

Subjective Norms Are Not Important for Millennials in Determining Their Interest in Technology: TAM and TPB Models Examines

Alwahidin, Jodi Wahyu Prayoga Muin

IAIN Kendari
alwahidin@iainkendari.ac.id

Abstract

This study examines the factors influencing the intention to use Islamic mobile banking services. In this study, factors influencing millennials' interest in using Islamic mobile banking are perceived usefulness, perceived ease of use, attitudes towards behaviour, subjective norms and behavioural control. (perceived behavioural control). This research is a development of previous research, which also uses a combination model of TAM (Technology Acceptance Model) and TPB (Theory of Planned Behavior). Data analysis was performed using Smart PLS Software version 3.0 and IBM SPSS 25. The results of this study indicate that perceived ease of use, perceived benefits, attitude to use, and behavioural control influence students' interest in using Islamic mobile banking. Meanwhile, subjective norms do not affect students' interest in using sharia mobile banking. The implications of this research are relevant for bank management, strategic divisions, marketing and mobile banking analysts to pay attention to the factors influencing individual interest in using mobile banking in developing their information systems.

Keywords: Subjective Norms, TAM, TPB, Interests, Islamic Banks

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan layanan mobile banking syariah. Faktor-faktor yang memengaruhi minat mahasiswa untuk menggunakan mobile banking syariah dalam penelitian ini adalah persepsi manfaat (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), sikap penggunaan (*attitude towards behavior*), norma subyektif (*subjective norm*) dan kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya yang juga menggunakan model kombinasi TAM (*Technology Acceptance Model*) dan TPB (*Theory of Planned Behavior*). Analisis data dilakukan dengan menggunakan Software Smart PLS versi 3.0 dan IBM SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, sikap penggunaan, dan kontrol perilaku memengaruhi minat mahasiswa menggunakan mobile banking syariah. Sedangkan norma subjektif tidak memengaruhi minat mahasiswa untuk menggunakan mobile banking syariah. Implikasi dari penelitian ini relevan bagi pihak manajemen bank, divisi strategis, marketing dan analis mobile banking agar memperhatikan kembali faktor-faktor yang memengaruhi minat individu untuk menggunakan mobile banking dalam mengembangkan sistem informasinya.

Kata Kunci: Norma Subjektif, TAM, TPB, Minat, Bank Syariah

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini Indonesia telah mengalami perkembangan ekonomi dan teknologi yang sangat pesat. Teknologi informasi sudah menjadi kebutuhan yang sangat penting dan bahkan sering digunakan

untuk menyelesaikan suatu permasalahan dengan cepat serta meringankan semua pekerjaan. Penggunaan teknologi informasi akan mampu meningkatkan transformasi bisnis, ketepatan, dan efisiensi pertukaran informasi. Disamping itu juga, teknologi informasi pada saat ini

akan memperluas jaringan pemasaran dan memperluas *marketshare* (Nurjannah, dkk. 2021). Selain itu teknologi informasi juga sangat berdampak luar biasa dalam dunia perbankan saat ini. Akhir-akhir ini banyak sekali perubahan pada teknologi informasi, demikian juga dibidang telekomunikasi kebanyakan disebabkan oleh adanya desakan dan dasyatnya kompetensi di dunia perbankan. Perkembangan ini semakin hari semakin pesat, banyaknya pengguna internet di Indonesia tentu tidak dapat dipungkiri juga mendorong dunia bisnis untuk lebih maju dan berkembang. Internet menjadi media dalam melakukan transaksi penjualan dan pembelian. Selain itu, internet juga menjadi media untuk mencari informasi dan bertukar pikiran.

Berdasarkan data dari *Internet World Stats* pengguna internet di Indonesia mencapai 212,35 juta jiwa pada maret 2021. Dengan jumlah tersebut, Indonesia berada di urutan ketiga dengan pengguna internet terbanyak di Asia. Teknologi informasi juga mendorong dunia perbankan untuk ikut andil dalam memanfaatkan internet. Ini merupakan kesempatan bagi dunia perbankan untuk melangkah maju dengan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para nasabahnya yaitu tidak hanya menawarkan kecepatan dalam melakukan transaksi tetapi juga kemudahan juga kenyamanan bagi nasabah untuk melakukan transaksi keuangan maupun non keuangan secara online, kemudahan serta kenyamanan ini ditawarkan oleh perbankan melalui layanan *mobile banking* (Angela, 2014).

Perkembangan bank syariah di Indonesia memiliki peluang besar, karena peluang pasarnya yang luas sejurus dengan mayoritas penduduk yang beragama Islam, dan tumbuhnya pemahaman masyarakat bahwa bunga (*Interest*) dan modal yang hasilnya telah ditentukan di muka merupakan riba yang dilarang dalam syariah islam (Utomo, dkk. 2021).

Perbankan syariah setelah mempunyai dasar hukum yang kuat, mengalami perkembangan yang sangat signifikan dengan keluarnya Undang-undang No 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Undang-undang yang mengatur perbankan syariah adalah UU No. 7 tahun 1992, kemudian

diamandemen dengan UU No. 10 tahun 1998, kemudian diperkuat dengan UU khusus tentang Perbankan Syariah yaitu UU No 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah (Kalsum, 2018).

Pada tahun 2008, Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) dengan dukungan pemerintah, mengesahkan UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah. UU ini terdiri dari 70 pasal dan dibagi menjadi 13 bab. Industri perbankan syariah berkembang lebih cepat setelah keluarnya UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah jelas merupakan jaminan bagi kepastian usaha dan jaminan perlindungan hukum yang sangat diperlukan, sebab UU ini menjadi payung hukum bagi semua kalangan yang berhubungan dengan bank syariah. Penjelasan atas UU No.21 tahun 2008 tentang perbankan syariah jelas merupakan jaminan bagi kepastian usaha dan jaminan perlindungan hukum yang sangat diperlukan, sebab UU ini menjadi payung hukum bagi semua kalangan yang berhubungan dengan bank syariah.

Saat ini pelaku ekonomi khususnya perbankan berupaya untuk meningkatkan layanan yang lebih mudah dan cepat bagi penggunanya. Bank yang ada di Indonesia baik bank pemerintah maupun bank swasta akan memberikan pelayanan kepada nasabah yang berbasis teknologi (*electronic transaction*) dalam bentuk *Internet banking*, *mobile banking* yang berbasis *handphone (phone banking)*, pengguna *ATM (Automatic Teller Machine)*, dan *Credit Card*. Pemanfaatan teknologi di perbankan ini diharapkan memberikan manfaat kepada nasabah dan pihak bank (Hanbali, 2011). Kehadiran sistem *online* yang ditangani oleh sistem komputer dan teknologi komunikasi memungkinkan nasabah mengambil uang dari kantor cabang dari bank yang sama yang berada dimana saja. Selain itu juga, penggunaan *digital banking* dapat meningkatkan kepuasan terhadap layanan perbankan yang diberikan kepada nasabah (Marlina dan Bimo, 2018).

Metode konvensional perbankan yang sudah diterapkan sampai saat ini, yaitu nasabah datang ke bank untuk melakukan transaksi perbankan dirasa kurang efisien karena waktu yang tersita cukup banyak, antara lain untuk mengisi formulir, mengantri, kemudian pada

saat di teller membutuhkan waktu untuk memastikan nomor rekening benar atau tidak. Hal ini dilakukan pihak perbankan salah satunya dengan cara meningkatkan pelayanan secara *online* (Laporan BRI, 2010).

Layanan online ditawarkan kepada nasabah karena informasi ini menjadi sangat penting bagi nasabah dan juga bank itu sendiri sehingga teknologi informasi yang digunakan perbankan bertujuan untuk mempermudah baik nasabah, ataupun pihak bank dalam melakukan pekerjaannya (Sulistiyarini, 2012). Layanan perbankan yang dikenal dengan istilah *e-banking* memungkinkan nasabah untuk mendapatkan informasi dan menyelesaikan berbagai urusan perbankan secara cepat, mudah, dan tanpa batas tempat dan waktu.

Mobile banking adalah salah satu bagian dari *e-banking* yang merupakan layanan informasi perbankan *via wireless* paling baru yang ditawarkan pihak bank dengan menggunakan teknologi handphone untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Dengan mobile banking, nasabah tidak perlu lagi ke ATM ataupun ke bank untuk melakukan transaksi perbankan seperti mentransfer uang, cek saldo, ataupun pembayaran tagihan-tagihan (kecuali penarikan uang tunai).

Digitalisasi perbankan di Indonesia didorong oleh peningkatan terhadap penggunaan internet pada kalangan masyarakat. Tercatat Indonesia termasuk salah satu dari sejumlah negara di dunia yang memiliki angka penggunaan internet tertinggi dimana penggunaan terbanyak dikuasai oleh kalangan milenial (Haryanto, 2019). Dengan meningkatnya penetrasi internet dan jumlah penggunaan aktif *Smartphone*, maka hal ini dapat pula meningkatkan jumlah pengguna *digital banking*. Dimana, pengguna *digital banking* paling banyak ditemukan pada generasi milenial (Thusi dan Meduku, 2020). Hal ini disebabkan karena generasi milenial memiliki ketergantungan yang sangat tinggi terhadap teknologi.

