berubah. Hipotesis disusun berdasarkan literatur terdahulu. Proses penyusunan hipotesis didasarkan pada

masalah yang muncul di lapangan serta referensi dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya (K Dayanand, 2020).

Adapun hipotesis pada penelitian mengenai Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam Mengadopsi Digital Payment Pasca Serangan Siber (Studi Pada Mobile banking Bank Syariah Indonesia), yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber

Venkatesh et al. (2003) menjelaskan bahwa *Performance Expectancy* (Harapan Kinerja) adalah tingkat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem dapat membantu memperoleh keuntungan dalam kinerja. Dengan semakin tinggi keyakinan seseorang bahwa menggunakan sistem akan membantunya meningkatkan kinerja, maka akan semakin tinggi pula persepsi individu terhadap harapan kinerja dari sistem tersebut. Temuan ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Setyorini & Meiranto (2021), Sani et al. (2023), dan Samuel et al. (2024) yang menyatakan bahwa *Performance Expectancy* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Namun, Sebastian et al. (2023) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *Performance Expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Mengacu pada uraian tersebut, sehingga dirumuskan hipotesis:

H0: *Performance Expectancy* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber.

H1: *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber.

2. Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber

Venkatesh et al. (2003) menjelaskan bahwa *Effort Expectancy* (Harapan Usaha) adalah tingkat kemudahan dalam penggunaan sistem.

Dimana persepsi seseorang terhadap kemudahan dalam menggunakan sebuah sistem, dianggap suatu hal yang cenderung berpengaruh terhadap keinginan individu menggunakan sistem tersebut. Temuan ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Oktavia et al. (2024) dan Ayem et al. (2024) yang menyatakan bahwa *Effort Expectancy* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Namun, Sebastian et al. (2023) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *Effort Expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Mengacu pada uraian tersebut, sehingga dirumuskan hipotesis:

H0: *Effort Expectancy* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber.

H2: *Effort Expectancy* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber.

3. Pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber

Social Influence (Pengaruh Sosial) menjelaskan sejauh mana seseorang merasa bahwa orang lain yang dianggap penting meyakini bahwa ia harus menggunakan sistem baru. Menurut Venkatesh et al. (2003) faktor ini terjadi karena perilaku individu sering kali dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap bagaimana orang lain akan melihatnya sebagai akibat dari penggunaan teknologi. Anugrah & Ompusunggu (2021), berpendapat bahwa semakin besar *Social Influence* seseorang terhadap penggunaan teknologi, maka secara otomatis akan semakin besar juga niat orang lain untuk mempergunakan teknologi tersebut. Temuan ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Wei et al. (2021) dan Audriyani & Meiranto (2023) yang menyebutkan bahwa *Social Influence* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Namun, Setyorini & Meiranto (2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *Social Influence* tidak berpengaruh

signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Mengacu pada uraian tersebut, sehingga dirumuskan hipotesis:

H0: *Social Influence* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber.

H3: *Social Influence* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber.

4. Pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber

Venkatesh et al. (2003) menjelaskan bahwa *Facilitating Conditions* (Kondisi yang Memfasilitasi) yaitu dimana seseorang mempercayai ketersediaan infrastruktur dan fasilitas untuk mendukung keinginan individu menggunakan suatu teknologi. Konstruk ini menggambarkan sejauh mana masyarakat memanfaatkan teknologi, seperti laptop, smartphone, dan aplikasi lainnya dalam mendukung transaksi digital, semakin tinggi ketersediaan fasilitas yang dimiliki maka akan semakin tinggi pula keinginan seseorang menggunakan suatu teknologi (Gupta & Arora, 2020). Temuan ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Kapser & Abdelrahman (2020) yang mengungkapkan bahwa *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Namun, Sebastian et al. (2023) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *Facilitating Conditions* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Mengacu pada uraian tersebut, sehingga dirumuskan hipotesis:

H0: *Facilitating Conditions* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber.

H4: *Facilitating Conditions* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber.

5. Pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber

Hedonic Motivation (Motivasi Hedonis) adalah salah satu aspek berupa kesenangan atau prestise yang berasal dari penggunaan suatu teknologi dan terbukti memiliki peran yang besar dalam menentukan penerimaan terhadap teknologi (Venkatesh et al., 2012). Dalam penelitian yang dilakukan Alalwan et al. (2017), motivasi hedonis tidak hanya mempengaruhi keputusan untuk menggunakan teknologi, namun juga berkontribusi pada tingkat kepuasan pengguna yang semakin tinggi, yang pada akhirnya dapat meningkatkan niat untuk terus menggunakan layanan tersebut. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Pramana & Suryani (2024) dan Hafidz & Ulfa (2023) bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention*. Namun, Sebastian et al. (2023) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *Hedonic Motivation* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Mengacu pada uraian tersebut, sehingga dirumuskan hipotesis:

H0: *Hedonic Motivation* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber.

H5: *Hedonic Motivation* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber.

6. Pengaruh *Price Value* terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber

Price Value (Nilai Harga) didefinisikan sebagai biaya yang timbul terhadap manfaat yang didapatkan dari penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2012). Semakin terjangkau dan masuk akal harga yang didapat individu, serta layanan yang diterima sesuai dengan yang telah dijanjikan, maka akan timbul adanya minat untuk menggunakan teknologi tersebut. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andrianto (2020), Fauzi & Cahyani (2023), dan Muchran et al. (2023) yang menyatakan bahwa *Price Value* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Namun, Sebastian et al. (2023) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *Price Value* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Mengacu pada uraian tersebut, sehingga dirumuskan hipotesis:

H0: *Price Value* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber.

H6: *Price Value* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber.

7. Pengaruh *Habit* terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber

Vankatesh et al. (2012) mendefinisikan *Habit* sebagai kebiasaan seseorang dalam melakukan aktivitas melalui sistem informasi, dimana tanpa disadari telah melewati pembelajaran. Semakin seseorang terbiasa menggunakan sistem digital payment, maka semakin besar pula niat untuk menggunakan teknologi tersebut hingga dimasa depan (Fadila & Herlina, 2023). Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Herrero et al. (2017) dan Rahima et al. (2023), yang menunjukkan bahwa *habit* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan teknologi *payment*. Namun, Hamzah & Sukma (2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa

Habit tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Mengacu pada uraian tersebut, sehingga dirumuskan hipotesis:

H0: *Habit* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber.

H7: *Habit* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber.

8. Pengaruh *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber

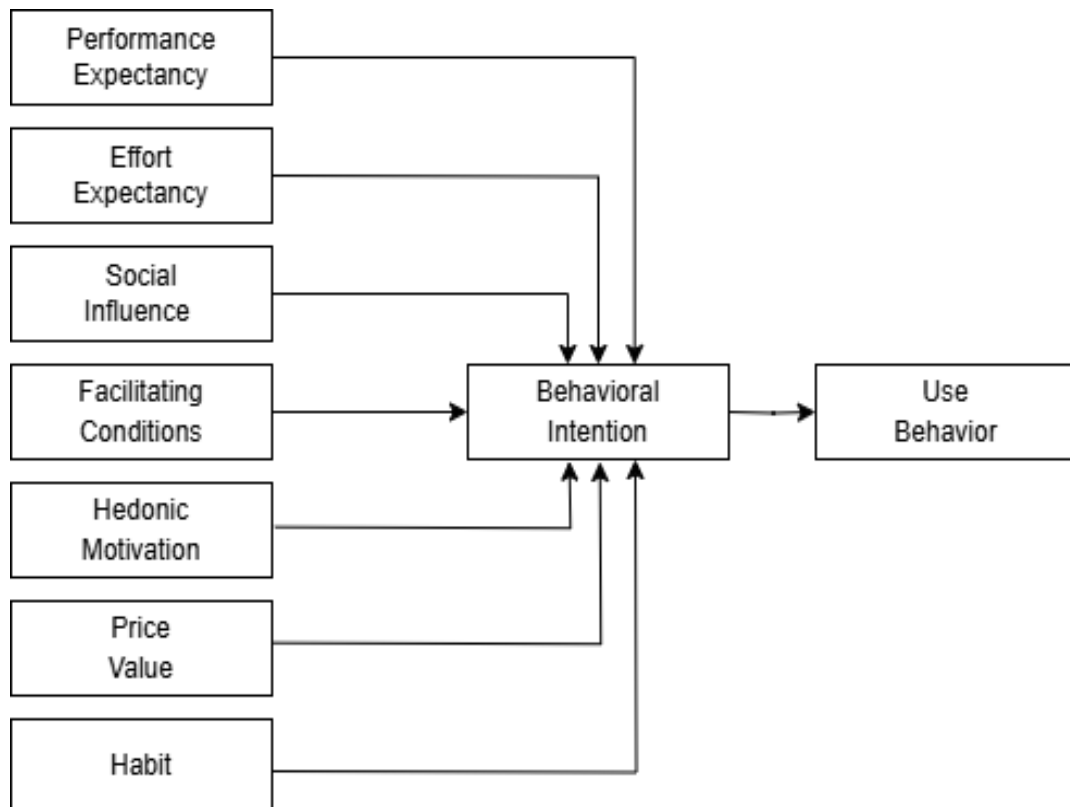
Behavioral Intention (Minat Perilaku) didefinisikan pada sejauh mana keinginan seseorang menggunakan suatu teknologi secara terus-menerus dalam suatu lingkungan untuk mendukung kinerjanya (Venkatesh et al., 2012). Dalam studi lain (Upadhyay et al., 2022), menunjukkan bahwa *Behavioral Intention* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *Use Behavior*. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Singh & Sinha (2020), mengungkapkan bahwa *Behavioral Intention* dan *Use Behavior* merupakan dua indikator yang saling berkaitan, namun memiliki karakteristik yang berbeda dalam konteks perilaku. *Behavioral Intention* berperan sebagai faktor yang mendahului untuk mendorong penggunaan, sementara *Use Behavior* mencerminkan perilaku aktual yang dilakukan setelah melalui serangkaian evaluasi terhadap fenomena tertentu dalam proses adopsi teknologi.

Selain itu, *Behavioral Intention* juga dapat menggambarkan sejauh mana suatu teknologi atau sistem sebenarnya akan digunakan oleh individu. Sejak kemunculan *fintech* dan integrasinya dalam sektor jasa keuangan, *Behavioral Intention* telah diakui sebagai indikator yang efektif dalam memprediksi tingkat adopsi dan penggunaan layanan *fintech* (Venkatesh et al., 2003). Mengacu pada uraian tersebut, sehingga dirumuskan hipotesis:

H0: *Behavioral Intention* tidak berpengaruh terhadap *Use Behavior* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber.

H8: *Behavioral Intention* berpengaruh terhadap *Use Behavior* digital payment Bank Syariah Indonesia pasca serangan siber.

D. Kerangka Penelitian



Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian UTAUT-2

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Pada penelitian ini, metode yang akan digunakan oleh penulis adalah pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh berdasarkan penyebaran kuesioner kepada responden. Penelitian ini juga menggunakan model UTAUT-2 sebagai bentuk penerimaan suatu sistem teknologi terbaru. Ali et al. (2022) menjelaskan bahwa penelitian dengan pendekatan kuantitatif lebih memusatkan kepada variabel-variabel dependen dan independen. Dalam penelitian ini, variabel dependen (Y), yaitu terdiri dari *Behavioral Intention* dan *Use Behavior*. Sedangkan variabel independen, yaitu mencakup *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit*. Kuesioner akan disebarluaskan kepada mahasiswa Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia dan telah menggunakan layanan BSI *mobile banking*.

B. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai lokasi untuk mencari responden serta melakukan proses penelitian. Lokasi yang digunakan yaitu Universitas Islam Indonesia, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

C. Waktu Pelaksanaan Penelitian

Berdasarkan jadwal penelitian yang telah disusun oleh peneliti, waktu pelaksanaan penelitian akan dimulai pada bulan April dan diperkirakan selesai kurang lebih pada bulan Juni 2025.

D. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini akan menggunakan nasabah Bank Syariah Indonesia pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia yang telah menggunakan

layanan BSI *mobile banking* dengan rentang umur 17-27 tahun. Pada penelitian ini secara garis besar mengkaji mengenai pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* terhadap *Behavioral Intention* dan *Use Behavior* digital payment BSI pasca serangan siber.

