

Pengaruh Ekspektasi Kinerja Dan Risiko Yang Diterima Terhadap Niat Perilaku Menggunakan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Rantauprapat

Syamsurizal

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru

*Email : syamsurizal@uin-suska.ac.id

ARTICLE INFO :

Keywords :

Ekspektasi Kinerja,
Resiko,
Niat Perilaku,
Adopting Mobile Banking

Article History :

Received :2023-02-08

Revised : 2023-04-28

Accepted :2023-06-29

Online :2023-06-30

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tentang niat konsumen menggunakan teknologi baru, dengan menguji aplikasi mobile banking. Penelitian ini mengukur hubungan antara ekspektasi kinerja dan resiko yang dirasakan terhadap niat perilaku untuk menggunakan mobile banking. Sampel dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Rantauprapat. Penelitian ini merupakan penelitian *surve* dengan pendekatan kuantitatif. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan beberapa langkah, meliputi: uji validitas, uji reliabilitas, uji statistik deskriptif, uji *confirmatory*, uji *outlier*, uji *struktural equation model*, serta pengujian hipotesis. Hasil penelitian ini menemukan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh secara positif terhadap niat perilaku nasabah untuk menggunakan mobile banking. Hasil penelitian juga menemukan bahwa resiko yang diterima juga berpengaruh secara positif terhadap niat nasabah untuk menggunakan mobile banking, yang artinya semakin tinggi resiko yang dirasakan oleh nasabah semakin rendah niat nasabah untuk menggunakan mobile banking, penelitian juga menemukan bahwa niat yang tinggi akan berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking.

PENDAHULUAN

Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang berperan penting dalam perekonomian suatu negara. Semakin berkembang industri perbankan maka semakin baik pula pertumbuhan ekonomi negara tersebut. Bank sebagai lembaga keuangan berfungsi untuk menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak. Dengan demikian, bank menjadi wahana yang mampu menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat secara efektif dan efisien kearah peningkatan taraf hidup rakyat.

Menurut Agus, M., Romdhoni, A. H., & Fitria, N. T. (2015), pertama kali Bank Syariah muncul pada tahun 1963 dan ditandai sebagai pilot proyek yang muncul dalam bentuk tabungan pedesaan di Mit Gharm, Mesir. Selanjutnya disusu di Pakistan pada tahun 1965 yang berbentuk koperasi dan berlanjut berkembang hingga tahun 1970-an. Setelah itu, gerakan bank syariah mulai hidup kembali pada pertengahan tahun 1970-an. Hingga saat ini sudah lebih dari 200 bank ataupun lembaga keuangan syariah yang beroperasi hampir di 70 negara muslim dan nonmuslim dengan total portofolionya sekitar \$200 milyar.

Kemunculan Bank Syariah di Indonesia dimulai pada tahun 1990-an yakni Bank Muamalat Indonesia. Kemunculan Bank Syariah di Indonesia ternyata mampu memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya pada penerapan prinsip syariah sesuai anjuran agama islam, diantaranya pelarangan praktik riba, kegiatan yang mengarah pada perjudian, ketidakadilan, serta ketidakjelasan serta kebutuhan penyaluran pembiayaan dan investasi yang etis dan halal secara syariah (Alalwan, et.al. 2017).

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (selanjutnya disebut BSI) resmi beroperasi pada 1 Februari 2021. BSI merupakan bank syariah terbesar di Indonesia hasil penggabungan (merger) tiga bank syariah dari Himpunan Bank Milik Negara (Himbara), yaitu: PT Bank BRI Syariah (BRIS), PT Bank Syariah Mandiri (BSM), dan PT



Bank BNI Syariah (BNIS). Merger ini menjadi salah satu terobosan yang dilakukan oleh pemerintah dengan tujuan mampu memberikan pilihan lembaga keuangan yang baru bagi masyarakat dan diharapkan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi secara nasional.

Bank Syariah Indonesia memiliki visi yang salah satunya adalah menjadikan BSI sebagai bank syariah berskala internasional dengan target masuk kedalam 10 besar bank syariah dengan nilai kapitalisasi 2025. Pencapaian target ini menjadi salah satu tantangan yang cukup besar dikarenakan sesuai dengan catatan dari Otoritas Jasa keuangan bahwa aset hanya di angka 3,97% jika dibandingkan dengan total aset bank umum. Selain itu, nilai pembiayaan Syariah BUS dan UUS baru 2,49% dari total pembiayaan bank umum. Tingkat inklusi keuangan syariah pada 2019 pun turun 200 bps dari semula 11,1% pada 2016 menjadi tinggal 9,10%. Sebaliknya, tingkat inklusi keuangan perbankan konvensional justru meningkat dari 65,6% pada 2016 menjadi 75,28% pada 2019. Namun ditegaskan bahwa BSI akan mendapat size yang sangat besar, baik dari sisi aset, kantor cabang, maupun sumber daya manusia yang sangat berkualitas.