William dan Page, mengatakan bahwa setiap kelompok generasi memiliki ekspektasi, pengalaman, gaya hidup yang berbeda sehingga mempengaruhi perilaku konsumsi. Agar sebuah perusahaan harus menerapkan

strategi yang tepat. Sebelum melakukan strategi pemasaran harus pula diketahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat menggunakan teknologi baru (William dan Page, 2011). Hal ini sejalan bila dibandingkan dengan kriteria yang diterapkan oleh nasabah milenial dalam menggunakan layanan perbankan berupa *sms banking*, *mobile banking*, dan *internet banking* yang mampu mengefisienkan dan memudahkan transaksi.

Penting bagi nasabah untuk mendapatkan kemudahan-kemudahan dalam memperoleh informasi keuangan dan melakukan transaksi secara online terlebih bagi mereka yang memiliki tingkat mobilitas yang tinggi. Selain itu, keunggulan dari *mobile banking* adalah keamanan *user-id* yang tidak setiap orang bisa mengetahuinya kecuali pemiliknya. Berdasarkan keunggulan yang dimiliki oleh *mobile banking* tersebut, pihak perbankan yakin dapat menarik minat nasabah dengan memberi layanan yang sejenis.

Meskipun semua manfaat yang tersedia sudah banyak namun belum banyak nasabah yang menggunakan *mobile banking*. Di Indonesia memiliki fenomena yang menarik mengenai *mobile banking* ini. Fenomena ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya karena nasabah sudah merasakan kenyamanan dengan layanan yang ada. Jogiyanto (2007) mengemukakan bahwa meskipun kualitas teknis sistem teknologi informasi sudah meningkat, masih saja banyak yang mengalami kegagalan dalam penerapannya. Pertanyaan berikut ini menjadi menarik, yaitu "Mengapa sistem teknologi yang ada masih banyak yang gagal walaupun kualitas teknisnya sudah baik?" Penelitian-penelitian menunjukkan bahwa penyebab kegagalan sekarang adalah lebih pada aspek keperilakuannya (*behavioral*) atau yang dikenal dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB).

Keperilakuan merupakan tanggapan atau reaksi individu yang dapat bersifat mendukung atau menentang (Asmarani, 2012). Individu yang bertindak sebagai konsumen memiliki hak untuk menerima ataupun menolak suatu produk. Suatu penolakan atau penerimaan terhadap suatu produk merupakan salah satu wujud dari perilaku konsumen. *Theory of Planned Behavior* (TPB) proses dari tindakan

konsumen yang dipengaruhi oleh suatu hal untuk menghasilkan beberapa *output*.

Howard dan Shet menjelaskan bahwa teori perilaku konsumen dapat dilihat dari proses, yaitu input yang berupa rangsangan pemasaran dan lingkungannya yang akan menghasilkan *output* berupa *attitudes toward behavior* (sikap), *purchase intention* (minat), dan *purchase behavior* (perilaku pembelian) (Arthana dan Rukhviyanti, 2015). Dasar ini digunakan Davis dalam mengembangkan model minat adopsi teknologi, yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM) dipengaruhi oleh dua indikator, yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) yang dapat memengaruhi sikap dalam menggunakan teknologi informasi (Sanayei dan Bahmani, 2012). Sikap tersebut akan mempengaruhi minat, dan selanjutnya minat akan berpengaruh pada penggunaan teknologi informasi tersebut.

Selain kedua indikator dalam TAM tersebut, beberapa variabel dalam model *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang digunakan oleh Ajzen, yaitu sikap (*attitudes towards behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) juga memengaruhi minat pengguna (Rukhviyanti, 2015).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Suci Sulistiyarini tahun 2012 dengan menggunakan integrasi TAM dan TPB, persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan dengan persepsi kegunaan pada sikap individu dalam menggunakan mobile banking. Penelitian ini tidak berhasil membuktikan bahwa minat individu dalam menggunakan mobile banking ditentukan oleh kontrol perilaku persepsian. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rizka Ayu Permatasari tahun 2019 di IAIN metro dengan metode penelitian kualitatif menunjukkan hasil bahwa minat mahasiswa menggunakan internet banking terbagi menjadi dua, yaitu minat personal dan situasional yang dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu sosial, pribadi, dan psikologi. Dan penelitian yang dilakukan oleh Yanuardina tahun 2014 dengan menggunakan integrasi TAM dan teknik analisis statistik faktor dan regresi linear berganda menunjukkan hasil bahwa konstruk

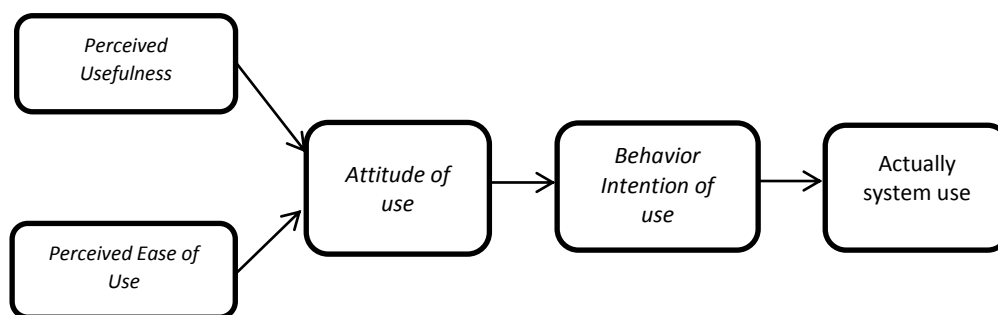
persepsi kemudahan, penggunaan, resiko, dan kesesuaian berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan layanan mobile banking. Sebaliknya, konstruk norma sosial tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking. Penelitian menguji semua indikator pada model TAM dan TPB terhadap minat menggunakan aplikasi mobile banking pada nasabah Bank Syariah Indonesia.

KAJIAN LITARATUR

Technology Acceptance Model (TAM)

Menurut Davis (1989) *Technology acceptance Model* (TAM) adalah adaptasi dari teori Tindakan Beralasan atau *Theory Reasoned Action* (TRA) yang dibuat khusus untuk pemodelan adopsi pengguna sistem informasi. tujuan utama TAM adalah untuk memberikan dasar dalam menelusuri pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan pengguna. Menurut teori TAM, niat perilaku dipengaruhi oleh sikap pengguna terhadap produk yang kemudian dipengaruhi oleh kegunaan yang dirasakan dari produk tersebut dan hal tersebut dianggap sebagai kemudahan dalam penggunaan dan manfaat yang dirasakan mengacu pada tingkat pengguna produk spesifik yang akan meningkatkan kemampuan pengguna untuk mencapai tujuan yang diinginkan, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan dalam penggunaan mengacu pada sejauh mana sistem tersebut bebas dari upaya. TAM adalah sebuah teori yang menjelaskan persepsi penggunaan teknologi. Persepsi penggunaan tersebut akan mempunyai pengaruh terhadap minat penggunaan TI tersebut. Pada model TAM tingkat penerimaan penggunaan TI ditentukan oleh lima konstruk yaitu, persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), sikap dalam menggunakan (*attitude toward using*), perilaku untuk tetap menggunakan (*behavioral intention to use*), dan kondisi nyata penggunaan sistem (*actual system usage*). Gambar 1 merupakan model TAM yang diperkenalkan oleh Davis (1989):

Model TAM menempatkan faktor sikap dari tiap-tiap perilaku pengguna dengan dua variabel yaitu kemanfaatan (*usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai



Gambar 1. Model Technology Acceptance Model (TAM)

Sumber :Davis, 1989

instrumen untuk menjelaskan varian pada minat pengguna (*user's intention*). Berikut lima konstruk utama pada model TAM terhadap penerimaan penggunaan Teknologi informasi: (a) Persepsi kegunaan penggunaan ((*Perceived Usefulness*)). Perspektif penggunaan (*perceived usefulness*) adalah merupakan suatu fasa dimana seseorang percaya bahwa pemakai suatu sistem tertentu akan dapat menambah prestasi kerja orang tersebut. Berdasarkan definisi itu dapat diartikan bahwa kegunaan dari penggunaan TIK dapat menambah kinerja, prestasi kerja siapapun yang menggunakannya. (b) Perspektif kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) dapat meyakinkan pengguna bahwasanya teknologi informasi yang akan diaplikasikan adalah suatu hal yang mudah dan bukan merupakan beban bagi mereka. TIK yang tidak sulit digunakan akan terus diaplikasikan oleh perusahaan. Davis (1989) dalam bukunya juga menyatakan bahwa perspektif kemudahan pengaplikasian (*perceived ease of use*) merupakan sebuah tingkatan dimana seseorang percaya bahwasanya penggunaan sistem tertentu, mampu mengurangi usaha seseorang dalam mengerjakan sesuatu. Frekwensi penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga mampu menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya.