E. Populasi dan Sampel

Sugiyono (2013) mengatakan bahwa populasi didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan karakteristik tertentu yang akan dipelajari untuk menarik kesimpulan dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta yang telah menggunakan layanan BSI *mobile banking*. Namun demikian, dikarenakan jumlah populasi tidak dapat diketahui secara pasti, maka penulis menggunakan rumus lemeshow dalam menentukan jumlah sampel.

Dengan rumus:

$$n = \frac{Za^2 \times P \times Q}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,01^2}$$

$$n = 96,4 = 100$$

Keterangan:

n = Jumlah minimum sampel

Z = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1,96$

P = Maksimal estimasi = 0,5

Q = 1 – P

d = *Alpha* atau sampling error 10% = 0,1

Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh sampel minimum yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 100 responden yang merupakan pembulatan dari hasil sebesar 96,4.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana subjek dipilih berdasarkan karakteristik tertentu yang telah penulis tentukan untuk mencapai tujuan yang relevan dengan penelitian. Teknik ini memungkinkan penulis untuk fokus pada kelompok atau individu yang paling relevan dalam penelitian, sehingga informasi yang dikumpulkan menjadi lebih kaya dan spesifik (Subhaktiyasa, 2024). Oleh karena itu, karakteristik responden penelitian yang penulis lakukan memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Mahasiswa Universitas Islam Indonesia dengan usia 17-27 tahun.
2. Telah menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia minimum 2 tahun.
3. Menggunakan layanan BSI *mobile banking*.

Sebagaimana kriteria tersebut, responden yang terpilih sudah menggunakan *mobile banking* BSI sejak bulan April 2023. Dengan demikian, pengambilan sampel dengan durasi minimum dua tahun memastikan bahwa nasabah sudah pernah berpengalaman menghadapi adanya serangan siber.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner. Metode ini mengharuskan responden untuk menjawab sejumlah pertanyaan yang disusun oleh peneliti. Dari hasil data responden tersebut, kemudian akan dikumpulkan dan diolah untuk dianalisis lebih lanjut. Kuesioner yang digunakan berbasis *skala likert*, dimana responden diminta untuk menilai pernyataan dalam rentang jawaban sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Kuesioner tersebut disusun dalam bentuk *google form* dan akan disebarluaskan melalui platform media sosial seperti *Whatsapp* dan *Instagram* kepada mahasiswa Universitas Islam Indonesia yang menggunakan layanan BSI *mobile banking*.

G. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan penjelasan mengenai bagaimana proses variabel akan berjalan pada penelitian ini. Cristalisana (2018) menyebutkan

bahwa variabel berperan dalam memberikan variasi terhadap suatu nilai pada penelitian, di antaranya variabel terikat dan variabel bebas. Sehingga, pada penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel terikat atau dependen (Y) dan variabel bebas atau independen (X). Berikut definisi operasional variabel:

1. *Performace Expectancy*

Performace Expectancy didefinisikan sejauh mana tingkat kepercayaan individu mempercayai bahwa menggunakan teknologi akan membantunya untuk mendapatkan keuntungan atau kinerja lebih optimal dalam pekerjaan.

2. *Effort Expectancy*

Effort Expectancy merupakan tingkat kemudahan dan kenyamanan yang berkaitan dengan individu terhadap penggunaan teknologi.

3. *Faciliating Conditions*

Faciliating Conditions didefinisikan sejauh mana kondisi seorang individu percaya bahwa infrastruktur dan teknis yang ada dapat mendukung dalam penggunaan suatu teknologi.

4. *Social Influence*

Social Influence didefinisikan sebagai sejauh mana kepercayaan dari orang lain mampu mempengaruhi individu untuk menggunakan sebuah sistem atau teknologi tertentu.

5. *Hedonic Motivation*

Hedonic Motivation merupakan kesenangan yang dirasakan dari penggunaan suatu sistem atau teknologi.

6. *Price Value*

Price Value merupakan biaya yang dikeluarkan konsumen saat menggunakan teknologi dan seimbang dengan manfaat yang diperoleh.

7. *Habit*

Habit didefinisikan dengan sejauh mana kebiasaan individu melakukan perilaku secara otomatis terhadap teknologi, sehingga menjadi kebiasaan dalam melakukannya.

8. *Bahvioral Intention*

Behavioral Intention atau minat perilaku didefinisikan sebagai keinginan individu dalam menggunakan teknologi atau sistem dengan perasaan senang dan ketertarikan tanpa adanya perintah.

9. *Use Behaviour*

Use Behaviour didefinisikan dengan seberapa sering tingkat frekuensi seorang individu menggunakan suatu sistem atau teknologi yang dapat memberikan kemudahan dan meningkatkan pengetahuan serta keterampilannya.

H. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data penelitian. Dalam penelitian, ketepatan pemilihan instrumen yang akan digunakan dan dikumpulkan memiliki peran penting dalam penelitian, dimana hal tersebut dapat mempengaruhi kualitas hasil penelitian yang digunakan (Nugroho et al., 2021). Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Peneliti mengumpulkan data dan informasi melalui responden dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini akan menggunakan *skala likert* untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 3. 1 Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju	4
2	Setuju	3
3	Tidak Setuju	2
4	Sangat Tidak Setuju	1

Dalam penelitian ini, kuesioner disusun berdasarkan model UTAUT-2 untuk mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *mobile banking* BSI. Setiap variabel ini memiliki indikator yang digunakan untuk mengukur persepsi dan pengalaman nasabah terhadap *mobile banking*. Indikator-indikator

tersebut dibuktikan dalam bentuk pertanyaan kuesioner guna memperoleh data yang relevan.

Tabel 3. 2 Indikator Pertanyaan Survey Penelitian Model UTAUT-2

Variabel	Indikator	Kode	Pertanyaan
<i>Performance Expectancy (PE)</i>	<i>Useful</i>	PE1	Saya merasa <i>mobile banking</i> BSI berguna dalam kehidupan sehari-hari
	<i>Helpful</i>	PE2	Menggunakan <i>mobile banking</i> BSI membantu meningkatkan produktivitas saya
	<i>Increases productivity</i>	PE3	Menggunakan <i>mobile banking</i> BSI memudahkan saya untuk menyelesaikan transaksi lebih cepat
<i>Effort Expectancy (EE)</i>	<i>Easy to use</i>	EE1	Saya merasa <i>mobile banking</i> BSI sangat mudah untuk digunakan
	<i>Comprehensible</i>	EE2	Menggunakan sistem <i>mobile banking</i> BSI jelas dan mudah dipahami
	<i>Learn</i>	EE3	Mudah bagi saya untuk mengoperasikan fitur-fitur <i>mobile banking</i> BSI dengan terampil
<i>Social Influence (SI)</i>	<i>Important</i>	SI1	Orang-orang yang berperan penting bagi saya (keluarga, teman, pasangan, dll) beranggapan bahwa saya harus menggunakan <i>mobile banking</i> BSI
	<i>Opinion I appreciate</i>	SI2	Orang-orang yang argumennya penting bagi saya (atasan, guru/dosen, ulama, dll) beranggapan bahwa saya sebaiknya menggunakan <i>mobile banking</i> BSI

Variabel	Indikator	Kode	Pertanyaan
<i>Facilitating Conditions</i> (FC)	<i>Resources necessary</i>	FC1	Saya memiliki sumber daya teknologi yang diperlukan untuk menggunakan <i>mobile banking</i> BSI
	<i>Knowledge necessary</i>	FC2	Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk menggunakan layanan <i>mobile banking</i> BSI
	<i>Access to information</i>	FC3	Menggunakan <i>mobile banking</i> BSI membuat saya menerima cukup banyak informasi yang tersedia didalamnya
<i>Hedonic Motivation</i> (HM)	<i>Fun</i>	HM1	Saya merasa senang ketika menggunakan <i>mobile banking</i> BSI
	<i>Enjoyable</i>	HM2	Saya merasa nyaman ketika menggunakan <i>mobile banking</i> BSI
<i>Price Value</i> (PV)	<i>Affordability</i>	PV1	Biaya layanan <i>mobile banking</i> BSI terjangkau
	<i>Value for money</i>	PV2	Biaya layanan <i>mobile banking</i> BSI sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan
<i>Habit</i> (HB)	<i>Become a habit</i>	HB1	Penggunaan <i>mobile banking</i> BSI sudah menjadi kebiasaan bagi saya
	<i>Daily basic</i>	HB2	Penggunaan <i>mobile banking</i> BSI saya lakukan setiap hari
<i>Behavioral Intention</i> (BI)	<i>Intend to use</i>	BI1	Saya bermaksud untuk terus menggunakan <i>mobile banking</i> BSI di masa mendatang
	<i>Probably use</i>	BI2	Saya akan memanfaatkan <i>mobile banking</i> BSI untuk menunjang kehidupan sehari-hari

Variabel	Indikator	Kode	Pertanyaan
	<i>Recommendation to use</i>	BI3	Saya akan merekomendasikan penggunaan <i>mobile banking</i> BSI yang saya gunakan kepada orang-orang disekitar saya
<i>Use Behaviour</i> (UB)	<i>Continuous usage</i>	UB1	Saya selalu menggunakan <i>mobile banking</i> BSI dimanapun dan kapanpun
	<i>Update compliance</i>	UB2	Saya selalu mengupdate <i>mobile banking</i> BSI dengan versi terbaru

I. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan SEM-PLS (*Structural Equation Modeling Partial Least Squares*). *Structural Equation Modeling* (SEM) adalah metode analisis statistik multivariat yang mengintegrasikan analisis regresi dengan analisis faktor. Dalam perkembangannya, metode ini terdapat beberapa keterbatasan yaitu terkait dengan asumsi parametrik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi dan salah satu asumsi klasik yang harus dipenuhi adalah data harus berdistribusi normal. Sebagai solusi keterbatasan tersebut *Partial Least Squares* (PLS) dikembangkan sebagai metode alternatif model untuk mengelola permodalan SEM dengan indikator yang bersifat reflektif maupun formatif (Nusrang & Fahmuddin, 2023).

Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS) merupakan metode analisis yang sederhana dan kompleks yang cocok untuk banyak maupun sedikit variabel, indikator, dan hubungan serta dapat mengukur dengan ukuran sampel kecil maupun besar. Dalam metode ini, struktur model parsial telah diestimasi dengan mengkombinasikan komponen utama dan regresi OLS, yang dikenal sebagai model PLS (Sukhov et al., 2023).

Pemilihan SEM-PLS sebagai teknik penelitian ini mengacu pada fakta bahwa SEM-PLS menyediakan analisis bersamaan untuk model pengukuran dan model struktural, yang mana mampu menghasilkan estimasi yang lebih akurat

(Thompson et al., 1994). Adapun tahapan penilaian analisis SEM-PLS sebagai berikut:

1. Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pengujian outer model bertujuan untuk mengukur indikator-indikator (variabel *manifest*) terhadap variabel laten. Terdapat beberapa kriteria untuk mengevaluasi model pengukuran yaitu (Hair et al., 2019):

- a. *Convergen Validity*, dapat dikatakan terpenuhi apabila nilai *Loading Faktor* lebih besar dari 0,7 maka suatu model dapat diterima dan dinyatakan valid. Namun demikian, apabila nilai *loading faktor* lebih dari 0,6 juga masih dianggap valid karena berada dalam konteks pengembangan skala tahap awal. Selain itu, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dan *Communality* harus lebih besar dari 0,5.
- b. *Discriminant Validity*, dapat dikatakan terpenuhi apabila nilai *Cross Loading* lebih dari 0,7 dan nilai akar kuadrat AVE harus lebih besar dari nilai korelasi antar variabel laten.
- c. *Reliability*, dapat dikatakan terpenuhi apabila menggunakan *Internal Consistency Reliability* dengan nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari $> 0,6$ dan *Composite Reliability* lebih besar dari $> 0,7$.