Menurut Sladin dalam Yupiter dan Sari menjelaskan bahwa nasabah adalah konsumen-konsumen sebagai penyedia dana. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi niat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah, misalnya tidak adanya riba, sistem bagi hasil yang adil, produk yang ditawarkan sesuai dengan syariat, bentuk investasi yang dipilih halal dan berkah, bentuk investasi mengarah pada peningkatan ekonomi dhuafa, memiliki pelayanan yang cepat, transparan, sikap karyawan yang ramah dan sopan, adanya konsep yang saling menguntungkan, suku bunga di bank konvensional tidak tetap.

Sektor perbankan dalam pelayanannya juga dikenal beragam, salah satunya adalah Mobile Banking. Mobile banking merupakan salah satu perubahan strategis yang terjadi pada sektor perbankan lebih dari satu dekade ini. Perubahan teknologi memaksa sektor keuangan untuk beralih dalam pemberian pelayanan yakni beralih pada teknologi informasi, misalnya internet banking, mobile banking ataupun Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Penggunaan mobile banking hampir sama dengan internet banking dengan menggunakan perangkat seluler (ponsel, smartphone, atau tablet). Mobile banking dan internet banking pada dasarnya dianggap sebagai dua bentuk pelayanan yang inovatif bagi nasabah dalam memaksimalkan transaksinya, an saat ini hampir keseluruhan bnak mengalihkan nasabah untuk menggunakan kedua jenis layanan tersebut mengingat lebih mudah dan menghemat biaya.

Mobile banking memberikan manfaat yang beragam kepada nasabah, melalui mobile banking kemudahan transaksi yang diperoleh oleh nasabah juga beragam, misalnya melalui transfer secara mandiri, cek rekening, pembayaran tagihan perubahan password ataupun cek rekening koran. Artinya mobile banking memberikan keuntungan bagi pengguna seperti fleksibilitas, aksesibilitas dan interaktivitas dan sekaligus membuktikan kepada sektor perbankan bahwa mobile banking menjadi salah satu media pemasaran yang dapat digunakan sekaligus meningkatkan interaksi antara lembaga dengan nasabah (Akturan, U., & Tezcan, N, 2012).

Al-Somali, et. al (2009) berdasarkan data yang dirilis oleh Institute for Development Economy and Finance (INDEF) pengguna mobile banking meningkat dari tahun ketahun, dimana pada tahun 2010 hanya 6% meningkat 35% pada akhir 2018 menjadi 41%, begitu pula dengan penurunan penggunaan mesin ATM yang pada 2017 sebesar 38% turun menjadi 37% pada tahun 2018. Jika dibandingkan dengan 2010 di mana 62% frekuensi transaksi perbankan adalah transaksi dengan menggunakan ATM, angka ini menunjukkan penurunan 40,32%.

Namun demikian penggunaan mobile banking di Indonesia masih belum menyeluruh dilakukan. Penelitian yang mengangkat tema mobile banking sebelumnya sudah banyak dilakukan. Namun, sebagian besar penelitian ini dilakukan di negara-negara maju seperti Korea, Singapura, Brazil, Cina. Namun penelitian ini masih jarang dilakukan di Indonesia, dengan demikian penelitian ini menarik untuk dilakukan. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan mobile banking. Misalnya, faktor ekspektasi kinerja, Venkatesh mendefinisikan ekspektasi kinerja merupakan keyakinan pengguna terhadap penggunaan teknologi, bahwa sistem akan membantu dalam meningkatkan kinerjanya, artinya sistem dapat membantu seseorang dalam memaksimalkan pekerjaannya. Penelitian yang dilakukan oleh Bendi dan Andayani ditemukan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat perilaku, demikian juga hasil penelitian yang dilakukan oleh Ghalandari yang menemukan bahwa ekspektasi kinerja memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap niat perilaku pengguna. Artinya Semakin tinggi ekspektasi kinerja semakin besar keinginan untuk menggunakan teknologi baru tersebut.

Ba, S., & Pavlou, P. A. (2002) faktor selanjutnya adalah faktor resiko (Perceived risk), menurut Peter dan Olson resiko didefinisikan sebagai konsekuensi yang tidak diharapkan oleh konsumen saat menggunakan jasa atau pembelian produk. Resiko yang dirasakan menjadi satu konsep fundamental yang terdapat pada perilaku



konsumen terhadap ketidakpastian dari suatu produk atau jasa pada masa pra pembelian. Meningkatnya tingkat ketidakpastian tersebut tentunya akan meningkatkan tingkat persepsi risiko terhadap layanan mobile banking. Penelitian serupa menemukan bahwa persepsi risiko adalah penghalang penting yang akan membuat orang enggan menggunakan layanan mobile banking, meskipun Daud memberikan hasil yang kontradiktif.

Meskipun tema penelitian mobile banking telah banyak dilakukan di negara maju, namun di Indonesia tema penelitian terkait mobile banking masih terbatas terutama penelitian mengenai penggunaan mobile banking bank syariah. Sebagai contoh penelitian yang dilakukan oleh Koo dan Wati (2019) tentang bagaimana peran kepercayaan dalam layanan mobile banking . Penelitian lain juga dilakukan oleh Susanto yaitu terkait faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan kepercayaan dalam mengadopsi internet banking di Indonesia. Selain itu, Yunus meneliti mengenai model inovasi difusi yaitu sikap konsumen dan niat untuk menggunakan mobile banking. Dari penelitian terkait mobile banking yang sudah dilakukan di Indonesia masih jarang penelitian yang menguji secara langsung hubungan antar faktor yaitu ekspektasi kinerja (performance expectancy) dan resiko yang dirasakan (perceived risk) terhadap niat menggunakan mobile banking.