(c) Sikap terhadap pengaplikasian (*Attitude Toward Using*) adalah, sikap pro atau kontra terhadap pengaplikasian sebuah produk. Sikap pro atau kontra terhadap suatu produk ini dapat diaplikasikan guna

memprediksi tingkah laku ataupun niat seseorang untuk menggunakan suatu produk atau tidak menggunakannya. Sikap terhadap pengaplikasian teknologi (*attitude toward using technology*), diartikan sebagai evaluasi dari pemakai tentang keingintahuannya dalam menggunakan teknologi. (d) Perilaku keinginan untuk menggunakan (*Behavioral Intention to Use*) adalah kecenderungan perilaku untuk tetap mengaplikasikan sebuah teknologi (Davis, 1989). Tingkat penggunaan sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dari sikap serta perhatian sang pengguna terhadap teknologi tersebut, contohnya adalah adanya keinginan untuk menambah peripheral pendukung, keinginan untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk mempengaruhi pengguna lain. (e) Pemakaian aktual (*Actual Use*) adalah kondisi nyata pengaplikasian sistem (Davis, 1989). Seseorang akan merasa senang untuk menggunakan sistem jika mereka yakin bahwa sistem tersebut tidak sulit untuk digunakan dan terbukti meningkatkan produktivitas mereka, yang tercermin dari kondisi nyata penggunaan. Bentuk pengukuran pemakaian aktual (*actual system usage*) adalah seberapa kerap dan durasi waktu pemakaian terhadap TIK. Penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*), diukur melalui jumlah akumulasi waktu yang dihabiskan untuk berinteraksi dengan teknologi dan seberapa kali seringnya menggunakan teknologi tersebut.

Menurut Fatmawati (2015) konsep *Technology Acceptance Model* (TAM), merupakan sebuah teori yang menawarkan landasan untuk mempelajari dan memahami perilaku pemakai teknologi dalam menerima dan menggunakan

teknologi yang ditawarkan. Model TAM dikembangkan dari teori psikologis, yang menjelaskan perilaku pengguna teknologi dengan berlandaskan pada hal-hal sebagai berikut: (a) Kepercayaan (*belief*); (b) Sikap (*attitude*); (c) Keinginan (*intention*); (d) Hubungan perilaku pengguna (*user behavior relationship*);

Jogiyanto (2007) menjelaskan bahwa model TAM merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang akan digunakan oleh pemakai, model TRA dapat diterapkan karena keputusan yang dilakukan oleh individu untuk menerima suatu teknologi sistem informasi merupakan suatu tindakan sadar yang dapat dijelaskan dan diprediksi oleh minat pelakunya. TAM merupakan hasil pengembangan dari model TRA namun menambahkan dua konstruk utama ke model TRA. Dua konstruk utama ini adalah (a) Kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) (b) Kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*).

Vankatesh dan Davis (2000) juga menyatakan bahwa *percieved ease of use* adalah sebuah tingkatan seberapa jauh kepercayaan seseorang bahwa teknologi adalah suatu hal yang mudah untuk dipahami. Kaitan antara *Technology Acceptance Model (TAM)* dengan persepsi kegunaan yaitu sikap suatu individu terhadap penggunaan suatu teknologi tergantung pada sejauh mana teknologi tersebut dapat membantu individu tersebut ataupun dapat meningkatkan kinerjanya. Vankatesh dan Davis (2000) menjelaskan bahwa terdapat beberapa indikator dalam *percieved ease of use*, yaitu: (a) *Clear* (jelas) memiliki arti bahwa layanan yang terdapat dalam teknologi tepat sesuai dengan kegunaan; (b) *Understandable* (mudah dipahami) berarti bahwa fungsi dalam teknologi telekomunikasi mudah dipahami dan tidak menimbulkan kesalah pahaman; (c) *Does not require a lot of mental effort* (tidak memerlukan banyak usaha) yang berarti bahwa dalam penggunaan teknologi tidak diperlukan usaha yang berat; (d) *Easy of use* (mudah digunakan) artinya fitur yang ada didalam teknologi mudah untuk dioperasikan dan tidak menimbulkan kesulitan; (f) *Easy to ger the system to do what he/she want to do* (mudah didapatkan saat akan digunakan) yang

memiliki arti bahwa sistem teknologi dapat dengan mudah didapatkan, pengguna hanya perlu untuk mengunduhnya melalui internet dan dapat langsung menggunakannya.

Vankatesh dan Davis (2000) juga menjelaskan Konstruk *Percieved usefulness* diartikan sebagai kepercayaan seseorang dimana dalam penggunaan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Sehingga, apabila seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk digunakan maka dia akan menggunakannya, Namun apabila sebaliknya, maka dia tidak akan menggunakannya. Vankatesh dan Davis (2000) menjelaskan bahwa selain dimensi yang telah dipaparkan di atas, *percieved usefullnes* juga memiliki beberapa indikator di dalamnya, seperti (a) Mempercepat pekerjaan yang artinya dalam penggunaan teknologi dapat dapat membantu pekerjaan yang dimiliki oleh seorang konsumen menjadi lebih cepat. (b) Efektifitas artinya pada saat penggunaan sebuah teknologi konsumen dapat melakukan segala bentuk pekerjaan dalam waktu yang lebih singkat dari biasanya. (c) Bermanfaat yang berarti dalam menggunakan teknologi, para pengguna dapat merasakan manfaat dalam mempermudah pekerjaan. (d) Meningkatkan produktifitas yang memiliki arti bahwa dengan menggunakan sebuah teknologi, para pengguna akan dapat meningkatkan produktifitas dalam bekerja (Sanjaya, 2005).

Menurut Ajzen dan Fishbien (1980) mendefinisikan sikap terhadap penggunaan (*Attitude towards Using*) sebagai perasaan-perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Variabel sikap terhadap penggunaan bias disebut sebagai variabel penghubung antara dua variabel persepsi utama TAM dan variabel niat perilaku menggunakan teknologi. Dibawah ini termasuk beberapa indikator yang akan dipakai pada variabel sikap terhadap penggunaan (a) Sikap Penerimaan; (b) Sikap Penolakan; (c) Pengalaman Menyenangkan

Menurut Ardiani (2015) menyatakan bahwa niat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*) merupakan suatu motivasi atau niat seseorang dalam melaksanakan suatu perilaku tertentu. Dibawah ini adalah beberapa indikator yang digunakan dalam variabel niat perilaku menggunakan

teknologi (a) Keinginan untuk menggunakan teknologi; (b) Keinginan untuk menggunakan teknologi untuk membantu pekerjaan; (c) Keinginan untuk menggunakan teknologi secara terus-menerus.

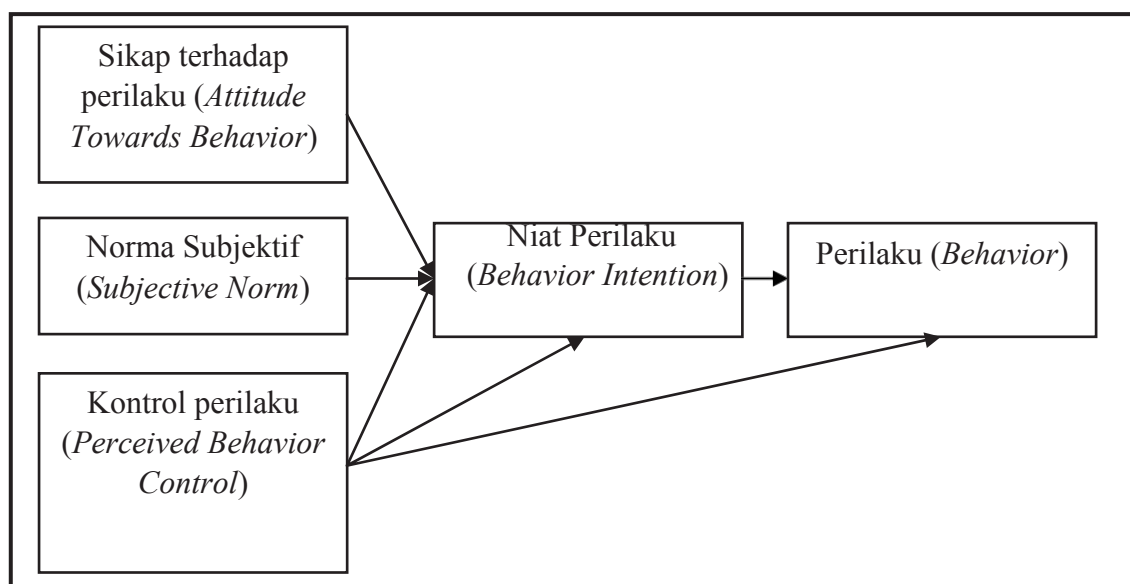
Theory of Planned Behavior (TPB)

Teori Perilaku Berencana (*Theory of Planned Behavior/ TPB*) merupakan suatu gambaran pengembangan teori dari penelitian terdahulu mengenai teori tindakan yang beralasan (*Theory of Reasoned Action/ TRA*). TPB atau *Theory of Planned Behavior* dikembangkan oleh Ajzen (1985) yang terfokus pada faktor-faktor yang menentukan perilaku terbaru individu atau model perbaikan dari model TRA. TPB merupakan perluasan dari model TRA yang merupakan maksud individu dalam melakukan suatu perilaku. Maksud tersebut sendiri merupakan kemampuan untuk menangkap faktor motivasional yang mempengaruhi suatu perilaku untuk menunjukkan seberapa kuat keinginan seseorang untuk mencoba dan seberapa banyak usaha yang dirancang untuk mengaplikasikan dari usaha tersebut. Model TPB dalam teori ini keinginan perilaku terdiri dari sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan (Lucyanda, 2010).