2. Uji Model Struktural (*Inner Model*)

Pengujian inner model menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan teori substansi yang mana bertujuan untuk menguji hubungan variabel yang telah dihipotesiskan. Terdapat beberapa kriteria untuk mengevaluasi model struktural yaitu:

- a. VIF (*Variance Inflation Factor*) menunjukkan jika nilai VIF semakin tinggi maka terdapat adanya korelasi yang kuat antar variabel bebas. Apabila nilai $VIF < 5$ maka dinyatakan bahwa tidak ada multikolinier.
- b. *R-square* sebagai pengukur varians yang berkisar dari 0 sampai 1. Apabila nilai *R-square* semakin tinggi, maka menunjukkan kekuatan penjelas lebih besar. Pembagian nilai *R-square* dikategorikan menjadi tiga:
 - 1) Nilai *R-square* $> 0,75$ dikategorikan *kuat*

- 2) Nilai *R-square* $> 0,50$ dikategorikan *moderat*
 - 3) Nilai *R-square* $> 0,25$ dikategorikan *lemah*
- c. *F-square* menunjukkan beberapa kategori nilai dengan pembagian sebagai berikut:
- 1) Nilai *F-square* $< 0,02$ dikategorikan *rendah*
 - 2) Nilai *F-square* $0,02 - 0,15$ dikategorikan *sedang*
 - 3) Nilai *F-square* $> 0,35$ dikategorikan *besar*
- d. Model Fit yang dilakukan secara gabungan atau keseluruhan dengan melihat nilai *standardized root mean square residual* (SRMS), jika nilai SRMS lebih kecil dari 0,08 maka model dapat dikatakan *fit/cocok*.
- e. Pengujian hipotesis, diuji dengan melihat nilai dari *path coefficient*, *t statistic*, dan *p-value*. *Path Coefficient* menjelaskan kekuatan hubungan yang terdapat pada suatu variabel dengan variabel lainnya. Signifikansinya dapat diperoleh melalui *t test* maupun *critical ratio*. Dalam pengujian ini dikatakan signifikan apabila nilai *t statistic* lebih besar dari 1,96 dan nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05.

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subjek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan April hingga Mei 2025 dengan teknik penyebaran kuisioner melalui *google form* yang dibagikan melalui media sosial penulis. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Sedangkan sampel penelitian dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu telah menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia dengan minimal 2 tahun dan telah menggunakan layanan *mobile banking* BSI. Jumlah responden yang berhasil dikumpulkan sebanyak 102 responden yang kemudian akan dianalisa lebih lanjut. Sebagaimana rumus lemeshow yang telah penulis susun di awal penelitian, diperoleh minimal sampel sebanyak 100 responden. Sementara jumlah responden yang berhasil penulis dapat datanya sebanyak 102 responden. Sehingga, penelitian ini telah melampaui jumlah minimal sampel berdasarkan rumus lemeshow. Data responden yang diperoleh penulis meliputi informasi identitas, seperti nama, jenis kelamin, usia, tahun angkatan, Program Studi, Fakultas, status penggunaan layanan BSI, serta lama penggunaan layanan tersebut. Berikut hasil data karakteristik identitas responden penelitian:

Jenis kelamin

Dari hasil penyebaran kuisioner kepada 102 responden, diperoleh karakteristik berdasarkan jenis kelamin yang ditampilkan dalam bentuk tabel sebagai berikut.

Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	19	18,6%
Perempuan	83	81,4%
Total	102	100%

Sumber: Data diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.1 dapat terlihat bahwa jumlah responden berjenis kelamin laki-laki memiliki jumlah sebanyak 19 orang dengan presentase 18,6%. Sedangkan responden perempuan memiliki jumlah lebih besar yakni 83 orang dengan presentase 81,4%. Sehingga, dapat kita ketahui bahwa dalam mengisi kuisioner lebih banyak dilakukan oleh responden berjenis kelamin perempuan.

Usia

Dari hasil penyebaran kuisioner kepada 102 responden, diperoleh karakteristik berdasarkan usia yang ditampilkan dalam bentuk tabel sebagai berikut.

Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden

Usia	Frekuensi	Presentase
18	1	1,0%
19	1	1,0%
20	2	2,0%
21	28	27,5%
22	41	40,2%
23	19	18,6%
24	7	6,9%
25	2	2,0%
26	1	1,0%
Total	102	100%

Sumber: Data diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa responden paling banyak pada usia 22 tahun yaitu 41 orang dengan presentase 40,2%. Diikuti responden pada usia 21 tahun sebanyak 28 orang dengan presentase 27,5%. Kemudian, diikuti responden pada usia 23 tahun sebanyak 19 orang dengan presentase 18,6%. Selanjutnya, diikuti responden pada usia 24 tahun sebanyak 7 orang dengan presentase 6,9%. Diikuti responden usia 20 dan 25 tahun dengan masing-masing sebanyak 2 orang dengan presentase 2,0% dan terakhir, diikuti responden usia 18,19, dan 26 tahun dengan masing-masing sebanyak 1 orang dengan presentase

1,0%. Sehingga dapat dikatakan bahwa dalam mengisi kuisioner lebih banyak dilakukan oleh responden dengan rentang usia 22 tahun dan paling sedikit pada usia 18,19, dan 26 tahun.

Angkatan

Dari hasil penyebaran kuisioner kepada 102 responden, diperoleh karakteristik berdasarkan angkatan yang ditampilkan dalam bentuk tabel sebagai berikut.

Tabel 4. 3 Karakteristik Angkatan Responden

Angkatan	Frekuensi	Presentase
2024	1	1,0%
2023	2	2,0%
2022	6	5,9%
2021	81	79,4%
2020	12	11,8%
Total	102	100%

Sumber: Data diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.3 dapat terlihat bahwa hasil responden angkatan 2021 memiliki presentase tinggi dibandingkan angkatan lainnya yakni 81 orang dengan presentase 79,4%. Kemudian, angkatan 2020 sebanyak 12 orang dengan presentase 11,8%. Diikuti oleh angkatan 2022 sebanyak 6 orang dengan presentase 5,9%. Selanjutnya, angkatan 2023 sebanyak 2 orang dengan presentase 2,0% dan terakhir angkatan 2024 sebanyak 1 orang dengan presentase 1,0%. Sehingga, dapat dikatakan bahwa dalam mengisi kuisioner paling banyak dilakukan oleh responden angkatan 2021.

Program Studi

Dari hasil penyebaran kuisioner kepada 102 responden, diperoleh karakteristik berdasarkan program studi yang ditampilkan dalam bentuk tabel sebagai berikut.

Tabel 4. 4 Karakteristik Program Studi Responden

Program Studi	Frekuensi	Presentase
Ahwal Syakhsiyyah	3	2,9%
Ekonomi Islam	46	45,1%
Pendidikan Agama Islam	4	3,9%
Akuntansi	4	3,9%
Ilmu Ekonomi	3	2,9%
Manajemen	13	12,7%
Arsitektur	4	3,9%
Teknik Sipil	3	2,9%
Informatika	5	4,9%
Farmasi	1	1,0%
Kimia	1	1,0%
Statistika	1	1,0%
Hukum	1	1,0%
Pendidikan Bahasa Inggris	5	4,9%
Ilmu Komunikasi	5	4,9%
Psikologi	3	2,9%
Total	102	100%

Sumber: Data diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.4 terlihat bahwa program studi Ekonomi Islam memiliki responden sebanyak 46 orang dengan presentase 54,1%. Diikuti responden Manajemen sebanyak 13 orang dengan presentase 12,7%. Kemudian, informatika, Pendidikan Bahasa Inggris, dan Ilmu Komunikasi yang masing-masing memiliki responden sebanyak 5 orang dengan presentase 4,9%. Selanjutnya, Pendidikan Agama Islam, Akuntansi, dan Arsitektur yang masing-masing memiliki responden sebanyak 4 orang dengan presentase 3,9%. Diikuti Ahwal Syakhsiyyah, Ilmu Ekonomi, Teknik Sipil, dan Psikologi yang masing-masing memiliki responden sebanyak 3 orang dengan presentase 2,9% dan terakhir program studi Farmasi, Kimia, Statistika, dan Hukum yang masing-masing

memiliki responden sebanyak 1 orang dengan presentase 1,0%. Sehingga, dapat dikatakan bahwa dalam mengisi kuisioner paling banyak dilakukan oleh responden dengan program studi Ekonomi Islam.

Fakultas

Dari hasil penyebaran kuisioner kepada 102 responden, diperoleh karakteristik berdasarkan fakultas yang ditampilkan dalam bentuk tabel sebagai berikut.

Tabel 4. 5 Karakteristik Fakultas Responden

Fakultas	Frekuensi	Presentase
Fakultas Bisnis dan Ekonomi (FBE)	20	19,6%
Fakultas Hukum (FH)	2	1,0%
Fakultas Ilmu Agama Islam (FIAI)	53	52,0%
Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (FMIPA)	3	2,9%
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya (FPSB)	13	12,7%
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan (FTSP)	7	6,9%
Fakultas Teknologi Industri (FTI)	5	4,9%
Total	102	100%

Sumber: Data diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa Fakultas Ilmu Agama Islam (FIAI) memiliki responden sebanyak 53 orang dengan presentase 52,0%. Diikuti responden Fakultas Bisnis dan Ekonomi (FBE) sebanyak 20 orang dengan presentase 19,6%. Kemudian, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya (FPSB) sebanyak 13 orang dengan presentase 12,7%. Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan (FTSP) sebanyak 7 orang dengan presentase 6,9%. Fakultas Teknologi Industri (FTI) sebanyak 5 orang dengan presentase 4,9%. Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (FMIPA) sebanyak 3 orang dengan presentase 2,9% dan terakhir responden Fakultas Hukum (FH) sebanyak 2 orang dengan presentase 1,0%.

1,0%. Sehingga, dapat dikatakan bahwa dalam mengisi kuisioner paling banyak dilakukan oleh responden Fakultas Ilmu Agama Islam (FIAI).

Lama Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia

Dari hasil penyebaran kuisioner kepada 102 responden, diperoleh karakteristik berdasarkan lama menjadi nasabah BSI yang ditampilkan dalam bentuk tabel sebagai berikut.

Tabel 4. 6 Karakteristik Lama Menjadi Nasabah BSI Responden

Tahun	Frekuensi	Presentase
2 tahun	54	52,9%
3 tahun	24	23,5%
4 tahun	9	8,8%
5 tahun	8	7,8%
> 5 tahun	7	6,9%
Total	102	100%

Sumber: Data diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjadi nasabah BSI selama 2 tahun yakni sebanyak 54 orang dengan presentasi 52,9%. Kemudian, diikuti responden yang menjadi nasabah BSI selama 3 tahun sebanyak 24 orang dengan presentasi 23,5%. Diikuti nasabah BSI selama 4 tahun sebanyak 9 orang dengan presentas 8,8%. Selanjutnya, nasabah BSI selama 5 tahun sebanyak 8 orang dengan presentasi 7,8% dan terakhir responden yang menjadi nasabah BSI lebih dari 5 tahun sebanyak 7 orang dengan presentasi 6,9%. Sehingga, dapat dikatakan bahwa paling banyak responden menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia selama 2 tahun.

B. Hasil Penelitian

Pada penelitian ini, untuk menganalisa dilakukan melalui dua evaluasi model penilaian, yaitu *outer model* dan *inner model*. *Outer model* dilakukan dengan menguji *convergent validity (loading factor dan AVE)*, *dicsriminant validity (cross*

loading dan akar *AVE*), *reliability* (*cronbach's alpha* dan *composite reliability*). Sedangkan, *inner model* dilakukan dengan uji *VIF*, *R-square*, *F-square*, *Goodness of Fit* (GoF) dan uji hipotesis.

1. Outer Model

a. Convergent Validity

Convergent validity dilakukan untuk mengetahui validitas disetiap hubungan antara indikator dengan konstruk atau variabel latennya. Pengujian ini dapat dilihat menggunakan batas *loading factor* dengan korelasi diharapkan >0,7 sehingga dapat dinyatakan memenuhi *convergent validity* dan memiliki tingkat validitas yang tinggi. Namun, skala pengukuran nilai 0,6 masih dapat diterima dan dianggap cukup apabila nilai EVE lebih dari 0,5 (Setiabudhi et al., 2025).

Tabel 4. 7 Nilai *Loading Factor*

Variabel	Indikator	Loading Factor
<i>Performance Expectancy</i>	PE1	0,788
	PE2	0,828
	PE3	0,811
<i>Effort Expectancy</i>	EE1	0,852
	EE2	0,709
	EE3	0,814
<i>Social Influence</i>	SI1	0,799
	SI2	0,941
<i>Facilitating Condition</i>	FC1	0,670
	FC2	0,733
	FC3	0,859
<i>Hedonic Motivation</i>	HM1	0,912
	HM2	0,926
<i>Price Value</i>	PV1	0,908
	PV2	0,898

Variabel	Indikator	Loading Factor
<i>Habit</i>	HB1	0,907
	HB2	0,889
<i>Berhavioral Intention</i>	BI1	0,861
	BI2	0,826
	BI3	0,723
<i>Use Behaviour</i>	UB1	0,911
	UB2	0,825

Sumber: Data diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.7 terlihat bahwa secara keseluruhan indikator memiliki nilai $>0,7$, meskipun masih terdapat satu nilai $>0,6$ hal tersebut masih dapat diterima dan dianggap reliabel karena memiliki nilai AVE $>0,5$. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa semua indikator tersebut dinyatakan valid dan mampu menjelaskan tiap variabel yang ada. Dengan adanya seluruh indikator yang valid maka demikian, dapat dilakukan proses analisis selanjutnya.