Dari uraian permasalahan diatas peneliti tertarik dengan hal tersebut, dengan memilih topik penelitian yang terkait dengan mobile banking dengan judul “Pengaruh Ekspektasi Kinerja Dan Risiko Yang Diterima Terhadap Niat Perilaku Menggunakan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Rantaupratap”.

KAJIAN LITERATUR

A. Bank Syariah

Awal lahirnya sistem perbankan syariah didasarkan pada hadirnya dua gerakan renaissans Islam Modern (Neo-Revivalis dan Modernis). Tujuan utama didirikannya sektor keuangan (perbankan) berdasarkan etika ini tidak lain adalah upaya umat Islam untuk mendasarkan seluruh aspek kehidupan ekonominya berdasarkan Al-Qur'an dan As -Sunnah. Praktek perbankan telah ada sejak Babilonia, Yunani dan Roma, meskipun bentuk praktek perbankan pada waktu itu tidak sama dengan sekarang. Pada mulanya kegiatan ini terbatas pada penukaran uang, kemudian berkembang menjadi menerima simpanan, menyimpan atau meminjamkan, mengumpulkan bunga pinjaman. Ini menjadi lebih dari perbankan modern yang dipraktikkan di seluruh dunia saat ini.

Hadi, S., & Novi, N. (2015) Perbankan Syari'ah atau Perbankan Syariah adalah sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Bank tersebut dinamakan perbankan syariah karena mengacu pada prinsip syariah yang mengatur akad-akad menurut hukum Islam. Dalam hukum Islam, satu-satunya sumber hukum adalah Alquran dan Sunnah. Sementara itu, peraturan tentang lembaga keuangan syariah Mis. perbankan, produk hukum.

Mengutip gagasan Baqir al-Shadri (2020) bahwa ekonomi Islam bukanlah suatu disiplin ilmu melainkan suatu aliran pemikiran atau doktrin yang direkomendasikan oleh Islam. Ekonomi Islam sebagai doktrin harus dikaitkan dengan ekonom Islam yang berfokus pada lembaga perbankan Islam untuk berfungsi sebagai basis fungsional produk perbankan. Jika kemunculan ekonomi syariah hanya dijadikan fokus keilmuan, tidak ada hegemoni yang kuat untuk diterapkan pada lembaga perbankan syariah, akibatnya ekonomi syariah Indonesia masih tertinggal dari ekonomi tradisional.

Ghalandari, K. (2012) menekankan sifat holistik subjek dan berdasarkan nilai-nilai moral, ekonomi Islam mencoba untuk melihat kesejahteraan manusia (falah) yang dicapai melalui pengorganisasian sumber daya alam berdasarkan kerjasama dan partisipasi. Falah secara harfiah berarti bahagia; sejahtera atau berhasil, sedangkan dalam konsep kesejahteraan dunia konsep falah memiliki tiga makna utama, yaitu albaqa' (melayani), al-gana (bebas dari keinginan) dan ízz (kekuasaan dan kehormatan). Makna konseptual kesejahteraan di akhirat berarti; Baqa Bila Fana (Kelangsungan Hidup Abadi), Gana Bila Faqr (Kemakmuran Abadi), ízz Bila Dull (Kecerahan Abadi) dan ílm Bila Jahl (knowledge from ignore).

B. Nasabah

Menurut UU RI No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan dimuat tentang jenis dan pengertian nasabah, dalam pasal 1 angka 17 disebutkan bahwa “pengertian nasabah yaitu pihak yang menggunakan jasa bank.” Menurut kamus perbankan, “nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank.” Nasabah juga diartikan sebagai seseorang yang dapat menjadi konsumen bank, dalam hal



ini kepuasan nasabah menjadi salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan, baik buruknya kinerja perbankan dapat dipengaruhi oleh jumlah nasabah, tingkat produktivitas nasabah.

Agus, M., Romdhoni, A. H., & Fitria, N. T. (2015) kenyamanan nasabah juga dijadikan sebagai prioritas perusahaan, semakin nyaman nasabah dalam suatu bank maka akan berdampak langsung pada jumlah pendapatan yang diperoleh oleh bank. Beberapa hal yang dapat dilakukan oleh bank diantaranya dengan memberikan rangsangan berupa bunga. Semakin tinggi balas jasa yang diberikan, akan menambah minat masyarakat untuk menyimpan uangnya. Oleh karena itu, pihak perbankan harus memberikan rangsangan dan kepercayaan sehingga masyarakat berminat untuk menanamkan dananya.

C. Mobile Banking

Alalwan, Ali Abdallah, Yogesh K. Dwivedi, and Nripendra P. Rana. (2017) Mobile banking merupakan suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui smartphone. Mobile banking atau yang lebih dikenal dengan sebutan m-Banking merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti handphone dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi pada handphone.