Terdapat beberapa letak perbedaan yang utama antara sistem TPB dengan TAM, yaitu

ada jenis tambahan. TAM tidak mendetail dalam menerangkan faktor sosial tapi TPB sungguh merincikan, TPB dan TAM mengendalikan perilaku juga mempunyai cara yang berlainan. (Siregar, 2011). Menurut Robbins (2006), terdapat 3 unsur dari sikap, yaitu: (1) unsur kognitif (perilaku yang mengacu pada kepercayaan baik dan tidak baik). (2) unsur afektif (perilaku yang membentuk perasaan seseorang kepada objek, contohnya benci atau tidak benci). (3) unsur perilaku (perilaku yang mendasar pada tujuan untuk bersikap dalam rumus tertentu kepada seseorang atau suatu barang).

Meski menurut Ajzen (2006) perilaku merupakan perihail dari keadaan sebuah perilaku. Beranggapan dengan keadaan 2 unsur yang saling bersangkutan, yaitu kepercayaan tentang akibat perilaku dan penilaian tidak baik atau positif terhadap masing-masing kemampuan dari keadaan perilaku. Icek Ajzen membentangkan teori TPB ini pada tahun 1988. Ajzen (1988) membubuhkan suatu unsur yang belum terdapat dalam TRA, yaitu pengendalian perilaku yang beranggapan (*Perceived Behavioral Control/ PBC*). Hal nya unsur ini yang dibubuhkan dalam TPB dilakukan supaya dapat mengendalikan perilaku individual yang di garis oleh keadaan kekurangan dan kesempatan dari kurangnya



Gambar 2. Model Theory Of Planned Behavior (TPB) Ajzen (1991)

Sumber : Hartono (2007:62)

bahan yang dipakai untuk mengadakan tanggapannya (Jogiyanto, 2007). Maksud Chau dan Hu (1999) bahwa PBC dibutuhkan dalam usaha untuk memaklumi adanya kesempatan yang dipunyai satu individu dalam kerangka mengerjakan suatu tanggapan tertentu. Artinya Teori Perilaku yang Dikonsepkan (TPB) merupakan bentuk pelebaran teori dari Teori Tindakan Beralasan (TRA). Dugaan dalam TRA dan TPB yaitu individu yang logis dalam memutuskan suatu perbuatan seseorang dan dilibatkan dari keadaan tindakan tersebut dalam mengambil suatu hasil.

Makna teori TPB atau *Theory of Planned Behaviour*, ditemukan 3 macam pendapat yang membimbing manusia, yaitu: (1) Kepercayaan tentang perihai dari akibat adanya perilaku (kepercayaan perilaku), dimana pada kepercayaan ini akan membuat sikap kepada perilaku yang bagus dan tidak bagus. (2) Kepercayaan tentang kepercayaan berpegang teguh pada orang lain (kepercayaan normatif), pilihan pada kepercayaan ini akan membuah hasil desakan sosial yang berbentuk ras/norma subjektif. (3) Kepercayaan tentang keadaan faktor yang bisa memfasilitasi atau menahan kinerja dari reaksi (kepercayaan pengendalian), yang hendak membuah hasil pengendalian dari perilaku yang dialami.

Ketiga hal terkemuka yang hendak membentuk niat (*intention*). Secara menyeluruh, kian bertambah baik sikap dan aturan subjektif dan semakin luas pengendali yang dialami, maka hendak bertambah kuat niat seseorang sudah melakukan sebuah perilaku yang dituju (Ajzen, 2006). Niat (*intention*) didefinisikan sebagai keinginan untuk melakukan perilaku. Niat tidak selalu statis dan dapat berubah seiring berjalannya waktu (Jogiyanto, 2008). Niat erat kaitannya dengan motivasi, yaitu dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan sesuatu tindakan dengan tujuan tertentu. Niat yang baik akan mendorong timbulnya motivasi untuk berbuat baik Secara merata, bertambahnya kebaikan sikap dan aturan subjektif, dan bertambah besarnya pengendalian yang dialami, maka akan bertambah kuat niat (*intention*) individu untuk mengerjakan perilaku yang dituju.

Minat

Pada hakikatnya orang, minat sangat berperan penting dalam kehidupannya. Minat mempunyai dampak yang besar atas perilaku dan sikap orang tersebut. didalam belajarpun minat dapat menjadi sumber aktivitas, atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan.

Abu Ahmadi mendefinisikan bahwa minat merupakan sikap jiwa seseorang yang tertuju pada suatu objek tertentu ketiga jiwanya (kognisi, konasi dan emosi) dan dalam hubungan itu unsur perasaan yang terkuat. Minat mengandung unsur-unsur yang terdiri dari kognisi (mengenal), emosi (perasaan), dan konasi (kehendak). Unsur kognis, dalam arti minat itu didahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai objek yang dituju oleh minat tersebut. Unsur emosi karena dalam partisipasi atau pengalaman itu disertai dengan perasaan tertentu (perasaan senang) sedangkan unsur konasi merupakan kelanjutan dari kedua tersebut yaitu yang diwujudkan dalam bentuk kemauan dan hasrat untuk melakukan suatu kegiatan, termasuk kegiatan.

Minat menurut Slameto (2010) adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minat. Secara garis besar, minat memiliki dua pengertian. Pertama, usaha dan kemauan untuk memperingati (*Learning*) dan mencari sesuatu, kedua, merupakan dorongan pribadi seseorang dalam mencapai tujuan tertentu.

Menurut Ormond (2018) minat dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu (a) Minat Situasional. Minat situasional adalah minat yang disebabkan secara temporer oleh sesuatu dilingkunganekitar. (b) Minat Pribadi. Minat pribadi adalah minat yang bersifat jangka panjang dan relatif stabil pada suatu topik atau aktivitas.

Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi dua macam antara lain: (a)

Minat Primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makanan, perasaan enak dan nyaman, kebebasan dan beraktivitas. (b) Minat Kultural atau sosial adalah minat yang timbulnya karena proses belajar, minat ini tidak secara langsung berhubungan dengan diri kita. Misalnya minat belajar individu punya pengalaman bahwa masyarakat atau lingkungan akan lebih menghargai orang-orang terpelajar dan pendidikan tinggi, sehingga hal ini akan menimbulkan minat individu untuk belajar dan berprestasi agar mendapat penghargaan dari lingkungan, hal ini mempunyai arti yang sangat penting bagi harga dirinya.

(a) Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi dua macam antara laina. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar atau minat asli. Misalnya seseorang belajar karena memang pada ilmu pengetahuan atau karena memang senang membaca, bukan karena ingin mendapatkan pujian atau penghargaan. (b) Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut, apabila tujuannya sudah tercapai ada kemungkinan minat tersebut hilang. Misalnya seseorang yang belajar dengan tujuan agar menjadi juara kelas atau lulus ujian.

Berdasarkan cara mengungkapkan minat dapat dibedakan menjadi empat macam, terdiri atas: (a) *Expressed interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subjek untuk menyatakan atau menuliskan kegiatan-kegiatan baik yang berupa tugas maupun bukan tugas dengan perasaan senang. (b) *Manifest interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi secara langsung terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan subjek. (c) *Tested interest* adalah minat yang diungkapkan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif yang diberikan. (d) *Inventoried interest* adalah minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandardisasikan.

Adapun pembagian minat menurut para ahli yaitu sebagai berikut. Menurut Milton (1961) minat dibagi menjadi dua yaitu: (1)

Minat subyektif : Perasaan yang menyatakan bahwa pengalaman-pengalaman tertentu yang bersifat menyenangkan. (2) Minat obyektif : Reaksi yang merangsang kegiatankegiatan dalam lingkungannya. Menurut Samsudin (1961) minat jika dilihat dari segi timbulnya terdiri dari dua macam yaitu: (1) Minat spontan : minat yang timbul dengan sendirinya secara langsung. (2) Minat yang disengaja : minat yang dimiliki karena dibangkitkan atau ditimbulkan. (3) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat: Faktor minat mempunyai peranan yang sangat penting, minat individu terhadap suatu objek, pekerjaan, orang, benda, dan persoalan yang berkenaan dengan dirinya timbul karena ada faktor yang mempengaruhinya pada objek yang diamati.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan (misal: umur, bobot, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian) dan yang berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat. Agus Sujanto memperkuat pendapat ini, dengan menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat ada 2, yakni faktor internal dan faktor eksternal. (1) Faktor Internal--adapun faktor yang tergolong dalam faktor internal, yaitu (a) Motif adalah keadaan dalam pribadi orang yang mendorong individu untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu guna mencapai tujuan. (b) Sikap adalah adanya kecenderungan dalam subjek untuk menerima, menolak suatu objek yang berharga baik atau tidak baik. (c) Permainan adalah merupakan suatu permasalahan tenaga psikis yang tertuju pada suatu subjek semakin intensif perhatiannya. (d) Pengalaman suatu proses pengenalan lingkungan fisik yang nyata baik dalam dirinya sendiri maupun di luar dirinya dengan menggunakan organ-organ indra.