Kemudian, untuk mengetahui validitas *convergent validity* juga dapat dilihat melalui nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dengan batas nilai $>0,5$. Adanya batas nilai tersebut menggambarkan bahwa *convergent validity* sudah terpenuhi dan dianggap bahwa satu variabel latin telah mampu menjelaskan lebih dari setengah varian dari setiap indikator yang ada.

Tabel 4. 8 Nilai AVE

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
<i>Performance Expectancy</i>	0,655
<i>Effort Expectancy</i>	0,630
<i>Social Influence</i>	0,762
<i>Facilitating Condition</i>	0,575
<i>Hedonic Motivation</i>	0,845

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
<i>Price Value</i>	0,816
<i>Habit</i>	0,806
<i>Berhavioral Intention</i>	0,649
<i>Use Behaviour</i>	0,755

Sumber: Data diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.8 terlihat bahwa secara keseluruhan nilai AVE pada masing-masing variabel menunjukkan nilai lebih dari 0,5 yaitu antara 0,575 hingga 0,845. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini sudah valid atau signifikan.

b. Discriminant Validity

Discriminant validity dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konstruk dari masing-masing variabel laten berbeda dengan variabel lainnya. *Discriminant validity* dinilai berdasarkan *cross loading* dan akar AVE atau *forner-larcker criterion*.

Pada pengujian *cross loading* dapat dilihat, jika nilai konstruk menunjukkan nilai indikator lebih tinggi dibandingkan dengan indikator pada konstruk lainnya maka, indikator tersebut dinyatakan valid dalam mengukur variabel yang bersesuaian.

Tabel 4. 9 Nilai *Cross Loading*

	BI	EE	FC	HB	HM	PE	PV	SI	UB
BI1	0,861	0,310	0,294	0,614	0,564	0,456	0,336	0,414	0,486
BI2	0,826	0,320	0,338	0,627	0,532	0,473	0,398	0,378	0,552
BI3	0,723	0,469	0,415	0,454	0,474	0,304	0,422	0,336	0,426
EE1	0,451	0,852	0,297	0,477	0,477	0,422	0,349	0,099	0,461
EE2	0,203	0,709	0,438	0,208	0,243	0,223	0,219	0,123	0,235
EE3	0,332	0,814	0,451	0,237	0,303	0,239	0,315	0,191	0,317
FC1	0,236	0,364	0,670	0,167	0,243	0,188	0,430	0,281	0,203
FC2	0,219	0,326	0,733	0,211	0,181	0,190	0,385	0,302	0,261
FC3	0,440	0,381	0,859	0,324	0,458	0,282	0,392	0,459	0,361

	BI	EE	FC	HB	HM	PE	PV	SI	UB
HB1	0,662	0,375	0,338	0,907	0,466	0,603	0,526	0,278	0,501
HB2	0,607	0,383	0,247	0,889	0,399	0,472	0,360	0,343	0,727
HM1	0,572	0,398	0,380	0,410	0,912	0,394	0,427	0,356	0,367
HM2	0,623	0,441	0,407	0,476	0,926	0,330	0,478	0,255	0,385
PE1	0,395	0,297	0,204	0,517	0,216	0,788	0,300	0,278	0,375
PE2	0,442	0,365	0,387	0,488	0,312	0,828	0,333	0,374	0,464
PE3	0,417	0,292	0,131	0,458	0,421	0,811	0,276	0,112	0,372
PV1	0,439	0,313	0,434	0,425	0,471	0,327	0,908	0,377	0,282
PV2	0,417	0,382	0,497	0,475	0,418	0,352	0,898	0,323	0,310
SI1	0,279	0,080	0,354	0,306	0,204	0,184	0,256	0,799	0,324
SI2	0,494	0,186	0,468	0,306	0,344	0,337	0,396	0,941	0,332
UB1	0,601	0,397	0,259	0,707	0,397	0,461	0,272	0,310	0,911
UB2	0,439	0,393	0,429	0,437	0,304	0,405	0,306	0,342	0,852

Sumber: Data diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan nilai *cross loading* disetiap indikator pada masing-masing variabel laten memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *cross loading* pada indikator-indikator variabel lainnya yang ditandai dengan highlight warna kuning. Sehingga, dapat ditarik kesimpulan bahwa *discriminan validity* telah terpenuhi.

Kemudian, pada nilai akar AVE dapat dilihat melalui *forner-larcker criterion* yang apabila, nilai akar AVE dari setiap konstruk lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi konstruk dengan variabel laten lainnya maka, dinyatakan valid.

Tabel 4. 10 *Forner-Larcker Criterion*

	BI	EE	FC	HB	HM	PE	PV	SI	UB
B1	0,805								
EE	0,445	0,794							
FC	0,427	0,467	0,758						
HB	0,708	0,421	0,327	0,898					

	BI	EE	FC	HB	HM	PE	PV	SI	UB
HM	0,651	0,457	0,429	0,483	0,919				
PE	0,517	0,394	0,301	0,602	0,392	0,809			
PV	0,474	0,384	0,515	0,497	0,493	0,375	0,903		
SI	0,468	0,166	0,480	0,344	0,330	0,317	0,389	0,873	
UB	0,609	0,452	0,379	0,678	0,409	0,500	0,327	0,370	0,869

Sumber: Data diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai akar AVE 0,805 pada variabel *behavioral intention* lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi konstruk pada variabel laten lainnya. Begitu juga nilai akar AVE 0,794 pada variabel *effort expectancy*, nilai akar AVE 0,758 pada variabel *facilitating condition*, nilai akar AVE 0,898 pada variabel *habit*, nilai akar AVE 0,919 pada variabel *hedonic motivation*, nilai akar AVE 0,809 pada variabel *performance expectancy*, nilai akar AVE 0,903 pada variabel *price value*, nilai akar AVE 0,873 pada variabel *social influence*, dan nilai akar AVE 0,869 pada variabel *use behavior*, semuanya lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi konstruk pada variabel laten lainnya. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa *discriminan validity* untuk seluruh variabel telah terpenuhi.

c. Reliability

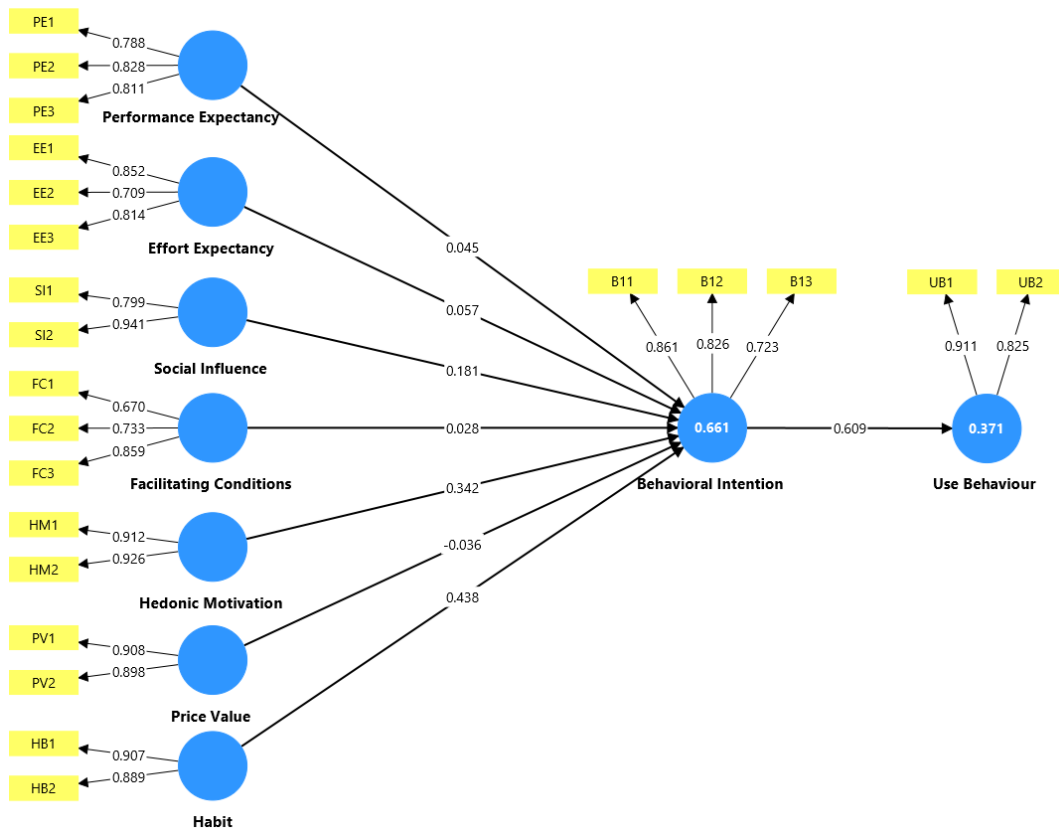
Pada uji reliability dapat dilihat melalui dua metode, yaitu *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. *Cronbach's alpha* digunakan untuk mengukur nilai terendah reliabilitas suatu konstruk, sedangkan *composite reliability* digunakan untuk mengukur nilai sesungguhnya dari reliabilitas suatu konstruk. Secara umum, nilai reliabilitas dikatakan baik jika $>0,70$ karena menunjukkan konsistensi yang tinggi. Namun demikian, nilai dengan batas $>0,60$ masih dapat diterima dan dianggap reliabel karena berada pada batas minimum dalam analisis penelitian (Lukaraja et al., 2020).

Tabel 4. 11 Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
<i>Performance Expectancy</i>	0,737	0,740
<i>Effort Expectancy</i>	0,726	0,790
<i>Facilitating Condition</i>	0,657	0,752
<i>Social Influence</i>	0,708	0,871
<i>Hedonic Motivation</i>	0,817	0,821
<i>Price Value</i>	0,775	0,776
<i>Habit</i>	0,760	0,764
<i>Berhavioral Intention</i>	0,727	0,740
<i>Use Behaviour</i>	0,682	0,728

Sumber: Data diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* secara keseluruhan telah memenuhi kriteria yang digunakan, yaitu lebih dari 0,70. Meskipun nilai *Cronbach's Alpha* masih terdapat 0,657 dan 0,682, nilai tersebut masih dapat diterima dan reliabel. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel telah memenuhi syarat reliabilitas. Semakin tinggi nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* menunjukkan bahwa suatu variabel memiliki tingkat reliabilitas yang baik.



Gambar 4. 1 Model Struktural

Gambar diatas merupakan desain hubungan variabel laten dalam model penelitian yang digunakan. Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas dari setiap konstruk, seluruh indikator menunjukkan nilai yang baik yakni diatas $> 0,60$. Dengan demikian, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dianggap valid dan mampu mempresentasikan konstruk secara tepat.

2. Inner Model

a. Variance Inflation Factor (VIF)

Pengujian ini dilakukan untuk mendeteksi adanya kolinearitas suatu model, dimana kolinearitas ini dapat mempengaruhi validitas dan keandalan dari hasil analisis. Batas nilai VIF yaitu $< 5,00$, apabila $> 5,00$ maka model perlu dilakukan tindakan lebih lanjut karena terdapat adanya

multikolinearitas. Begitupun sebaliknya, jika nilai VIF <5,00 maka model dianggap valid karena tidak ada multikolinearitas.