D. Ekspektasi Kinerja

Brown, T. J., Mowen, J. C., Donavan, D. T., & Licata, J. W. (2002) ekspektasi kinerja (Performance Expectancy) menurut Indrawati mendefinisikan sebagai pandangan seseorang yang mempercayai bahwa dengan mengadopsi sistem akan memudahkan dan membantu mereka dalam pekerjaan atau bentuk kemanfaatan lainnya. Menurut Gayatri dalam Hijriyah mengartikan ekspektasi sebagai sebuah kesenangan yang tidak konstan, yang muncul dari gagasan mengenai sesuatu di masa depan atau masa lalu tentang masalah yang kadang kita khawatirkan (ketika kita mendeteksi kemungkinan kesenangan dalam sebuah situasi tidak tentu yang berlawanan, maka kita merasakan harapan).

Ghalandari, K. (2012) ekspektasi kinerja dikonseptualisasikan kedalam dua bagian yaitu manfaat dan utilitas, di mana keduanya meliputi fungsi menghemat waktu dan tenaga, efisiensi, aksesibilitas, penyesuaian dan kenyamanan yang dapat diperoleh dari penggunaan. Ekspektasi kinerja digunakan untuk menjelaskan sejauh mana pengguna mendapatkan manfaat dalam menggunakan suatu sistem atau teknologi. Pelanggan biasanya terlibat dalam proses perbandingan rasional antara tingkat manfaat dan utilitas yang diperoleh dengan menggunakan teknologi dalam kaitannya dengan biaya yang dibayarkan untuk menggunakan teknologi dari sudut pandang lain. Ekspektasi kinerja juga menjadi salah satu pendorong niat perilaku yang paling berpengaruh untuk mengadopsi dan menggunakan sistem informasi atau teknologi informasi tersebut.

E. Resiko yang diterima

Resiko yang dirasakan diartikan sebagai konsekuensi negatif yang muncul dari penggunaan produk atau layanan baru, seperti mobile banking. Pendapat lain dikemukakan oleh Chen (2012) yang berpendapat persepsi resiko adalah nilai evaluasi subyektif dari konsumen yang berkaitan dengan konsekuensi yang terjadi ketika pengambilan keputusan yang salah.

Persepsi risiko digunakan untuk meneliti perilaku konsumen yang dilihat dari sisi ketidakpuasan konsumen terhadap produk. Bauer (1960) menambahkan persepsi risiko sebagai persepsi konsumen mengenai ketidakpastian dan potensi kerugian sebagai akibat dari konsekuensi pembelian barang maupun jasa. Menurut Akturan persepsi risiko menunjukkan ketidakpastian, sebelum, selama dan setelah penggunaan jasa maupun barang.

Tan dalam penelitiannya menemukan persepsi risiko sebagai faktor utama dalam mempengaruhi pengadopsian elektronik banking. Featherman mendefinisikan persepsi risiko sebagai kerugian yang potensial atas keinginan untuk memperoleh hasil yang terbaik dalam penggunaan elektronik banking. Sebagian besar penelitian menemukan persepsi risiko konsumen sebagai konsep yang multi-dimensional, dan keragaman dimensi tersebut didasarkan pada tipe-tipe produk dan jasa. Penelitian tentang persepsi risiko dan dimensi risiko mulai terus menerus dilakukan dan masing-masing penelitian mempunyai kategori sendiri-sendiri.

F. Niat Perilaku

Jang dan Namkung menjelaskan bahwa behavioral intention adalah perilaku konsumen yang loyal atau loyal terhadap suatu perusahaan, sehingga bersedia merekomendasikannya kepada orang lain karena mendapat pelayanan yang baik dari perusahaan tersebut. Niat perilaku adalah suatu keadaan dimana pelanggan memiliki



niat atau sikap loyalitas terhadap merek, produk dan perusahaan, serta suka menceritakan keunggulannya kepada pihak lain. Sedangkan menurut Schiffman, behavioral intention menentukan kemungkinan konsumen akan melakukan tindakan tertentu di masa depan.

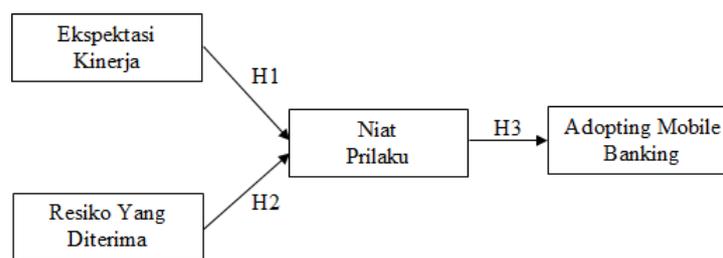
Dharmesta mendefinisikan bahwa behavioral intention adalah perilaku atau sikap konsumen yang ingin menggunakan jasa secara terus menerus. Saha dan Theingi mendefinisikan niat perilaku sebagai kemampuan pelanggan untuk melakukan perilaku tertentu, seperti mengatakan kata positif tentang penyedia layanan kepada orang lain, niat pembelian ulang, dan loyalitas kepada penyedia layanan jasa.

Mobile banking didefinisikan sebagai cara melakukan layanan keuangan, di mana proses dan penggunaannya menggunakan teknologi komunikasi seluler atau perangkat seluler. Anderson kemudian menyebutkan bahwa mobile banking merupakan salah satu layanan perbankan yang dapat diakses nasabah melalui telepon genggam untuk urusan keuangan. Nysveen percaya bahwa mobile banking akan dilihat sebagai layanan yang dapat menguntungkan lembaga keuangan dan industri telekomunikasi.