(2) Faktor Eksternal – Lingkungan bisa juga mempengaruhi minat, karena lingkungan mempunyai peranan yang sangat penting terhadap individu, baik itu lingkungan fisik yang berhubungan dengan benda konkrit maupun lingkungan fisik yang berhubungan dengan jiwa seseorang. Lingkungan itu sendiri

terbagi atas 2 bagian, yakni (1) Lingkungan fisik, yaitu berupa alat misalnya keadaan tanah. (2) Lingkungan sosial, yaitu merupakan lingkungan masyarakat dimana lingkungan ini adanya interaksi individu yang satu dengan yang lain. Keadaan masyarakat akan memberi pengaruh tertentu kepada individu. Dengan teknik pengungkapan yang cukup berbeda, *Crow and Crow* mengungkapkan bahwa ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, antara lain yaitu:

Dari Dalam Diri Individu. Dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu, melakukan penelitian dan lain-lain. Motif Sosial Motif sosial ini dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan sesuatu aktivitas tertentu. Misalnya minat untuk belajar atau menuntut ilmu pengetahuan timbul karena ingin mendapat penghargaan dari masyarakat, karena biasanya yang memiliki ilmu pengetahuan cukup luas (orang pandai) mendapat kedudukan tinggi dan terpondang dalam masyarakat.

Faktor Emosional – Minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut. Sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut.

METODE PENELITIAN

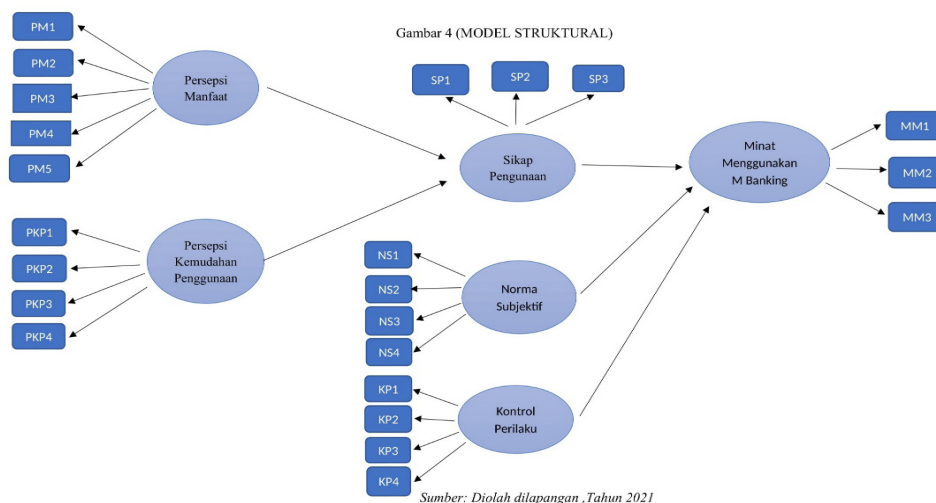
Peneliti menggunakan rancangan penelitian dengan metode Kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka-angka yang dijumlahkan sebagai data yang dianalisis. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang dimaksudkan untuk menjelaskan fenomena dengan menggunakan data-data numerik, kemudian dianalisis yang umumnya menggunakan *statistic*. Jenis penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal, yaitu penelitian yang dilakukan untuk mencari hubungan atau pengaruh satu atau lebih variable independen dengan satu atau lebih variable dependen yang bersifat sebab akibat (Suryani dan Hendryadi, 2020). Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei.

Desain pada penelitian ini dapat dipaparkan seperti pada gambar 3

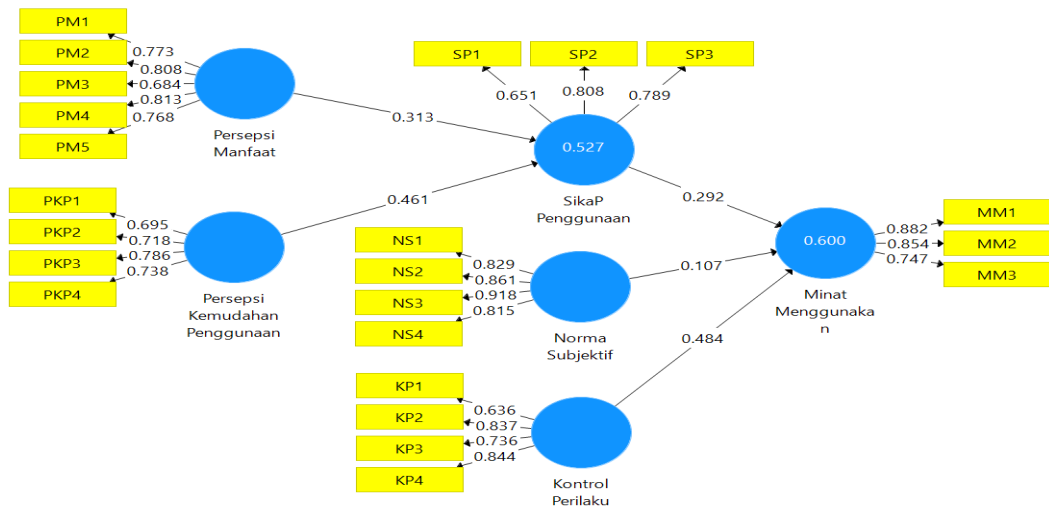
Pada desain penelitian diatas persepsi manfaat (PM) dan persepsi kemudahan penggunaan (PKP) merupakan indikator dari TAM, sedangkan sikap penggunaan (SP), norma subjektif (NS), dan kontrol perilaku (KP) merupakan indikator dari TPB yang dimana semua indikator mengarah ke minat menggunakan mobile banking syariah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model analisis partial



Gambar 3. Desain Penelitian



Gambar 4. Outer Model

Sumber : Data diolah di SmartPLS 3.0, Tahun 2022

Tabel 1. Hasil Analisis Convergent Validity

	Kontrol Prilaku	Minat Menggunakan	Norma Subjektif	Persepsi Kemudahan Penggunaan	Persepsi Manfaat	Sikap Penggunaan
KP1	0,636					
KP2	0,837					
KP3	0,736					
KP4	0,844					
MM1		0,882				
MM2		0,854				
MM3		0,747				
NS1			0,829			
NS2			0,861			
NS3			0,918			
NS4			0,815			
PKP1				0,695		
PKP2				0,718		
PKP3				0,786		
PKP4				0,738		
PM1					0,773	
PM2					0,808	
PM3					0,684	
PM4					0,813	
PM5					0,768	
SP1						0,651
SP2						0,808
SP3						0,789

Sumber : Data diolah di SmartPLS 3.0, Tahun 2022

least square (PLS) dengan program yang digunakan yaitu SmartPLS 3.0.

Outer Model menunjukkan bagaimana *variabel manifest* atau *observed variabel* mempresentasi variabel laten untuk di ukur. Dalam analisa model ini menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai *Convergent Validity* adalah nilai *Loading* faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Digunakan untuk menguji validitas tiap indikator di suatu variabel. Ukuran reflektif individual dikatakan tinggi jika berkoreasi $> 0,7$, dengan konstruk yang ingin diukur, artinya indikator tersebut valid mengukur konstruk yang dibuat. Namun, demikian untuk tahap pengembangan skala pengukuran nilai *loading* $> 0,5$ dianggap cukup yang artinya memenuhi syarat.

Hasil temuan pada Tabel diatas menunjukkan bahwa 6 variabel yang digunakan dalam penelitian ini seperti Persepsi manfaat, Persepsi Kemudahan penggunaan, Sikap penggunaan, norma subjektif, dan kontrol perilaku, pada Determinan TAM dan TPB Serta minat menggunakan dalam setiap pertanyaan yang mewakili masing-masing variabel memiliki nilai *loading factor* $> 0,5$ maka dapat dinyatakan pernyataan yang mewakili setiap variabel memenuhi syarat untuk diteliti.

Pengukuran *Discriminat Validity* dengan menggunakan nilai *cross loading* dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Hasil temuan pada pengujian ini dengan *Average Variance Extracted* (AVE) menunjukkan bahwa nilai AVE yang dihasilkan setiap variabel yang digunakan lebih besar dari 0,5 maka dapat dikatakan memenuhi syarat yang disajikan.

Berdasarkan sajian tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai AVE dari semua variabel

didas $> 0,5$. Dimana variabel kontrol perilaku sebesar 0,590, minat menggunakan sebesar 0,689, norma subjektif sebesar 0,734, persepsi kemudahan penggunaan sebesar 0,540, persepsi manfaat sebesar 0,549, dan sikap penggunaan sebesar 0,566. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel telah memiliki *discriminant validity* yang baik.

Hasil yang sudah diperoleh diatas menunjukkan bahwa nilai setiap item pertanyaan baik Persepsi manfaat, Persepsi Kemudahan penggunaan, sikap penggunaan, norma subjektif, dan kontrol penggunaan pada Determinan TAM dan TPB serta minat menggunakan menghasilkan nilai *cross loading* $>$ besar dalam melakukan perbandingan antara variabel pada pertanyaan yang digunakan untuk mewakilinya.