Tabel 4. 12 Nilai *VIF*

Variabel	VIF
Performance Expectancy -> Behavioral Intention	1,671
Effort Expectancy -> Behavioral Intention	1,590
Social Influence -> Behavioral Intention	1,457
Facilitating Condition -> Behavioral Intention	1,810
Hedonic Motivation -> Behavioral Intention	1,631
Price Value -> Behavioral Intention	1,734
Habit -> Behavioral Intention	1,955
Behavioral Intention -> Use Behaviour	1,000

Sumber: Data diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwa secara keseluruhan nilai VIF setiap variabel kurang dari 5,00 yang berkisar 1,000 – 1,955. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar model.

b. Koefisien Determinan (*R-square*)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel laten dalam menjelaskan keragaman variabel dependen. Pembagian nilai *R-square* dikategorikan menjadi tiga:

- 1) Nilai *R-square* > 0,75 dikategorikan kuat
- 2) Nilai *R-square* > 0,50 dikategorikan moderat
- 3) Nilai *R-square* > 0,25 dikategorikan lemah

Tabel 4. 13 Nilai *R-Square*

Variabel	R-square	R-square adjusted
Behavioral Intention	0,661	0,636
Use Behaviour	0,371	0,365

Sumber: Data diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai *R-square* pada variabel *Berhavioral Intention* sebesar 0,661 yang berarti, kekuatan *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, Price Value, dan Habit* dalam memprediksi *Berhavioral Intention* sebesar 66,1% dan termasuk dalam kategori moderat. Sedangkan, nilai *R-square* pada variabel *Use Behaviour* sebesar 0,371 yang berarti kekuatan *Berhavioral Intention* dalam memprediksi *Use Behaviour* adalah 37,1% dan termasuk dalam kategori lemah.

c. *F-square*

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Beberapa kategori nilai *F-square* terbagi menjadi tiga:

- 1) Nilai *F-square* < 0,02 dikategorikan *rendah*
- 2) Nilai *F-square* 0,02 - 0,15 dikategorikan *sedang*
- 3) Nilai *F-square* > 0,35 dikategorikan *besar*

Tabel 4. 14 Nilai *F-square*

Variabel	f-square
Performance Expectancy -> Berhavioral Intention	0,004
Effort Expectancy -> Berhavioral Intention	0,006
Social Influence -> Berhavioral Intention	0,067
Facilitating Condition -> Berhavioral Intention	0,001
Hedonic Motivation -> Berhavioral Intention	0,211
Price Value -> Berhavioral Intention	0,002
Habit -> Berhavioral Intention	0,290
Berhavioral Intention -> Use Behaviour	0,590

Sumber: Data diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.14 menunjukkan bahwa nilai *F-square* pada variabel *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* sebesar 0,004 yang berarti termasuk dalam kategori rendah.

Effort Expectancy terhadap *Behavioral Intention* sebesar 0,006 yang berarti termasuk dalam kategori rendah.

Nilai *F-square* pada variabel *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* sebesar 0,067 termasuk dalam kategori sedang.

Nilai *F-square* pada variabel *Facilitating Condition* terhadap *Behavioral Intention* sebesar 0,001 yang berarti termasuk dalam kategori rendah.

Nilai *F-square* pada variabel *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention* sebesar 0,211 termasuk dalam kategori sedang.

Nilai *F-square* pada variabel *Price Value* terhadap *Behavioral Intention* sebesar 0,002 termasuk dalam kategori rendah.

Nilai *F-square* pada variabel *Habit* terhadap *Behavioral Intention* sebesar 0,290 termasuk dalam kategori sedang.

Nilai *F-square* pada variabel *Behavioral Intention* terhadap *Use Behaviour* sebesar 0,590 termasuk dalam kategori tinggi.

d. Model Fit

Pengujian ini dilakukan untuk melihat seberapa baik dan cocok suatu model dengan data yang dianalisis melalui nilai *standardized root mean square residual* (SRMS). Jika nilai SRMS lebih kecil dari 0,08 maka model dapat dikatakan *fit/cocok*.

Tabel 4. 15 *Model Fit*

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0,0085	0,093
d_ULS	1,807	2,186
d_G	0,870	0,945
Chi-square	535,868	560,701
NFI	0,539	0,518

Sumber: Data diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan bahwa nilai SRMR 0,0085 yang berarti termasuk dalam *acceptable fit model*. Maka, dapat dikatakan model tersebut mampu menjelaskan hubungan antar variabel dengan baik.

e. Uji Hipotesis

Pengujian ini dapat dilihat melalui uji *Path Coefficient* atau koefisien jalur. Uji *Path Coefficient* menjelaskan kekuatan hubungan yang terdapat pada suatu variabel dengan variabel lainnya. Dalam pengujian ini dikatakan signifikan apabila nilai *t statistic* lebih besar dari 1,96 dan nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05.

Tabel 4. 16 Nilai *Path coefficient*

Variabel	Original sample (O)	Sample mean	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Performance Expectancy -> Behavioral Intention	0,045	0,048	0,096	0,464	0,642
Effort Expectancy -> Behavioral Intention	0,057	0,061	0,077	0,734	0,463

Variabel	Original sample (O)	Sample mean	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Social Influence - > Behavioral Intention	0,181	0,185	0,072	2,529	0,011
Facilitating Condition -> Behavioral Intention	0,028	0,042	0,096	0,296	0,767
Hedonic Motivation -> Behavioral Intention	0,342	0,332	0,075	4,546	0,000
Price Value -> Behavioral Intention	-0,036	-0,042	0,072	0,505	0,613
Habit -> Behavioral Intention	0,438	0,436	0,075	5,817	0,000
Behavioral Intention -> Use Behaviour	0,609	0,615	0,064	9,508	0,000

Sumber: Data diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.16 menunjukkan bahwa variabel *Performance Expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* karena nilai t-statistics $0,464 < 1,96$ dan nilai *p-value* $0,642 > 0,05$. Variabel *Effort Expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* karena nilai t-statistics $0,734 < 1,96$ dan nilai *p-value* $0,463 > 0,05$. Variabel *Social Influence* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* dengan nilai t-statistics $2,529 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0,011 < 0,05$.

Variabel *Facilitating Condition* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* karena nilai t-statistics $0,29 < 1,96$ dan nilai *p-value* $0,767 > 0,05$. Variabel *Hedonic Motivation* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* dengan nilai t-statistics $4,546 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0,000 < 0,05$. Variabel *Price Value* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* karena nilai t-statistics $0,505 < 1,96$ dan nilai *p-value* $0,613 > 0,05$. Variabel *Habit* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* dengan nilai t-statistics $5,817 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0,000 < 0,05$. Variabel *Behavioral Intention* berpengaruh signifikan terhadap *Use Behaviour* dengan nilai t-statistics $9,508 > 1,96$ dan nilai *p-value* sebesar $0,000 < 0,05$.

C. Analisis Pembahasan Penelitian

1. Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* Digital Payment Bank Syariah Indonesia Pasca Serangan Siber

Berdasarkan hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa *Performance Expectancy* tidak memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention*, yaitu dengan nilai t-statistics $0,734 < 1,96$ dan nilai *p-value* $0,463 > 0,05$. Nilai signifikansi tersebut membuktikan tidak adanya pengaruh antara *Performance Expectancy* terhadap minat mahasiswa Universitas Islam Indonesia dalam mengadopsi digital payment. Sehingga, dapat diartikan bahwa hipotesis satu (H1) tidak diterima.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sebastian et al. (2023) yang menyatakan bahwa *Performance Expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* karena pengguna tidak memandang kemudahan penggunaan, melainkan sebagai dorongan dari dalam diri (minat intrinsik) ketika mengambil keputusan. Faktor emosional dan psikologis memang cenderung lebih menentukan keputusan penggunaan suatu sistem. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Performance Expectancy* tidak

berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral Intention* digital payment BSI pasca serangan siber.

2. Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* Digital Payment Bank Syariah Indonesia Pasca Serangan Siber

Berdasarkan hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa *Effort Expectancy* tidak memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention*, yaitu dengan nilai t-statistics $0,734 < 1,96$ dan nilai *p-value* $0,463 > 0,05$. Nilai signifikansi tersebut membuktikan tidak adanya pengaruh antara *Effort Expectancy* terhadap minat mahasiswa Universitas Islam Indonesia dalam mengadopsi digital payment. Sehingga, dapat diartikan bahwa hipotesis dua (H2) tidak diterima.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sebastian et al. (2023) yang menyatakan bahwa *Effort Expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*, sebab pengguna tidak memandang kemudahan penggunaan, melainkan sebagai dorongan dari dalam diri (minat intrinsik) ketika mengambil keputusan. Sari et al. (2024) dalam pendapatnya juga menyatakan bahwa *Effort Expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*, karena masih terdapat adanya permasalahan yang timbul pada sistem saat menggunakan *mobile banking* BSI. Sehingga, indikator kemudahan penggunaan sistem pada variabel ini tidak memiliki pengaruh bagi pengguna. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Effort Expectancy* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral Intention* digital payment BSI pasca serangan siber.

3. Pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* Digital Payment Bank Syariah Indonesia Pasca Serangan Siber

Berdasarkan hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa *Social Influence* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention*, yaitu dengan nilai t-statistics $2,529 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0,011 < 0,05$. Nilai signifikansi tersebut

membuktikan adanya pengaruh antara *Effort Expectancy* terhadap minat mahasiswa Universitas Islam Indonesia dalam mengadopsi *digital payment*. Sehingga, dapat diartikan bahwa hipotesis tiga (H3) diterima.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wei et al. (2021) dan Audriyani & Meiranto (2023) yang menyatakan bahwa *Social Influence* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*, karena pengaruh lingkungan sekitar, seperti keluarga, teman, serta selebriti atau *influencer* media sosial yang berkontribusi pada prevalensi penggunaan *digital payment* dapat mempengaruhi individu untuk menggunakan *mobile banking* terlebih dikalangan generasi muda. Adanya pengaruh tersebut, mendatangkan akan minat untuk menggunakan layanan *mobile banking* BSI. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Social Influence* berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral Intention* digital payment BSI pasca serangan siber.

4. Pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Behavioral Intention* Digital Payment Bank Syariah Indonesia Pasca Serangan Siber

Berdasarkan hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa *Facilitating Condition* tidak memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention*, yaitu dengan nilai t-statistics $0,29 < 1,96$ dan nilai *p-value* $0,767 > 0,05$. Nilai signifikansi tersebut membuktikan adanya pengaruh antara *Facilitating Condition* terhadap minat mahasiswa Universitas Islam Indonesia dalam mengadopsi *digital payment*. Sehingga, dapat diartikan bahwa hipotesis empat (H4) tidak diterima.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sholihah et al. (2023), Nugroho et al. (2023), dan Amany & Indrayani (2024) yang menyatakan bahwa *Facilitating Condition* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Hal tersebut dikarenakan, meskipun sudah adanya kondisi yang memfasilitasi belum tentu meningkatkan minat masyarakat untuk mengadopsi BSI *mobile banking* khususnya dalam penggunaan dompet digital. Kenapa demikian, karena preferansi generasi

muda terhadap teknologi bersifat intuitif, cepat dipahami, serta sesuai dengan gaya hidup digital mereka. Sehingga, jika suatu teknologi tidak sesuai ekspektasi mereka, maka fasilitas yang sudah ada menjadi kurang relevan dalam memenuhi kebutuhan pengguna. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Facilitating Condition* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral Intention* digital payment BSI pasca serangan siber.

5. Pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention* Digital Payment Bank Syariah Indonesia Pasca Serangan Siber

Berdasarkan hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa *Hedonic Motivation* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention*, yaitu dengan nilai $t\text{-statistics } 4,546 > 1,96$ dan nilai $p\text{-value } 0,000 < 0,05$. Nilai signifikansi tersebut membuktikan adanya pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap minat mahasiswa Universitas Islam Indonesia dalam mengadopsi *digital payment*. Sehingga, dapat diartikan bahwa hipotesis lima (H5) diterima.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pramana & Suryani (2024), Hafidz & Ulfa (2023) dan Sari et al. (2024) dalam pendapatnya menyatakan bahwa *Hedonic Motivation* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Dengan adanya hal ini, membuktikan bahwa pengguna merasakan senang dan nyaman saat menggunakan layanan *mobile banking* BSI. Terlebih pasca terjadinya serangan siber, perasaan tersebut menunjukkan bahwa *Hedonic Motivation* mampu mempertahankan loyalitas dan minat pengguna terhadap layanan *mobile banking* BSI. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Hedonic Motivation* berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral Intention* digital payment BSI pasca serangan siber.