Kekhawatiran pelanggan tentang masalah keamanan dan biaya awal yang terlibat dalam membangun koneksi Internet sebagai hambatan utama untuk menggunakan mobile banking. Menurut Yu dan Hanafizadeh, pelanggan cenderung menerima mobile banking ketika mereka merasakan biaya moneter yang lebih tinggi dibandingkan saluran tradisional lainnya. Selain itu, Jeong dan Yoon menemukan bahwa biaya finansial merupakan faktor yang paling tidak penting dalam memprediksi niat pelanggan untuk menggunakan mobile banking (Djamil, 2022).

G. Kerangka Konseptual

Gambar 1.1
Kerangka Konseptual



Sumber : Kumpulan Penelitian (2022)

METODE

Penelitian kali ini merupakan suatu penelitian yang berjenis survei dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Yang dimaksud dengan penelitian kuantitatif, yaitu suatu penelitian menggunakan data yang akan menyajikan angka dan menggunakan analisis statistik. Sedangkan survei yaitu penelitian yang dilakukan dalam skala populasi besar ataupun kecil, tetapi data yang digunakan merupakan suatu data yang diambil dari skala populasi yang sudah ditentukan, agar ditemukan hubungan dari masing-masing variabel yang digunakan.

Penelitian ini akan dilakukan di Bank Syariah Indonesia Cabang Rantauprapat, dengan mengambil sampel yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) kantor cabang di Jl. Ahmad Yani No. 235 Rantauprapat Kabupaten Labuhanbatu Provinsi Sumatera Utara.

Populasi merupakan suatu wilayah yang di dalamnya terdapat objek maupun subjek yang memiliki kualitas dan karakter tertentu untuk dipelajari dan akan ditarik kesimpulan dari penelitian tersebut. Pada penelitian kali ini penulis menggunakan nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan mobile banking sebagai populasi penelitian.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode non probability sampling dengan menggunakan purposive sampling. Cooper dan Schindler mengatakan bahwa metode ini dapat digunakan jika peneliti menggunakan kriteria tertentu untuk memilih anggota sampel. Adapun kriteria yang digunakan dalam menentukan sampel penelitian ini antara lain:

- a. Sampel merupakan nasabah dari Bank Syaria“h Indonesia Cabang Rantauprapat.
- b. Nasabah yang sudah memiliki aplikasi Mobile Banking Bank Syariah Indonesia.



- c. Nasabah yang sudah menggunakan Mobile Banking minimal satu tahun karena untuk mengukur bagaimana persepsi nasabah terkait kemudahan, resiko dan kinerja usaha.

Untuk pengujian dalam penelitian ini, digunakan :

1. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu yang dilihat dari kriteria nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness (Ghozali, 2018).

2. Structural Equation Model

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan metode analisis Structural Equation Model (SEM). Menurut Hasanah (2017), SEM merupakan Teknik ststistik yang mampu menganalisis pola hubungan konstruk laten dan indicator yang ada, konstruk laten dan konstruk laten lainnya, dan kesalahan pengukuran yang ada secara langsung. juga kesalahan yang ada pada saat dilakukannya pengukuran secara langsung. SEM juga dapat ditunjuk dari beberapa kombinasi analisis yang ada, seperti analisis factor, regresi, dan path. Tujuan dari analisis deskriptif yaitu untuk mengubah data mentah yang terkumpul menjadi lebih mudah dipahami dalam bentuk yang lebih ringkas. Data yang dikumpulkan berupa kuesioner yang biasanya berupa nilai yang beragam, sehingga sebagai alternative digunakan nilai sentral yang mewakili semua nilai yang ada dalam kuesioner. Data yang di ada biasanya tercantum dalam bentuk tabel dan analisis berdasarkan data yang tercantum di tabel tersebut.

3. Uji Hipotesis

Hipotesis-hipotesis akan diuji dengan melihat hasil analisis dengan nilai CR (Critical Ratio) dan P (Probability). Suatu hipotesis alternatif akan diterima apabila memenuhi dua kriteria. Jika nilai P pada hasil analisis $< 0,05$ maka hipotesis alternative dinyatakan terbukti/diterima, sedangkan bila nilai $P > 0,05$ maka hipotesis alternatif ditolak. Untuk nilai CR jika hasil analisis > 1.96 maka hipotesis dinyatakan terbukti/diterima, sedangkan bila nilai $CR < 1.96$ hipotesis alternatif akan ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Statistik Deskriptif

Tabel 1.1
Statistik Deskriptif

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< 20 tahun	11	6.9	6.9	6.9
21-30 tahun	57	35.6	35.6	42.5
Valid 31-40 tahun	73	45.6	45.6	88.1
41-45 tahun	19	11.9	11.9	100.0
Total	160	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah data tahun 2022

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa responden berdasarkan usia < 20 tahun sebanyak 11 responden atau 6,9%, responden dengan usia 21-30 tahun sebanyak 57 responden atau 35,6%, dan responden dengan usia 31-40 tahun sebanyak 73 responden atau 45,6%, sedangkan responden dengan usia 41-45 tahun sebanyak 19 responden atau 11,9%. Dengan total keseluruhan responden berjumlah 160 responden.