Selanjutnya pengukuran Reabilitas akan menunjukkan sebesar akuratnya konsistensi jawaban responden dalam variabel yang digunakan untuk menentukan apakah responden konsisten dalam menjawab persoalan yang diteliti. Dalam pengukuran ini ada 2 cara yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : *Composite reability* merupakan bagian yang digunakan untuk menguji nilai reabilitas indikator variabel. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai *composite reability* $> 0,7$ artinya bahwa variabel tersebut memiliki reabilitas yang tinggi meskipun 0,6 masih dapat diterima. Berikut adalah hasil analisis *composite reability* ditampilkan sebagai berikut :

Nilai *composite reability* yang dihasilkan pada setiap variabel kontrol perilaku, minat menggunakan, norma subjektif, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, sikap penggunaan $> 0,7$. Dimana nilai *composite*

Tabel 2. Hasil Analisis Average Variance Extracted (AVE)

	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Kontrol Prilaku	0,590
Minat Menggunakan	0,689
Norma Subjektif	0,734
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,540
Persepsi Manfaat	0,594
Sikap Penggunaan	0,566

Sumber : Data diolah di SmartPLS 3.0, Tahun 2022

Tabel 3. Hasil Analisis Cross Loading

	Kontrol Prilaku	Minat Menggunakan	Norma Subjektif	Persepsi Kemudahan Penggunaan	Persepsi Manfaat	Sikap Penggunaan
KP1	0,636	0,410	0,227	0,541	0,509	0,549
KP2	0,837	0,608	0,270	0,479	0,478	0,594
KP3	0,736	0,516	0,282	0,492	0,462	0,453
KP4	0,844	0,689	0,410	0,587	0,523	0,644
MM1	0,639	0,882	0,403	0,451	0,468	0,601
MM2	0,656	0,854	0,292	0,365	0,477	0,572
MM3	0,537	0,747	0,318	0,451	0,607	0,530
NS1	0,177	0,236	0,829	0,368	0,242	0,199
NS2	0,211	0,223	0,861	0,350	0,217	0,162
NS3	0,449	0,513	0,918	0,371	0,364	0,420
NS4	0,401	0,262	0,815	0,413	0,342	0,393
PKP1	0,563	0,414	0,288	0,695	0,633	0,455
PKP2	0,614	0,488	0,351	0,718	0,518	0,563
PKP3	0,412	0,248	0,380	0,786	0,544	0,544
PKP4	0,394	0,339	0,236	0,738	0,523	0,468
PM1	0,469	0,531	0,297	0,558	0,773	0,477
PM2	0,559	0,438	0,264	0,576	0,808	0,500
PM3	0,306	0,266	0,282	0,554	0,684	0,375
PM4	0,473	0,477	0,261	0,641	0,813	0,601
PM5	0,598	0,615	0,281	0,562	0,768	0,544
SP1	0,381	0,291	0,322	0,565	0,379	0,651
SP2	0,631	0,618	0,243	0,558	0,585	0,808
SP3	0,601	0,584	0,304	0,470	0,498	0,789

Sumber : Data diolah di SmartPLS 3.0, Tahun 2022

Tabel 4. Hasil analisis composite reliability

	Reliabilitas Komposit
Kontrol Prilaku	0,850
Minat Menggunakan	0,868
Norma Subjektif	0,917
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,824
Persepsi Manfaat	0,879
Sikap Penggunaan	0,795

Sumber : Data diolah di SmartPLS 3.0, Tahun 2022

reability dari variabel kontrol prilaku yaitu sebesar 0,850, variabel minat menggunakan sebesar 0,868, variabel norma subjektif sebesar 0,917, variabel persepsi kemudahan penggunaan sebesar 0,824, variabel persepsi manfaat sebesar 0,879, dan variabel sikap

penggunaan > 0,7 yaitu sebesar 0,795. Hal ini berarti menunjukkan semua variabel tersebut reliabel.

Uji reabilitas dengan *composite reability* dapat diperkuat dengan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* kriteria penilaian variabel

apabila nilai *Cronbach's Alpha* tiap variabel 0,6 maka dikatakan reliabel. Hasil uji reabilitas dengan *Cronbach's Alpha* dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. *Cronbach's Alpha*

	Cronbach's Alpha
Kontrol Prilaku	0,767
Minat Menggunakan	0,771
Norma Subjektif	0,886
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,717
Persepsi Manfaat	0,830
Sikap Penggunaan	0,619

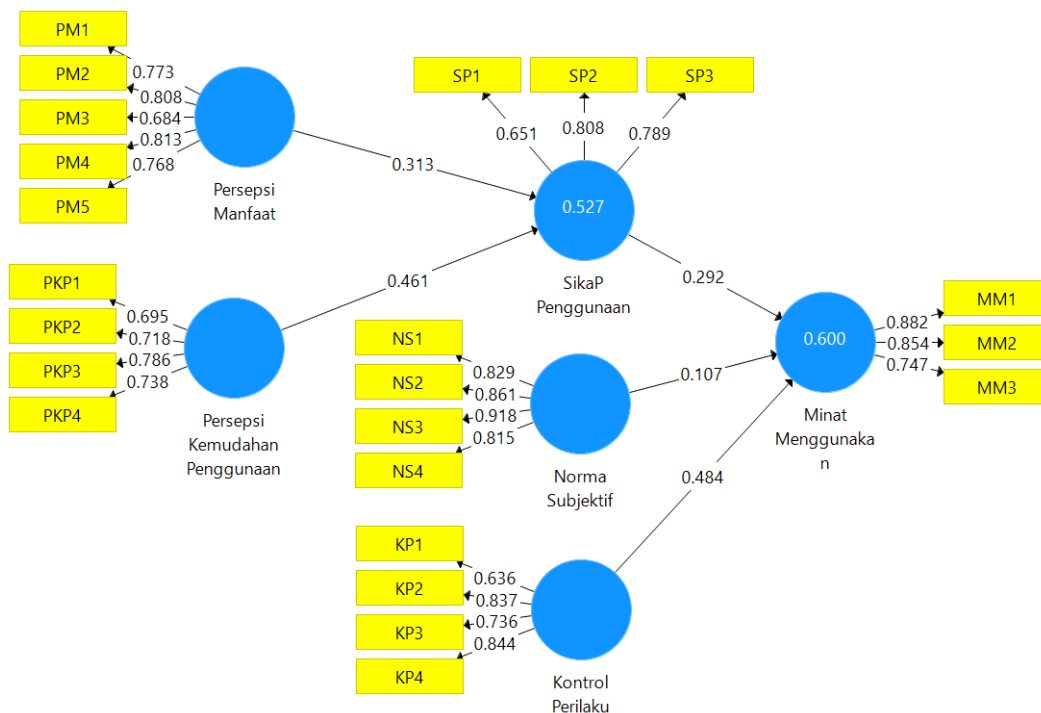
Sumber : Data diolah di SmartPLS 3.0, Tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat bahwa hasil *cronbach's alpha* semua variabel > 0,6. Dimana variabel kontrol perilaku sebesar 0,767, minat menggunakan sebesar 0,771, norma subjektif sebesar 0,886, persepsi kemudahan penggunaan sebesar 0,717, persepsi manfaat sebesar 0,830, dan sikap penggunaan sebesar 0,619. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel telah memenuhi syarat karena keseluruhan variabel telah memiliki tingkat reabilitas yang tinggi.

Inner Model menunjukkan kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk. Pada penelitian ini akan dijelaskan mengenai hasil uji *Path coefficient*, Uji *goodness of fit* dan Uji hipotesis. Berdasarkan data tersebut yang dilakukan analisis, hasilnya dapat digunakan untuk menjawab hipotesis dalam penelitian ini. Untuk melihat hasil dari uji hipotesis pada penelitian ini dapat dilakukan dengan melihat hasil dari *t Statistic* dan *P Values*. Hipotesis ini dapat dikatakan diterima apabila *P Value* < 0,05. Untuk hasil dari pengolahan hipotesis pengaruh langsung dapat dilihat pada tabel *path coefficient* yang berada pada *bootstrapping* SmartPLS. Hasil uji dapat dilihat melalui tabel uji *bootstrapping*.

Pada uji *path coefisien* ini akan menunjukkan seberapa kuat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan skema *inner model* yang telah ditampilkan pada gambar, dan juga pada tabel *path coefisien* dapat menjelaskan pengaruh terbesar sampai terkecil.

Pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pengaruh terbesar ditunjukkan pada pengaruh variabel kontrol perilaku terhadap



Gambar 5. *Inner Model*

Sumber : Data diolah di SmartPLS 3.0, Tahun 2022

Tabel 6. Hasil Pengujian Pengaruh Langsung (*Path Coefficient*)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Persepsi Kemudahan Penggunaan -> Sikap Penggunaan	0,461	0,467	0,131	3,515	0,000
Persepsi Manfaat -> Sikap Penggunaan	0,313	0,315	0,136	2,306	0,022
Sikap Penggunaan -> Minat Menggunakan	0,292	0,297	0,113	2,570	0,010
Norma Subjektif -> Minat Menggunakan	0,107	0,109	0,081	1,327	0,185
Kontrol Perilaku -> Minat Menggunakan	0,484	0,483	0,126	3,851	0,000

Sumber : Data diolah di SmartPLS 3.0, Tahun 2022

minat menggunakan yaitu sebesar 3,851. pengaruh terbesar kedua adalah variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan sebesar 3,515. Setelah itu pengaruh terbesar ketiga yaitu variabel sikap penggunaan terhadap minat menggunakan sebesar 2,570. Kemudian selanjutnya pengaruh terbesar keempat yaitu persepsi manfaat terhadap sikap penggunaan yaitu sebesar 2,306. Dan pengaruh terkecil pada variabel ini yaitu norma subjektif terhadap minat menggunakan yaitu sebesar 1,327.