6. Pengaruh *Price Value* terhadap *Behavioral Intention* Digital Payment Bank Syariah Indonesia Pasca Serangan Siber

Berdasarkan hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa *Price Value* tidak memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention*, yaitu dengan nilai *t-statistics* $0,05 < 1,96$ dan nilai *p-value* $0,613 > 0,05$. Nilai signifikansi tersebut membuktikan tidak adanya pengaruh *Price Value* terhadap minat mahasiswa Universitas Islam Indonesia dalam mengadopsi *digital payment*. Sehingga, dapat diartikan bahwa hipotesis enam (H6) tidak diterima.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Safitri et al. (2024), Sebastian et al. (2023), dan Fatihanisya & Purnamasari (2021) menyatakan bahwa *Price Value* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Hal ini membuktikan bahwa besar kecilnya harga yang ditawarkan kepada pengguna tidak menjamin minat untuk menggunakan *mobile banking* BSI di masa depan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Price Value* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral Intention* digital payment BSI pasca serangan siber.

7. Pengaruh *Habit* terhadap *Behavioral Intention* Digital Payment Bank Syariah Indonesia Pasca Serangan Siber

Berdasarkan hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa *Habit* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention*, yaitu dengan nilai *t-statistics* $5,817 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0,000 < 0,05$. Nilai signifikansi tersebut membuktikan adanya pengaruh *Habit* terhadap minat mahasiswa Universitas Islam Indonesia dalam mengadopsi *digital payment*. Sehingga, dapat diartikan bahwa hipotesis tujuh (H7) diterima.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahima et al. (2023) dan Sari et al. (2024) menyatakan bahwa *Habit* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Hal tersebut terbukti, dengan semakin rutin dan terus-menerus pengguna menggunakan *mobile banking* BSI, maka semakin tinggi pula kecenderungan untuk terus menggunakan layanan

tersebut karena dirasa praktis dan efisien dalam memenuhi kebutuhan pengguna. Perilaku ini apabila dilakukan dalam kurun waktu tertentu akan membentuk sebuah pola kebiasaan yang tertanam dalam diri, sehingga enggan beralih ke alternatif lain. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Habit* berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral Intention* digital payment BSI pasca serangan siber.

8. Pengaruh *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior* Digital Payment Bank Syariah Indonesia Pasca Serangan Siber

Berdasarkan hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa *Behavioral Intention* memiliki pengaruh terhadap *Use Behavior*, yaitu dengan nilai *t-statistics* $9,508 > 1,96$ dan nilai *p-value* sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai signifikansi tersebut membuktikan adanya pengaruh *Behavioral Intention* terhadap minat mahasiswa Universitas Islam Indonesia dalam mengadopsi *digital payment*. Sehingga, dapat diartikan bahwa hipotesis delapan (H8) diterima.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Upadhyay et al. (2022) dan Singh & Sinha (2020) menyatakan bahwa *Behavioral Intention* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Use Behavior*. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi minat yang dimiliki seseorang untuk menggunakan layanan *mobile banking* BSI, maka semakin besar pula kemungkinan individu untuk terus menggunakan layanan tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Behavioral Intention* berpengaruh secara signifikan terhadap *Use Behavior* digital payment BSI pasca serangan siber.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang telah penulis lakukan, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 102 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*, yaitu teknik dimana subjek dipilih berdasarkan karakteristik tertentu yang telah ditentukan penulis. Pengolahan data kuisioner penelitian ini menggunakan SmartPLS 4 dengan analisis *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM PLS).

Adapun hasil penelitian ini menunjukkan kesimpulan sebagai berikut:

1. *Performance Expectancy* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral Intention* digital payment BSI pasca serangan siber.
2. *Effort Expectancy* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral Intention* digital payment BSI pasca serangan siber.
3. *Social Influence* berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral Intention* digital payment BSI pasca serangan siber.
4. *Facilitating Condition* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral Intention* digital payment BSI pasca serangan siber.
5. *Hedonic Motivation* berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral Intention* digital payment BSI pasca serangan siber.
6. *Price Value* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral Intention* digital payment BSI pasca serangan siber.
7. *Habit* berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral Intention* digital payment BSI pasca serangan siber.
8. *Behavioral Intention* berpengaruh secara signifikan terhadap *Use Behavior* digital payment BSI pasca serangan siber.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyarankan kepada Bank Syariah Indonesia untuk lebih memperkuat strategi pemasaran dan pengembangan layanan digital, serta meningkatkan kenyamanan pengguna. Kemudian, untuk peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel kepercayaan (*trust*) dan persepsi risiko (*Perceived Risk*) dalam model UTAUT-2 agar menjadi lebih relevan dalam konteks pasca serangan siber. Serta, dapat dengan memperluas sampel yang digunakan dalam penelitian dan atau mengkomparasikan dengan bank konvensional yang pernah mengalami hal serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisah & Syarifuddin, K. (2023). Exploring Bank Syariah Indonesia and It's Customers Perceptions of Cyber Attacks. *Jurnal Studi Ekonomi*, 14(2).
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99–110. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002>
- Alfattah & Adawiyah. (2024). Manajemen Krisis Bank Syariah Indonesia Dalam Membentuk Citra Positif. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 13–23. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i2.910>
- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Penerapannya dalam Penelitian. *Education Journal*.2022, 2(2), 1–6.
- Alkhowaiter, W. A. (2022). Use and behavioural intention of m-payment in GCC countries: Extending meta-UTAUT with trust and Islamic religiosity. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7(4), 100240. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100240>
- Andrianto, A. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Behavior Intention Untuk Penggunaan Aplikasi Dompot Digital Menggunakan Model Utaut2. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(2), 111–122. <https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i2.2412>
- Angelina, Y. P., & Yasin, A. (2024). Penerapan Model UTAUT Terhadap Minat dan Perilaku Masyarakat Kota Surabaya Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 7(1), 18–30. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v7n1.p18-30>
- Anugrah, M. dwi, & Ompusunggu, H. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Penggunaan E-Money Melalui Aplikasi Pembayaran Berbasis Digital Menggunakan Model Utaut. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 47–56. <https://doi.org/10.31849/jieb.v18i1.5465>
- Aprilia, Z. (2024). *Digitalisasi BSI Makin Ekspansif, Belanja IT Tahun Ini Rp 1,5 T.* CNBC Indonesia.

- <https://www.cnbcindonesia.com/market/20240201135008-17-510865/digitalisasi-bsi-makin-ekspansif-belanja-it-tahun-ini-rp-15-t>
- Apriyani, S. &. (2021). Konsep Cyber Attack, Cyber Crime, Dan Cyber Warfare Dalam Aspek Hukum Internasional. *Risalah Hukum*, 17, 98–107. <https://doi.org/10.30872/risalah.v17i2.705>
- Audriyani, F., & Meiranto, W. (2023). Penerapan Model UTAUT 2 Terhadap Niat Penggunaan Electronic Payment ShopeePay di Kota Semarang. *Diponegoro Journal Accounting*, 12(3), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Ayem, S., Cahyaning, E. K., Ramadhan, I., Nurlitawati, M., Langkodi, H., & Trasnó, F. A. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Behavior Intention Terhadap Penggunaan Digital Payment : Systematic Literature Review. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 12(2), 196–206. <https://doi.org/10.26740/jupe.v12n2.p196-206>
- Azmee, D. S. S. binti, Nurmunirah binti Azami, Moxsin, H. B., Mayakrishnan, P. N., Kassianathan, L., Sebaskin, V. R., Perisamy, V. K., & Arumugam, D. (2022). Factors Affecting Intention to Adopt E-Payment Amongst Polytechnic Students In Malaysia intention to adopt the e-payment system, and unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT). *International Journal of Education and Learning Systems*, 7, 202–210. <http://iaras.org/iaras/journals/ijels>
- Budiarto, A. (2017). PENGARUH FINANCIAL LITERACY, OVERCONFIDENCE, REGRET AVERSION BIAS, DAN RISK TOLERANCE TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI (Studi pada investor PT. Sucorinvest Central Gani Galeri Investasi BEI Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 5(2), 1–9.
- Christalisana, C. (2018). Pengaruh Pengalaman Dan Karakter Sumber Daya Manusia Konsultan Manajemen Konstruksi Terhadap Kualitas Pekerjaan Pada Proyek Di Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Fondasi*, 7(1), 87–98. <https://doi.org/10.36055/jft.v7i1.3305>
- de Blanes Sebastián, M. G., Antonovica, A., & Sarmiento Guede, J. R. (2023). What

- are the leading factors for using Spanish peer-to-peer mobile payment platform Bizum? The applied analysis of the UTAUT2 model. *Technological Forecasting and Social Change*, 187(June 2022). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122235>
- Deasy Safitri, Sofyan, J. F., Negoro, D. A., & Kusmayadi, A. (2024). Analisis Behavioral Intention Mobile Banking dengan Model UTAUT2. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 571–587. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.10417>
- Delima, M., & Paramita, M. (2019). Analisis Kemudahan Akses Terhadap Kepercayaan Masyarakat Pada Bank Syariah (Studi Bank Bri Syariah Kcp Palabuhanratu). *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 5(1), 75. <https://doi.org/10.30997/jn.v5i1.1968>
- Fatihanisya, A. N. S., & Purnamasari, S. D. (2021). Penerapan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT 2) Terhadap Perilaku Pelanggan E-Commerce Shopee Indonesia Di Kota Palembang. *Journal of Information Systems and Informatics*, 3(2), 392–417. <https://doi.org/10.33557/journalisi.v3i2.143>
- Fauzi, F., & Cahyani, R. C. (2023). Pengaruh Performance Expectancy, Price Value, Dan Habit Terhadap Minat Penggunaan Fintech Gopay Pada Mahasiswa Stie Pembangunan Tanjungpinang. *Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang*, 5(1), 25–40. <https://doi.org/10.52624/manajerial.v5i1.2383>
- Fitriani, R., Subagiyo, R., & Asiyah, B. N. (2023). Mitigating IT Risk of Bank Syariah Indonesia: A Study of Cyber Attack on May 8, 2023. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 15(1), 86. <https://doi.org/10.24235/amwal.v15i1.14124>
- Gupta, K., & Arora, N. (2020). Investigating consumer intention to accept mobile payment systems through unified theory of acceptance model: An Indian perspective. *South Asian Journal of Business Studies*, 9(1), 88–114. <https://doi.org/10.1108/SAJBS-03-2019-0037>
- Hadi, S., & Novi, N. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*,

- 5(1), 55. <https://doi.org/10.12928/optimum.v5i1.7840>
- Hafidz&Ulfa. (2023). Identifikasi Model Utaut 2 Pada Niat Penggunaan Layanan Digital Allo Bank. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(4), 2477–1783.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hamzah, A., & Sukma, N. (2021). Determinasi Financial Technology Dengan Pendekatan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology II. Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 11(1), 2021.
- Hasibuan, A. (2023). Peranan Webform BSI Dalam Kemudahan Transaksi Online Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Medan Setia Budi. *Trending: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 1(2), 95–107.
- Herrero, Á., San Martín, H., & Garcia-De los Salmones, M. del M. (2017). Explaining the adoption of social networks sites for sharing user-generated content: A revision of the UTAUT2. *Computers in Human Behavior*, 71, 209–217. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.02.007>
- Indrayani&Amany. (2024). Exploring Mobile Banking Adoption in Indonesia using UTAUT2: A Consumer Perspective Approach. *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 07(07), 4612–4621. <https://doi.org/10.47191/jefms/v7-i7-78>
- K Dayanand, A. (2020). Hypothesis Types and Research. *International Journal of Nursing Science Practice and Research*, 4(2), 78–80.
- Kapser&Abdelrahman. (2020). Acceptance of autonomous delivery vehicles for last mile delivery in Germany - Extending UTAUT2 with risk perceptions. *Emerging Technologies*, 111, 210–225. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.trc.2019.12.016>.
- Khoiriah, Z., Harahap, M. I., & Yanti, N. (2024). Cybersecurity Impact of Cybercrime in Strengthening Trust In BSI Kc Rantau Prapat. *Kontigensi : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 320–331. <https://doi.org/10.56457/jimk.v12i1.559>
- Laksana, T. G., & Mulyani, S. (2024). Pengetahuan Dasar Identifikasi Dini Deteksi