2. Structural Equation Model

a. Uji Confirmatory

Pengujian ini terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas instrumen atau ketepatan instrumen penelitian adalah tingkat kemampuan instrumen penelitian untuk mengungkapkan data sesuai dengan masalah yang akan diungkapkan atau hubungan antar variabel. Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya atau dapat diandalkan dan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan alat ukur yang salah. Data dikatakan valid jika memiliki nilai koefisien positif dengan signifikansi minimum 0,05. Hasil pertanyaan dapat disimpulkan valid apabila koefisien korelasi antara skor butir dengan total skor positif signifikan pada level 5% atau 0,05 Hasil pengujian confirmatory telah dilakukan dan disajikan dalam tabel berikut ini:



Tabel 1.2
Uji Confirmatory

Variabel	Item	Koefisien Korelasi	r tabel	Keterangan
Ekspektasi Kinerja	EK1	0,855	0.154	Valid
	EK2	0,917	0.154	Valid
	PE3	0,787	0.154	Valid
	PE4	0,763	0.154	Valid
Resiko	R1	0,777	0.154	Valid
	R2	0,452	0.154	Valid
	R3	0,745	0.154	Valid
	R4	0,720	0.154	Valid
	R5	0,626	0.154	Valid
	R6	0,678	0.154	Valid
	R7	0,653	0.154	Valid
	R8	0,707	0.154	Valid
	R9	0,757	0.154	Valid
	R10	0,705	0.154	Valid
Niat Prilaku	NP1	0,907	0.154	Valid
	NP2	0,920	0.154	Valid
	NP3	0,865	0.154	Valid
	NP4	0,891	0.154	Valid
Adopting Mobile Banking	AMB1	0,823	0.154	Valid
	AMB 2	0,934	0.154	Valid
	AMB 3	0,701	0.154	Valid
	AMB 4	0,657	0.154	Valid

Sumber : Data Olahan 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dinyatakan bahwa nilai koefisien korelasi lebih besar dari r tabel berdasarkan uji signifikan 0,05, artinya bahwa item-item tersebut diatas valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 1.3
Uji Reliabilitas Data

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Ekspektasi Kinerja	0,851	Reliabel
2	Resiko	0,872	Reliabel
3	Niat Prilaku	0,917	Reliabel
4	Adopting Mobile Banking	0,784	Reliabel

Sumber : Data Olahan 2022

Dari tabel 1.3 diatas dapat dilihat bahwa nilai Cronbach Alpha (α) seluruh variabel penelitian nilai $\alpha > 0,60$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel handal dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

c. Uji Normalitas Data

Dilihat dari output penelitian nilai signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov seluruh variabel penelitian diatas 0,05. Dapat disimpulkan bahwa masing-masing data pada variabel yang diteliti terdistribusi secara normal dan layak untuk digunakan untuk pengolahan data selanjutnya.



Tabel 1.4
Uji Normalitas Data

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
AMB4	2.000	5.000	-.391	-2.019	-.071	-.183
AMB3	2.000	5.000	-.185	-.953	-.533	-1.377
AMB2	2.000	5.000	-.342	-1.764	-.428	-1.104
AMB1	2.000	5.000	-.330	-1.702	-.497	-1.283
NP4	2.000	5.000	.008	.042	-.599	-1.547
NP3	2.000	5.000	.237	1.224	-.403	-1.040
NP2	2.000	5.000	.123	.636	-.533	-1.376
NP1	2.000	5.000	.228	1.180	-.426	-1.101
R1	2.000	5.000	.099	.513	-.359	-.927
R2	2.000	5.000	-.025	-.127	-.446	-1.151
R3	2.000	5.000	.218	1.126	-.703	-1.815
R4	2.000	5.000	.200	1.032	-.730	-1.884
R5	2.000	5.000	.053	.272	-.319	-.822
R6	2.000	5.000	.182	.942	-.507	-1.309
R7	2.000	5.000	-.076	-.394	-.315	-.814
R8	2.000	5.000	.080	.412	-.286	-.739
R9	2.000	5.000	.293	1.514	-.369	-.953
R10	1.000	5.000	.117	.605	-.107	-.275
EK1	2.000	5.000	.259	1.340	-.434	-1.122
EK2	2.000	5.000	-.237	-1.222	-.243	-.628
EK3	2.000	5.000	-.079	-.411	-.385	-.994
EK4	2.000	5.000	.055	.283	-.392	-1.012
Multivariate					23.842	4.640

Sumber : Data Olahan 2022

Berdasarkan tabel diatas hasil analisis CR skewness secara keseluruhan tidak terdapat nilai yang lebih besar dari 2,58 maka distribusi yang dapat dikatakan normal.

d. Uji Outlier

Tabel 1.5
Uji Outlier Data

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
68	42.665	.005	.565
4	41.357	.007	.336
74	40.691	.009	.174
99	39.430	.013	.144
73	38.527	.016	.115
160	37.122	.023	.163
108	36.227	.029	.178
83	35.903	.031	.128
145	35.717	.033	.079
106	35.573	.034	.046