Berdasarkan hasil uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa beberapa model dalam variabel ini memiliki nilai *path coefficient* yang positif. Hal ini dapat diketahui karena semakin besar nilai *path coefficient* maka semakin kuat juga pengaruhnya terhadap hubungan variabel independen dan dependen tersebut.

Untuk menentukan signifikan atau tidaknya dapat dilihat dengan *P value* di mana hasil analisisnya Secara parsial nilai yang dihasilkan variabel kontrol Perilaku terhadap minat menggunakan dengan *t statistic* 3,851 dan *p value* 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $t \text{ statistic} > t \text{ tabel}$ dimana $t \text{ tabel}$ adalah ($db = n-2$ untuk $n=104$ dengan taraf signifikansi 5% adalah 1,984) maka $t \text{ statistic} > t \text{ tabel}$ ($3,851 > 1,984$) atau $p \text{ value} 0,000 < 0,05$ maka secara keseluruhan dapat diartikan bahwa variabel kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan. Secara parsial nilai yang dihasilkan variabel Persepsi Kemudahan penggunaan terhadap Sikap penggunaan dengan *t statistic* 3,515 dan *p*

value 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $t \text{ statistic} > t \text{ tabel}$ dimana $t \text{ tabel}$ adalah ($db = n-2$ untuk $n=104$ dengan taraf signifikansi 5% adalah 1,984) maka $t \text{ statistic} > t \text{ tabel}$ ($3,515 > 1,984$) atau $p \text{ value} 0,000 < 0,05$ maka secara *statistic* artinya variabel Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap Sikap Penggunaan. Secara parsial nilai yang dihasilkan variabel sikap penggunaan terhadap minat menggunakan dengan *t statistic* 2,570 dan *p value* 0,010. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $t \text{ statistic} > t \text{ tabel}$ dimana $t \text{ tabel}$ adalah ($db = n-2$ untuk $n=104$ dengan taraf signifikansi 5% adalah 1,984) maka $t \text{ statistic} > t \text{ tabel}$ ($2,570 > 1,984$) atau $p \text{ value} 0,010 < 0,05$ maka secara *statistic* artinya variabel sikap penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan.

Secara parsial nilai yang dihasilkan variabel persepsi manfaat terhadap Sikap Penggunaan dengan *t statistic* 2,306 dan *p value* 0,022. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $t \text{ statistic} > t \text{ tabel}$ dimana $t \text{ tabel}$ adalah ($db = n-2$ untuk $n=104$ dengan taraf signifikansi 5% adalah 1,984) maka $t \text{ statistic} > t \text{ tabel}$ ($2,306 > 1,984$) atau $p \text{ value} 0,022 < 0,05$ maka secara *statistic* artinya variabel persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan. Secara parsial nilai yang dihasilkan variabel norma subjektif terhadap minat menggunakan dengan *t statistic* 1,327 dan *p value* 0,185. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $t \text{ statistic} < t \text{ tabel}$ dimana $t \text{ tabel}$ adalah ($db = n-2$ untuk $n=104$ dengan taraf signifikansi 5% adalah 1,984) maka $t \text{ statistic} < t \text{ tabel}$ ($1,327 < 1,984$) atau $p \text{ value} 0,185 > 0,05$ maka

secara *statistic* artinya variabel norma subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan.

Berdasarkan dari data diatas dapat disimpulkan melalui pengaruh pada masing-masing indikator TAM seperti persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat yang mempunyai pengaruh signifikan dan berhubungan positif terhadap indikator sikap penggunaan. Disamping itu indikator TPB seperti sikap penggunaan dan kontrol perilaku berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menggunakan, sedangkan indikator norma subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking syariah.

PEMBAHASAN

Penelitian ini menguji determinan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) terhadap minat mahasiswa menggunakan mobile banking syariah. Dalam penelitian ini faktor determinan TAM terhadap minat menggunakan mobile banking syariah adalah persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*), dan untuk determinan TPB terhadap minat menggunakan mobile banking syariah adalah sikap penggunaan (*Attitude Towards Behavior*), norma subjektif (*subjective norm*) dan kontrol perilaku (*Perceived Behavior Control*). Berdasarkan hasil uji hipotesis diatas, maka dapat diketahui bahwa pada konstruk persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi manfaat (*perceived usefulness*), sikap penggunaan (*Attitude Towards Behavior*) dan kontrol perilaku (*Perceived Behavior Control*) memengaruhi minat mahasiswa menggunakan mobile banking syariah.

Dari hasil uji validitas dan reliabilitas dapat diketahui bahwa masing-masing indikator telah mampu mengukur dimensi dan konsep yang diujinya serta antara konsep yang satu dan yang lainnya bersifat bebas. Dengan dilakukannya analisis faktor konfirmatori (uji *goodness of fit* dan uji signifikansi bobot faktor) telah terbukti bahwa variabel yang diamati dapat mencerminkan faktor yang dianalisis. Dengan dilakukan uji keseluruhan kesesuaian model (uji *goodness of fit* dan uji

kausalitas regression weight) telah terbukti bahwa model keseluruhan fit dan hubungan kausalitas yang dibangun dapat teruji. Maka tahap selanjutnya akan dilakukan pembahasan terhadap hasil analisis tersebut dengan melihat hubungan yang terjadi sebagai pembuktian hipotesis yang diangkat dalam penelitian ini.

Pengaruh Determinan *Technology Acceptance Model* (TAM) terhadap Minat

Menurut Davis, persepsi kemudahan penggunaan adalah kemampuan individu dalam memahami sistem teknologi yang digunakan dan hal ini berkaitan dengan kejelasan dan informasi yang dapat dipahami yang disediakan oleh sistem. Dalam memahami penggunaan sistem teknologi tersebut, penggunaannya membutuhkan usaha mental. Hasil dari uji hipotesis menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan (*attitude towards behavior*). Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee (2008), Suci Sulistiyarini (2012), Ula Rahmatika dan Muhammad Andyzal fajar (2019), dan Novi Rukhviyanti (2015). Dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan dalam minat menggunakan mobile banking syariah.

Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) merupakan suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Persepsi manfaat adalah fase dimana seseorang percaya bahwa pemakai suatu sistem tertentu akan dapat menambah prestasi kerja orang tersebut. Berdasarkan definisi itu dapat diartikan bahwa kegunaan dari penggunaan teknologi informasi adalah dapat menambah kinerja, prestasi kerja siapapun yang menggunakannya. Hasil dari analisis uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan dalam minat menggunakan mobile banking syariah. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee (2008), Suci Sulistiyarini (2012), Novi Rukhviyanti (2015), Ula Rahmatika dan Muhammad Andyzal fajar

(2019). Dimana persepsi manfaat berpengaruh terhadap sikap penggunaan dalam minat menggunakan e-banking.

Pengaruh Determinan *Theory of Planned Behavior* (TPB) terhadap Minat

Individu akan melakukan sesuatu sesuai dengan sikap yang dimilikinya terhadap suatu perilaku. Sikap terhadap perilaku yang dianggapnya positif itu yang nantinya akan dipilih individu tersebut untuk berperilaku dalam kehidupannya. Oleh sebab itu sikap merupakan suatu wahana dalam membimbing seseorang untuk berperilaku. Berdasarkan hasil dari uji hipotesis pada penelitian ini, sikap penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nor dan Pearson (2007), Nazar dan Syahrani (2008), Thatit Mahendra (2013), dan Khack (2012) bahwa sikap penggunaan berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan m-Banking.

Seseorang melakukan suatu perilaku tertentu jika perilakunya dapat diterima oleh orang-orang yang dianggapnya penting dalam kehidupannya dapat menerima apa yang akan dilakukannya. Sehingga, normative beliefs menghasilkan kesadaran akan tekanan dari lingkungan sosial atau norma subjektif. Berdasarkan hasil dari uji hipotesis pada penelitian ini, norma subjektif tidak berpengaruh positif atau signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking syariah. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Thatit Mahendra (2013), Nazar dan Syahrani (2008) dimana norma subjektif tidak berpengaruh terhadap minat. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Suci Sulistiyarini (2012), Novi Rukhviyanti (2015) dan Lee (2008) yang dimana dalam penelitiannya bahwa norma subjektif berpengaruh terhadap minat menggunakan e-Banking.

Berdasarkan hasil tersebut maka peneliti berasumsi bahwa norma subjektif dalam hal ini tidak menunjukkan pengaruhnya terhadap minat menggunakan, karena norma subjektif atau lingkungan sosial pada setiap individu berbeda-beda. Contohnya seperti ada masyarakat yang kolektif atau masyarakat yang tidak bisa lepas dari bantuan individu

lain dan masyarakat individual atau masyarakat yang lebih memilih melakukan sesuatu sendiri tanpa harus meminta bantuan orang lain. Yang artinya bahwa individu tersebut memiliki niat tersendiri dalam dirinya bukan atas dorongan dari individu lain atau lingkungan sosial untuk menggunakan mobile banking tersebut. Disamping itu juga rata-rata responden pada penelitian ini merupakan generasi Z dengan rentang usia antara 18-23 tahun yang dimana karakteristik dari generasi Z yaitu lebih mandiri dalam melakukan berbagai hal termaksud mengoperasikan teknologi informasi, karena teknologi informasi sudah melekat erat pada generasi sekarang. Sehingga generasi saat ini tidak memerlukan bantuan atau dorongan dari individu lain untuk menggunakan aplikasi mobile banking syariah.