- Serangan Kejahatan Siber Untuk Mencegah Pembobolan Data Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(01), 109–122. <https://doi.org/10.56127/jukim.v3i01.1143>
- Laras, A. (2024). *Rapor Pengguna Mobile Banking Bank Jumbo Kuarter I/2024: BRI Teratas, Mandiri Melesat!* Bisnis.Com. <https://finansial.bisnis.com/read/20240529/90/1769456/rapor-pengguna-mobile-banking-bank-jumbo-kuarter-i2024-bri-teratas-mandiri-melesat>
- Lukaraja, M., Pesulesy, E. R., Lesnussa, Y. A., & Matdoan, M. Y. (2020). STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) UNTUK MENGANALISIS FAKTOR- (Persero) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI DESA BUANO UTARA Sructural Equation Modeling (SEM) to Analyze The Factors Influncing The Ministry of Service PT . PLN (Persero) to Customer Sati. *Variance Journal of Statistics and Its Applications*, 2(2), 93–102.
- Luthfah, D. (2021). Serangan Siber Sebagai Penggunaan Kekuatan Bersenjata dalam Perspektif Hukum Keamanan Nasional Indonesia (Cyber Attacks as the Use of Force in the Perspective of Indonesia National Security Law). *TerAs Law Review: Jurnal Hukum Humaniter Dan HAM*, 3(1), 11–22. <https://doi.org/10.25105/teras-lrev.v3i1.10742>
- Maulana, L., & Fitriana, N. (2023). Analisis Dampak Insiden BSI Eror Dan Dugaan Hacking Bank Syariah Indonesia (BSI) Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kabupaten Subang. *Jurnal Ilmu Islam*, 7(3), 1755–1768.
- Muchran, M., Shafina Khairudin, N., Arizah, A., Ode Rayyani, W., & Soraya, Z. (2023). Integration of the UTAUT 2 Model and Awareness of Cybercrime as the Moderating Variable of Cashless Adoption in Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 13(3), 304–321. https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/38297-Full_Text.pdf
- Nugroho, A. P., Zulni, D. A., & Andriansyah, Y. (2023). Exploring the Adoption of Digital Wallets Among Islamic Millennials in Yogyakarta, Indonesia Using an Extended Utaut Model: the Role of Islamic Consumption Ethics. *Journal*

- of Theoretical and Applied Information Technology*, 101(14), 5528–5540.
- Nusrang & Fahmuddin. (2023). Penerapan Metode Structural Equation Modelling-Partial Least Squares (Sem-Pls) Dalam Mengevaluasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pdrb Di Indonesia. *Seminar Nasional Dies Natalis 62, 1*, 543–548. <https://doi.org/10.59562/semnasdies.v1i1.1088>
- Oktavia, A. D., Inan, D. I., Wurarah, R. N., & Fenetiruma, O. A. (2024). Analisis Faktor-faktor Penentu Adopsi E-Wallet di Papua Barat: Extended UTAUT 2 dan Perceived Risk. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 4(2), 587–600. <https://doi.org/10.57152/malcom.v4i2.1277>
- Pohan, Rokan, S. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Mobile Banking Pada Layanan BSI Mobile Dengan Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT). *Jurnal Manajemen Akuntansi*, 4(3), 732–740.
- Pramana, A. M., & Suryani, E. (2024). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Digital Banking Di Indonesia Menggunakan Model Utaut2. *IDEALIS : InDonEsiA Journal Information System*, 7(1), 31–40. <https://doi.org/10.36080/idealis.v7i1.3114>
- Putri, Z., Azzahra, A., Furnamasari, Y. F., Dewi, D. A., Guru, P., & Dasar, S. (2021). Pengaruh Teknologi Digital terhadap Persatuan dan Kesatuan Bangsa Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusai, Volume 5 N*, 9232–9240.
- Rahima, H. P., Hanggara, B. T., Hayuhardhika, W., & Putra, N. (2023). *Layanan Pembayaran Gopay Di Aplikasi Tokopedia Menggunakan Analyzing Factors Influencing Youth Adoption of Gopay Payment Service in Tokopedia Using Utaut2 & Ttf*. 10(7). <https://doi.org/10.25126/jtiik.2024118053>
- Rahman, M., Yee, H. P., Masud, M. A. K., & Uzir, M. U. H. (2024). Examining the dynamics of mobile banking app. Adoption during the COVID-19 pandemic: A digital shift in the crisis. *Digital Business*, 4(2), 100088. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2024.100088>
- Rinaldi, I. M., Lubis, P. H., & Utami, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking BNI Di Banda Aceh Dengan

- Kepercayaan Nasabah, Kepuasan Nasabah, Komitmen Nasabah, Dan Nilai Nasabah Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Perspektif Manajemen Dan Perbankan*, 8(3), 19–48. <http://infotentangbank.blogspot.co.id>
- Samuel, J., Sitompul, P., Manajemen, M., Ekonomi, F., & Indonesia, U. (2024). *EXTENDED UTAUT DALAM ANALISIS INTENSI DAN PERILAKU PENGGUNAAN MOBILE WALLET: FAKTOR-FAKTOR BARU YANG*. 18(1), 893–905.
- Sani, A., Pusparini, N. N., Budiyantra, A., & Supit, M. I. (2023). Pengembangan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Untuk Penggunaan Adopsi Mobile Payment. *Infotech: Journal of Technology Information*, 9(1), 59–66. <https://doi.org/10.37365/jti.v9i1.160>
- Sari, A. P., Sukardi, B., & Abadi, M. K. R. (2024). Adoption of User Satisfaction With the Utaut2 Model in Using Indonesia Sharia Mobile Banking. *FINANSIA: Jurnal Akuntansi Dan Perbankan Syariah*, 7(1), 21–40. <https://doi.org/10.32332/finansia.v7i1.8165>
- Sari, D. M., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). Fitur-Fitur Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 170.
- Setiabudhi, H., Suwono, Yudi Agus Setiawan, & Karim, S. (2025). *Analisis Data Kuantitatif dengan SmartPLS 4* (P. H. H. Duari (ed.)). <https://ebooks.borneonovelty.com/media/publications/588838-analisis-data-kuantitatif-dengan-smartpl-29069ce4.pdf>
- Setiawati, S. (2024). *Cashless Makin Digemari, Ini 5 Digital Banking Pilihan Warga RI*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20240610063016-128-545113/cashless-makin-digemari-ini-5-digital-banking-pilihan-warga-ri>
- Setyawan, J. &. (2022). *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Penggunaan Dompot Digital di Indonesia*. 20(1), 105–123.
- Setyorini, A., & Meiranto, W. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN DAERAH (SIMDA) DENGAN MENGGUNAKAN MODEL UTAUT 2 (Studi Empiris pada Pengguna

- Sistem informasi Manajemen Daerah (SIMDA) di Kota Salatiga). *Diponegoro Journal of Accounting*, 10(1), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Sholihah, E., Antari, I. S. W., Rochimawati, R. F., & Ulwiyyah. (2023). Determinants of BSI mobile banking adoption intentions: DeLone & McLean and UTAUT Model integration with religiosity. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 5(1), 1–17. <https://doi.org/10.20885/ajim.vol5.iss1.art1>
- Singh, N., & Sinha, N. (2020). How perceived trust mediates merchant's intention to use a mobile wallet technology. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52(March 2019), 101894. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101894>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). *Menentukan Populasi dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. 9, 2721–2731.
- Sudiatmika & Martini. (2022). Faktor-Faktor Mempengaruhi Niat Pelaku Umkm Kota Denpasar Menggunakan Qris. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 11(3), 239–254. <https://doi.org/10.29303/jmm.v11i3.735>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RD*. Alfabeta, CV.
- Sukhov, A., Friman, M., & Olsson, L. E. (2023). Unlocking potential: An integrated approach using PLS-SEM, NCA, and fsQCA for informed decision making. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 74(May), 103424. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103424>
- Tambunan, N., Fitri Wulandari, A., Pangesti, A. N., Anggraini, A., Tunnaja, S., Dewi Gita, A., & Rusmarhadi, I. (2023). Berita Utama Tentang Error Service Di Bank Syariah Indonesia (Bsi). *Community Development Journal*, 4(2), 5096–5098. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/16340>
- Tariq, M., Maryam, S. Z., & Shaheen, W. A. (2024). Cognitive factors and actual usage of Fintech innovation: Exploring the UTAUT framework for digital banking. *Heliyon*, 10(15), e35582. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e35582>
- Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M. (1994). Influence of experience

- on personal computer utilization: Testing a conceptual model. *Journal of Management Information Systems*, 11(1), 167–187.
<https://doi.org/10.1080/07421222.1994.11518035>
- Tyas, L., & Purwanti, K. (2020). Pengaruh Adopsi E-Banking Dan Pengendalian Internal Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *JIFA (Journal of Islamic Finance and Accounting)*, 3(2), 134–151.
<https://doi.org/10.22515/jifa.v3i2.2780>
- Upadhyay, N., Upadhyay, S., Abed, S. S., & Dwivedia, Y. K. (2022). Consumer adoption of mobile payment services during COVID-19 : Extending meta-UTAUT with perceived severity and self-efficacy Nitin Upadhyay [Corresponding author] Chairperson Integrated Program in Management IT Systems and Analytics Indian Institute of. *International Journal of Bank Marketing.*, 1–47.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478.
<https://doi.org/10.2307/30036540>
- 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
- Wei, M. F., Luh, Y. H., Huang, Y. H., & Chang, Y. C. (2021). Young generation's mobile payment adoption behavior: Analysis based on an extended utaut model. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(4), 618–637. <https://doi.org/10.3390/jtaer16040037>
- Wian Fadila, & Marizsa Herlina. (2023). Penerapan Metode Generalized Structure Component Analysis pada Pengguna Dompot Digital Menggunakan Model UTAUT 2. *Jurnal Riset Statistika*, 27–34.
<https://doi.org/10.29313/jrs.v3i1.1772>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian

Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - Laki – Laki
 - Perempuan
3. Angkatan :
4. Usia :
 - 17
 - 18
 - 19
 - 20
 - 21
 - 22
 - 23
 - 24
 - 25
 - 26
 - 27
5. Program Studi :
6. Fakultas :
 - Ilmu Agama Islam (FAI)
 - Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (FMIPA)
 - Teknologi Industri (FTI)
 - Teknik Sipil dan Perencanaan (FTSP)
 - Psikolog dan Ilmu Sosial Budaya (FPSB)
 - Hukum (FH)
 - Bisnis dan Ekonomi (FBE)

- Kedokteran (FK)
7. Apakah Menggunakan M-Banking BSI?
- Ya
 - Tidak
8. Lama menjadi Nasabah BSI
- 2 Tahun
 - 3 Tahun
 - 4 Tahun
 - 5 Tahun
 - Lebih dari 5 Tahun
9. Berilah Jawaban yang telah tersedia, yaitu:
- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Setuju (S)
- 4 = Sangat Setuju (SS)

Pertanyaan Kuisisioner

Variabel	Pertanyaan
<i>Performance Expectancy</i> (PE)	Saya merasa <i>mobile banking</i> BSI berguna dalam kehidupan sehari-hari
	Menggunakan <i>mobile banking</i> BSI membantu meningkatkan produktivitas saya
	Menggunakan <i>mobile banking</i> BSI memudahkan saya untuk menyelesaikan transaksi lebih cepat
<i>Effort Expectancy</i> (EE)	Saya merasa <i>mobile banking</i> BSI sangat mudah untuk digunakan
	Menggunakan sistem <i>mobile banking</i> BSI jelas dan mudah dipahami

Variabel	Pertanyaan
	Mudah bagi saya untuk mengoperasikan fitur-fitur <i>mobile banking</i> BSI dengan terampil
<i>Social Influence</i> (SI)	Orang-orang yang berperan penting bagi saya (keluarga, teman, pasangan, dll) beranggapan bahwa saya harus menggunakan <i>mobile banking</i> BSI
	Orang-orang yang argumennya penting bagi saya (atasan, guru/dosen, ulama, dll) beranggapan bahwa saya sebaiknya menggunakan <i>mobile banking</i> BSI
<i>Facilitating Conditions</i> (FC)	Saya memiliki sumber daya teknologi yang diperlukan untuk menggunakan <i>mobile banking</i> BSI
	Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk menggunakan layanan <i>mobile banking</i> BSI
	Menggunakan <i>mobile banking</i> BSI membuat saya menerima cukup banyak informasi yang tersedia didalamnya
<i>Hedonic Motivation</i> (HM)	Saya merasa senang ketika menggunakan <i>mobile banking</i> BSI
	Saya merasa nyaman ketika menggunakan <i>mobile banking</i> BSI
<i>Price Value</i> (PV)	Biaya layanan <i>mobile banking</i> BSI terjangkau
	Biaya layanan <i>mobile banking</i> BSI sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan
<i>Habit</i> (HB)	Penggunaan <i>mobile banking</i> BSI sudah menjadi kebiasaan bagi saya
	Penggunaan <i>mobile banking</i> BSI saya lakukan setiap hari
<i>Behavioral Intention</i> (BI)	Saya bermaksud untuk terus menggunakan <i>mobile banking</i> BSI di masa mendatang