Sumber : Data Olahan 2022

Berdasarkan tabel diatas merupakan tabel dari Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance), namun peneliti tidak mendistribusikan secara keseluruhan dan hanya memasukkan 10 baris teratas dari total 100 baris. Hasil nilai mahalanobis hasil pengujian data menunjukkan tidak ada outlier pada penelitian ini.



e. Goodness Of Fit

Tabel 1.6
Uji GOF

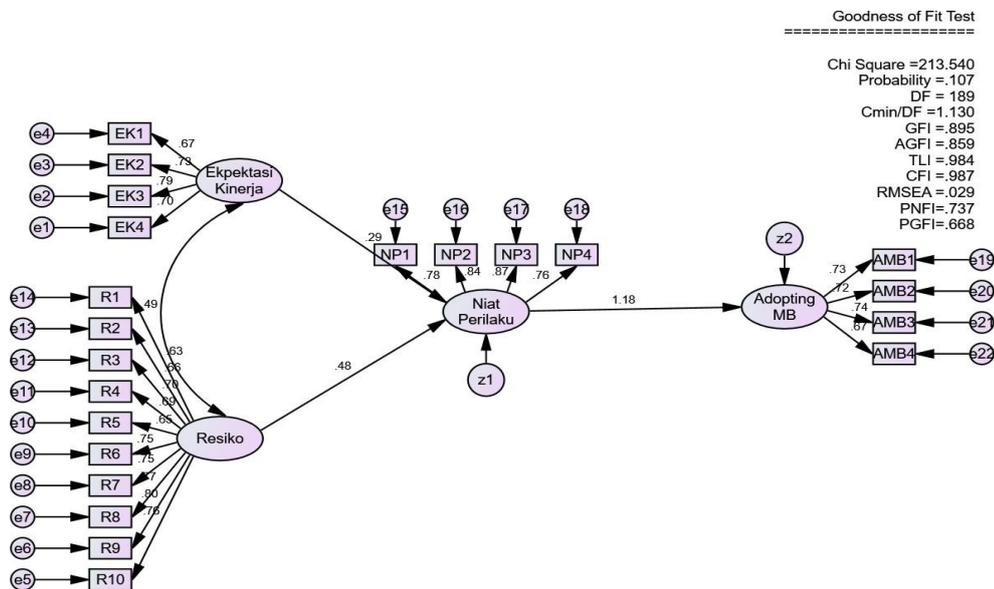
Kriteria	Nilai Kritis	Hasil Model	Keterangan
X ² - Chi-square	Diharapkan Kecil	213.540	Fit
Probability	≥ 0,05	0,107	Fit
GFI	≥ 0,90	0,895	Marginal
AGFI	≥ 0,90	0,859	Marginal
TLI	≥ 0,90	0,984	Fit
CFI	≥ 0,90	0,987	Fit
RMSEA	≤ 0,08	0,029	Fit
RMR	< 0,05	0,029	Fit
CMIN/DF	< 2.00	1,130	Fit

Sumber : Data Olahan 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Chi-square adalah 213,540 dan nilai probability lebih besar dari 0,05 yaitu 0,107. Nilai probablitas tersebut memenuhi standar nilai yang disarankan sehingga model tersebut layak untuk dipergunakan sebagai alat untuk mengkonfirmasi data yang diobservasi. Kemudian nilai RMSEA 0,029 lebih kecil dari 0,08 maka dikatakan baik. Selanjutnya nilai GFI: 0,895, nilai AGFI: 0,859, dan nilai TLI: 0,987 di atas nilai yang disarankan yaitu 0,90 dan terakhir nilai CFI 0,987 di atas nilai yang disarankan yaitu 0,90. Berdasarkan hasil tersebut maka model dapat dikatakan layak secara marginal.

3. Uji Hipotesis

Gambar 1.2
Model Uji Hipotesis



Tabel 1.7
Uji Hipotesis

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Niat_Perilaku	<---	Ekpektasi_Kinerja	.363	.091	3.968	***	H1 diterima
EK4	<---	Ekpektasi_Kinerja	1.000				
EK3	<---	Ekpektasi_Kinerja	1.142	.131	8.712	***	
EK2	<---	Ekpektasi_Kinerja	1.082	.133	8.139	***	
EK1	<---	Ekpektasi_Kinerja	.991	.129	7.682	***	
			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Niat_Perilaku	<---	Resiko	.498	.084	5.917	***	H2 diterima
R10	<---	Resiko	1.000				
R9	<---	Resiko	.921	.088	10.423	***	
			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
R8	<---	Resiko	.871	.088	9.951	***	
R7	<---	Resiko	.901	.095	9.513	***	
R6	<---	Resiko	.907	.094	9.681	***	
R5	<---	Resiko	.770	.091	8.459	***	
R4	<---	Resiko	.899	.101	8.867	***	
R3	<---	Resiko	.910	.102	8.952	***	
R2	<---	Resiko	.840	.101	8.344	***	
R1	<---	Resiko	.720	.091	7.955	***	
			Estimate	S.E.	C.R.	P	
Adopting_MB	<---	Niat_Perilaku	1.172	.172	6.799	***	H3 diterima
AMB1	<---	Adopting_MB	1.000				
AMB2	<---	Adopting_MB	.974	.096	10.134	***	
AMB3	<---	Adopting_MB	.996	.119	8.384	***	
AMB4	<---	Adopting_MB	.821	.108	7.614	***	

Sumber : Data Olahan 2022

Berdasarkan tabel diatas membuktikan bahwa Ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap niat prilaku menggunakan mobile banking yang artinya hipotesis terbukti/diterima. Hal ini dibuktikan dengan nilai hasil pengujian yang telah dilakukan yaitu nilai koefisien regresi standar (p value) lebih kecil dari nilai 0,05 dan nilai CR (Critical Rasio) = 3,968 lebih besar dari nilai t tabel = 1,96.