Dalam berperilaku, individu tidak dapat mengontrol sepenuhnya perilakunya dibawah kendali individu tersebut atau dalam suatu kondisi dapat sebaliknya dimana seorang individu dapat mengontrol perilakunya dibawah kendali individu tersebut. Pengendalian seorang individu terhadap perilakunya disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu faktor internal dan juga faktor eksternal. Faktor internal berasal dari dalam diri individu tersebut seperti keterampilan, kemauan, informasi, dan lain-lain. Sedangkan faktor eksternal berasal dari lingkungan yang ada disekeliling individu tersebut. Persepsi terhadap kontrol perilaku adalah bagaimana seseorang mengerti bahwa perilaku yang ditunjukkannya merupakan hasil pengendalian yang dilakukan oleh dirinya.

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada penelitian ini, bahwa kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking syariah. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Thatit Mahendra (2013), Khack (2012), Nazar dan Syahrani (2008). Dimana kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Suci Sulistiyarini (2012) dan Novi Rukhviyanti (2015) yang dimana dalam penelitiannya kontrol perilaku tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan e-Banking.

Berdasarkan hasil penjelasan diatas dari indikator-indikator TAM dan TPB, indikator TAM menunjukkan adanya pengaruh dan hubungan yang positif terhadap sikap penggunaan pada minat menggunakan. Sedangkan indikator norma subjektif pada TPB tidak menunjukkan pengaruh ataupun hubungan pada minat menggunakan mobile banking syariah. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa model kombinasi TAM dan TPB berpengaruh positif pada minat mahasiswa menggunakan mobile banking syariah.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah hasil penelitian menunjukkan bahwa minat individu dalam menggunakan mobile banking ditentukan oleh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*), Sikap (*attitude*) dan Kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Hasil tersebut mendukung model kombinasi *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Dalam penelitian ini indikator persepsi kemudahan penggunaan pada determinan TAM memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap penggunaan pada minat dalam menggunakan mobile banking syariah.

Dalam penelitian ini indikator persepsi manfaat pada determinan TAM juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap penggunaan pada minat mahasiswa dalam menggunakan mobile banking syariah. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa indikator sikap penggunaan (*Attitude Towards Behavior*) pada determinan TPB memiliki pengaruh yang signifikan pada minat menggunakan mobile banking syariah. Hasil dari penelitian ini tidak dapat membuktikan bahwa minat individu dalam menggunakan mobile banking syariah ditentukan oleh norma subjektif (*Subjective Norm*) pada determinan TPB. Hal ini karena generasi sekarang tidak begitu memerlukan bantuan ataupun dorongan untuk menggunakan teknologi informasi termaksud aplikasi mobile banking syariah itu sendiri. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa indikator kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) pada determinan TPB

juga berpengaruh signifikan pada minat menggunakan mobile banking syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Fisbein, M, & Ajzen, I. 1975. *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: an Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Hartono, J, and W Abdillah. 2009. *Konsep Dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Husein Umar. (2002). *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka..
- Jogiyanto, Hartono M. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Jubilee, Enterprise. 2014. *SPSS Untuk Pemula*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kasiran, Moh. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Malang: UIN Maliki Press.
- Martono, Nanang. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Martono, Nanang. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Riswandi, Budi Agus. 2005. *Aspek Hukum Internet Banking*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Riswandi, Budi Agus. 2015. *Aspek Hukum Internet Banking*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Slameto. (2010). *Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Jakarta :Rineka Cipta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian : Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suryani, and Hendryadi. 2020. *Metode Riset Kuantitatif : Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada media Group.
- Lisa, Noor Ardhiani (2015). "Analisis faktor-faktor penerimaan penggunaan quipperschool.com dengan menggunakan pendekatan TAM dan TPB di SMAN 7 Yogyakarta".

- Mirnawati (2019). "Analisis Minat Menggunakan Financial Teknologi Pada Generasi Millenials Muslim Kota Kendari".
- Ramadhan, Ananto Tri. 2019. "Analisis Penggunaan System Bimbingan Online Dalam Kegiatan Bimbingan Tugas Akhir Mahasiswa Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta".
- Rizka Ayu Permatasari (2019). "Minat menggunakan internet banking dan mobile banking pada mahasiswa/I perbankan syariah".
- Suci sulistiyarini (2012). "Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking : Model Kombinasi TAM Dan TPB".
- Taufan Bayu Adjie Wibowo (2018). "Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi kepuasan nasabah terhadap layanan mobile banking".
- Thatit Mahendra (2013). "Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking : Pendekatan Modified TAM Dan TPB".
- Yanuardinda,C. 2014."analisis determinan minat berperilaku dalam menggunakan mobile banking (studi pada mahasiswa strata satu universitas brawijaya)".
- Utomo, Agus Prio. 2021. "Perspektif dan Kepuasan Nasabah Terhadap Produk Ib Hijrah Wad'iah Studi Kasus Bank Muamalat KCP Konawe". *Jurnal Robust-Research Business and Economics Studies*, Vol. 1, No. 1
- Angela, maya. 2014. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada PT BRI Cabang Ahmad Yani Makassar, Skripsi (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin,(2014), h. 1-2
- Arthana R, Yudhi W. ., and Novi Rukhiyanti. 2015. "Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan mobile banking (M-Banking): Model Kombinasi *Technology Acceptance Model (TAM)* Dan *Theory of Planned Behavior (Tpb)*." *Jurnal Informasi VII (1): 25-44*.
- Davis, Fred D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13 (3): 319-39. <https://doi.org/10.2307/249008>.
- Dharma,BasuSwastha. 1998. TPB dalam sikap, niat dan perilaku konsumen, *kelola* 8(7): 85-103.
- Fatmawati, Endang. 2015. "Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Sistem Informasi Perpustakaan." *Iqra': Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*9(1):113..
- Haryanto, Agus Tri. 2019. "Pengguna Internet Indonesia Didominasi Milenial, Inet." *Detik.com*.
- Khack, N. 2012. "Factors Affecting Behavioral Intentions Toward Mobile Banking Usage: A Study Of Banking Customer In Ho Chi Min City". (2012)
- Khonsa, Nabila Al. 2020. "MINAT PENGGUNAN MOBILE BANKING PADA GENERASI MILENIAL (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto)." <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/9130/>.
- Lee, Ming-C., 2008. "Factors influencing the adoption of internet banking: An Integration of TAM and TPB with perceived risk and perceive benefit. *Electronic Commerce Research and Applications*".(2008)
- Mahendra, Thatit. 2013. "Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi *Technology Acceptance Model (TAM)* Dan *Theory Of Planned Behavior (TPB)*." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1-18
- Marlina, Asti, and Widhi Ariyo Bimo. 2018. "Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank." *INOVATOR*. 10.32832/inovator.v7i1.1458.
- Nazar, M R. Dan Syahrhan. 2008. "Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, Dan Pengalaman Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Secara Online".
- Noor, K M. Dan Pearson, J M. 2007. "The Influence Of Trust On Internet Banking Acceptance. *Journal Of Internet Banking And Commerce*". Vol. 12
- Nurjannah. 2021. "Pemanfaatan Media Sosial Dan Pembiayaan Bank Umum Syariah

- Dalam Pengembangan Usaha Mikro Dan Kecil Di Kecamatan Puuwatu Kota Kendari". *Jurnal Robust-Research Business and Economics Studies*, Vol. 1, No. 1
- Rahayu, (2015), "Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) BSM Yogyakarta". *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Volume V, No.2
- Rahmatika Ula, dan Fajar, M A. 2019. "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *electronic money* integrasi model TAM dan TPB dengan *perceived risk*". Vol 8. No. 2
- Sanjaya, I Putu Sugiarta. 2005. "Pengaruh Rasa Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Minat Berperilaku (Behavioral Intention) Para Mahasiswa Dan Mahasiswi Dalam Penggunaan Internet" 9 (2): 113-22.
- Thusi, Philile, and Daniel K. Maduku. 2020. "South African Millennials' Acceptance and Use of Retail Mobile Banking Apps: An Integrated Perspective," *Computers in Human Behavior*." doi:10.1016/j.chb.2020.106405.
- Kalsum, Ummi. 2018. "Otoritas Pengawasan Perbankan di Indonesia". *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 2
- Widarwati, Tri. 2015. "praktik kerja industry terhadap minat berwirausaha siswa kelas XI keahlian akuntansi SMK 1 Boyolali". h. 13
- William, and Page. 2011. "Marketing to the Generations." *Journal of Behavioral Studies in Business*.
- Wulan Pinontoan, (2013). "Pengaruh E-Banking, Kualitas Pelayanan, Kualitas Komunikasi Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Cabang Manado". *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.4
- Zein. 2016. "Penggunaan Internet Di Indonesia, Fortune PR - Indonesia Public Relations and Strategic Communications Firm."