Variabel	Pertanyaan
	Saya akan memanfaatkan <i>mobile banking</i> BSI untuk menunjang kehidupan sehari-hari
	Saya akan merekomendasikan penggunaan <i>mobile banking</i> BSI yang saya gunakan kepada orang-orang disekitar saya
Use Behaviour (UB)	Saya selalu menggunakan <i>mobile banking</i> BSI dimanapun dan kapanpun
	Saya selalu mengupdate <i>mobile banking</i> BSI dengan versi terbaru

Lampiran 2 Silabus Data Penelitian

NO	PE1	PE2	PE3	EE1	EE2	EE3	SI1	SI2	FC1	FC2	FC3	HM1	HM2	PV1	PV2	HB1	HB2	B11	B12	B13	UB1	UB2
1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3
2	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3
3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3
4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2
7	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
8	4	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3
9	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
10	2	1	2	3	3	2	1	1	4	3	3	2	3	3	2	1	1	2	2	2	2	1
11	4	4	4	4	4	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
14	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
15	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3
17	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3
18	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	4	4
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
20	3	3	3	3	2	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	2	3	2	3	3	3	4
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
22	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3
23	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
24	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
25	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	2	2	3	3	3	2	4	3	3	2	2
26	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
27	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4

N0	PE1	PE2	PE3	EE1	EE2	EE3	SI1	SI2	FC1	FC2	FC3	HM1	HM2	PV1	PV2	HB1	HB2	B11	B12	B13	UB1	UB2
28	4	4	4	2	2	3	2	4	4	4	2	3	2	4	4	4	3	3	4	2	2	4
29	3	3	4	4	4	4	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
30	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	3	2	2
31	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4
32	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4
33	4	3	3	3	2	2	3	2	3	4	3	1	2	4	3	4	4	3	3	2	3	3
34	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	2	3	4	3	4	4
35	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	1	1	3	2	3	2	4
36	3	2	2	4	4	4	4	2	2	4	4	2	2	4	4	2	1	1	3	2	1	1
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38	3	3	4	4	1	4	2	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4
39	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
40	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3
41	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3
42	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
43	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
44	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	1	4
45	3	3	3	2	3	3	4	2	3	4	4	2	2	3	3	2	1	1	1	2	1	3
46	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
50	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	2	3
51	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
52	4	2	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
53	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
54	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	4	4	2	1	3	3	2	2	3
55	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
56	4	4	4	4	4	4	1	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3
57	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3
58	4	3	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
59	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2
61	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3
62	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3	2	1	2	2	3	2	4
63	2	2	1	4	4	4	1	2	4	4	3	1	1	2	3	1	1	1	1	3	2	4
64	4	3	3	3	4	4	2	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4
65	3	3	3	4	4	4	2	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
66	4	3	3	3	4	4	1	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3
67	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
68	3	3	3	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	2	4	2	2
69	4	3	4	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3	4	4	3
70	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	1	3	2	3	2	2
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
72	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4
73	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
74	4	4	4	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	2	3	2
75	3	2	4	3	4	4	1	2	3	4	3	3	4	3	4	4	2	3	4	3	3	4
76	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4
77	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4
78	3	4	2	3	3	4	4	3	3	4	3	2	2	2	3	3	4	3	3	2	4	4
79	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4
80	4	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	2	4	4
81	3	4	4	4	2	4	2	3	4	4	3	4	4	3	2	2	1	3	4	2	3	4
82	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3
83	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
84	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4
85	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4

N0	PE1	PE2	PE3	EE1	EE2	EE3	SI1	SI2	FC1	FC2	FC3	HM1	HM2	PV1	PV2	HB1	HB2	B11	B12	B13	UB1	UB2	
86	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4
87	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4
88	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3
89	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4
90	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
91	3	3	3	4	3	4	2	2	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4
92	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4
93	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3
94	3	2	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	2	2	1	2	3	2	2	2	3	3
95	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3
96	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4
97	4	2	3	4	3	3	3	3	4	2	2	4	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3
98	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3
99	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
100	3	3	4	4	4	4	2	2	4	4	2	4	3	3	3	2	1	2	2	3	1	2	2
101	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4
102	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	2	4	4	3	2	3	3

Lampiran 3 Hasil Output Smart PLS

Outer Loading

Outer loadings - Matrix										Copy to Excel/Word	Copy t
	Behavioral Intention	Effort Expectancy	Facilitating Conditions	Habit	Hedonic Motivation	Performance Expectancy	Price Value	Social Influence	Use Behaviour		
B11	0.861										
B12	0.826										
B13	0.723										
EE1		0.852									
EE2		0.709									
EE3		0.814									
FC1			0.670								
FC2			0.733								
FC3			0.859								
HB1				0.907							
HB2				0.889							
HM1					0.912						
HM2					0.926						
PE1						0.788					
PE2						0.828					
PE3						0.811					
PV1							0.908				
PV2							0.898				
SI1								0.799			
SI2								0.941			
UB1									0.911		
UB2									0.825		

Reliability dan AVE

Construct reliability and validity - Overview					Copy to
	Cronbach's alpha	Composite reliability (r...	Composite reliability (r...	Average variance extrac...	
Behavioral Intention	0.727	0.740	0.846	0.649	
Effort Expectancy	0.726	0.790	0.836	0.630	
Facilitating Conditions	0.657	0.752	0.800	0.575	
Habit	0.760	0.764	0.893	0.806	
Hedonic Motivation	0.817	0.821	0.916	0.845	
Performance Expectancy	0.737	0.740	0.851	0.655	
Price Value	0.775	0.776	0.899	0.816	
Social Influence	0.708	0.871	0.864	0.762	
Use Behaviour	0.682	0.728	0.860	0.755	

Cross Loading

Discriminant validity - Cross loadings										Copy to Excel/Word	Copy t
	Behavioral Intention	Effort Expectancy	Facilitating Conditions	Habit	Hedonic Motivation	Performance Expectancy	Price Value	Social Influence	Use Behaviour		
B11	0.861	0.310	0.294	0.614	0.564	0.456	0.336	0.414	0.486		
B12	0.826	0.320	0.338	0.627	0.532	0.473	0.398	0.378	0.552		
B13	0.723	0.469	0.415	0.454	0.474	0.304	0.422	0.336	0.426		
EE1	0.451	0.852	0.297	0.477	0.477	0.422	0.349	0.099	0.461		
EE2	0.203	0.709	0.438	0.208	0.243	0.223	0.219	0.123	0.235		
EE3	0.332	0.814	0.451	0.237	0.303	0.239	0.315	0.191	0.317		
FC1	0.236	0.364	0.670	0.167	0.243	0.188	0.430	0.281	0.203		
FC2	0.219	0.326	0.733	0.211	0.181	0.190	0.385	0.302	0.261		
FC3	0.440	0.381	0.859	0.324	0.458	0.282	0.392	0.459	0.361		
HB1	0.662	0.375	0.338	0.907	0.466	0.603	0.526	0.278	0.501		
HB2	0.607	0.383	0.247	0.889	0.399	0.472	0.360	0.343	0.727		
HM1	0.572	0.398	0.380	0.410	0.912	0.394	0.427	0.356	0.367		
HM2	0.623	0.441	0.407	0.476	0.926	0.330	0.478	0.255	0.385		
PE1	0.395	0.297	0.204	0.517	0.216	0.788	0.300	0.278	0.375		
PE2	0.442	0.365	0.387	0.488	0.312	0.828	0.333	0.374	0.464		
PE3	0.417	0.292	0.131	0.458	0.421	0.811	0.276	0.112	0.372		
PV1	0.439	0.313	0.434	0.425	0.471	0.327	0.908	0.377	0.282		
PV2	0.417	0.382	0.497	0.475	0.418	0.352	0.898	0.323	0.310		
SI1	0.279	0.080	0.354	0.306	0.204	0.184	0.256	0.799	0.324		
SI2	0.494	0.186	0.468	0.306	0.344	0.337	0.396	0.941	0.332		
UB1	0.601	0.397	0.259	0.707	0.397	0.461	0.272	0.310	0.911		
UB2	0.439	0.393	0.429	0.437	0.304	0.405	0.306	0.342	0.825		

VIF

Collinearity statistics (VIF) - Inner model - List		
	VIF	
Behavioral Intention -> Use Behaviour	1.000	
Effort Expectancy -> Behavioral Intention	1.590	
Facilitating Conditions -> Behavioral ...	1.810	
Habit -> Behavioral Intention	1.955	
Hedonic Motivation -> Behavioral Intention	1.631	
Performance Expectancy -> Behavioral ...	1.671	
Price Value -> Behavioral Intention	1.734	
Social Influence -> Behavioral Intention	1.457	

R-Square

R-square - Overview		
	R-square	R-square adjusted
Behavioral Intention	0.661	0.636
Use Behaviour	0.371	0.365

F-Square

f-square - List	
	f-square
Behavioral Intention -> Use Behaviour	0.590
Effort Expectancy -> Behavioral Intention	0.006
Facilitating Conditions -> Behavioral ...	0.001
Habit -> Behavioral Intention	0.290
Hedonic Motivation -> Behavioral Intention	0.211
Performance Expectancy -> Behavioral ...	0.004
Price Value -> Behavioral Intention	0.002
Social Influence -> Behavioral Intention	0.067

Fornell Larcker Criterion

Discriminant validity - Fornell-Larcker criterion										Copy to Excel/Word	Copy to R
	Behavioral Intention	Effort Expectancy	Facilitating Conditions	Habit	Hedonic Motivation	Performance Expectancy	Price Value	Social Influence	Use Behaviour		
Behavioral Intention	0.805										
Effort Expectancy	0.445	0.794									
Facilitating Conditions	0.427	0.467	0.758								
Habit	0.708	0.421	0.327	0.898							
Hedonic Motivation	0.651	0.457	0.429	0.483	0.919						
Performance Expectancy	0.517	0.394	0.301	0.602	0.392	0.809					
Price Value	0.474	0.384	0.515	0.497	0.493	0.375	0.903				
Social Influence	0.468	0.166	0.480	0.344	0.330	0.317	0.389	0.873			
Use Behaviour	0.609	0.452	0.379	0.678	0.409	0.500	0.327	0.370	0.869		

Hipotesis

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values						Copy to Excel/Word	Copy to
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (ST...	T statistics (O/STDEV)	P values		
Behavioral Intention -> Use Behaviour	0.609	0.615	0.064	9.508	0.000		
Effort Expectancy -> Behavioral Intention	0.057	0.061	0.077	0.734	0.463		
Facilitating Conditions -> Behavioral ...	0.028	0.042	0.096	0.296	0.767		
Habit -> Behavioral Intention	0.438	0.436	0.075	5.817	0.000		
Hedonic Motivation -> Behavioral Intention	0.342	0.332	0.075	4.546	0.000		
Performance Expectancy -> Behavioral ...	0.045	0.048	0.096	0.464	0.642		
Price Value -> Behavioral Intention	-0.036	-0.042	0.072	0.505	0.613		
Social Influence -> Behavioral Intention	0.181	0.185	0.072	2.529	0.011		

Model Fit

Model fit		
	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.085	0.093
d_ULS	1.807	2.186
d_G	0.870	0.945
Chi-square	535.868	560.701
NFI	0.539	0.518

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Nabilah Zulfa lahir di Demak pada tanggal 04 November 2000 sebagai anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Muhammad Munawar dan Ibu Masfu'ah. Saat ini bertempat tinggal di Pondok Pesantren Mahasiswi Al-Hidayah Jl Sunan Kalijaga, Candi Karang Rt 04, Rw 09, Sardonoarjo, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta, ID 55581. Pendidikan SMA ditempuh di MA Mathali'ul Falah, Margoyoso, Kajen, Pati pada tahun 2017-2021. Kemudian, diterima di program studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia pada tahun 2021. Selama mengikuti perkuliahan, penulis aktif menjadi tim Marketing and Communication Fakultas Ilmu Agama Islam, aktif dalam kegiatan Kafe Prancis Universitas Islam Indonesia, serta pernah mengikuti kegiatan exchange berupa short course ke Malaysia.