Hasil pengujian hipotesis yang kedua menunjukkan bahwa resiko yang diterima berpengaruh terhadap niat prilaku menggunakan mobile banking yang artinya hipotesis terbukti/diterima. Hal ini dibuktikan dengan nilai hasil pengujian yang telah dilakukan yaitu nilai koefisien regresi standar (p value) lebih kecil dari nilai 0,05 dan nilai CR (critical rasio) = 5,917 lebih besar dari nilai t tabel 1,96.

Hasil selanjutnya menunjukkan bahwa niat prilaku berpengaruh terhadap adopting mobile banking yang artinya hipotesis terbukti/diterima. Hal ini dibuktikan dengan nilai hasil pengujian yang telah dilakukan yaitu nilai koefisien regresi standar (p value) lebih kecil dari nilai 0,05 dan nilai CR (critical rasio) = 6,799 lebih besar dari nilai t tabel = 1,96

Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan mobile banking. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Zhou et al., yang telah melakukan penyelidikan terkait penerimaan mobile banking, penelitian tersebut menyimpulkan bahwa niat nasabah untuk menggunakan mobile banking dipengaruhi secara signifikan oleh ekspektasi kinerja . Dalam penelitian Oliveira menemukan bahwa faktor terpenting yang mempengaruhi niat konsumen untuk



menggunakan mobile banking adalah ekpektasi kinerja . Menurut Alalwan et al., mobile banking mempunyai sifat khusus dan memerlukan pengetahuan serta keterampilan dari pengguna, dijelaskan pula harapan dan usaha yang telah dilakukan akan memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan niat nasabah untuk menggunakan teknologi tersebut.

Hasil penelitian terkait pengaruh resiko yang dirasakan terhadap niat menggunakan mobile banking juga menunjukkan pengaruh yang positif. Hasil penelitian ini selaras dengan yang dilakukan oleh Carolina et al., menyatakan bahwa resiko yang dirasakan pelanggan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi niat perilaku nasabah terhadap penggunaan mobile banking. Back dan King, juga menyatakan bahwa pelanggan atau nasabah enggan menggunakan layanan mobile banking jika ada ketidakpastian. Halnya yang kemukakan oleh Naiyi bahwa resiko yang dirasakan adalah konsep fundamental dalam perilaku konsumen yang menyiratkan pengalaman konsumen tentang ketidakpastian pra-pembelian mengenai jenis dan tingkat kerugian yang diperkirakan akibat dari pembelian dan penggunaan produk .

Hasil penelitian terakhir yaitu niat untuk menggunakan berpengaruh positif terhadap adopting mobile banking. Hasil penelitian ini sejalan dengan Wallace dan Sheetz berpendapat bahwa niat pelanggan atau nasabah juga merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan penggunaan teknologi seperti mobile banking . Berhubung dengan penggunaan mobile banking, penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Singh dan Srivastava.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, M., Romdhoni, A. H., & Fitria, N. T. (2015). Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah STIE-AAS Surakarta*, 1(02).
- Akturan, U., & Tezcan, N. (2012). Mobile banking adoption of the youth market: Perceptions and intentions. *Marketing Intelligence & Planning*.
- Al-Somali, Sabah Abdullah, Roya Gholami, and Ben Clegg. 2009. "An Investigation into the Acceptance of Online Banking in Saudi Arabia." *Technovation* 29(2): 130–41.
- Alalwan, Ali Abdallah, Yogesh K. Dwivedi, and Nripendra P. Rana. 2017. "Factors Influencing Adoption of Mobile Banking by Jordanian Bank Customers: Extending UTAUT2 with Trust." *International Journal of Information Management* 37(3): 99–110.
- Andespa, R. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 2(1), 43-57.
- Andri Soemitra. (2009). "Bank dan Lembaga Keuangan Syariah", (Jakarta: Kencana Prenada Media Group).
- Antonio, M. S. (2008). 14. Islamic Microfinance Initiatives to Enhance Small and Mediumsized Enterprises. In *Expressing Islam* (pp. 251-266). ISEAS publishing.
- Arikunto, S. (2008). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Karya.
- Arvidsson, N. (2014). Consumer attitudes on mobile payment services—results from a proof of concept test. *International Journal of Bank Marketing*, 32 (2), pp. 150-170.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta: pustaka pelajar.
- Ba, S., & Pavlou, P. A. (2002). Evidence of the effect of trust building technology in electronic markets: Price premiums and buyer behavior. *MIS quarterly*, 243-268.
- Bendi, K. J., & Andayani, S. (2013). Penerapan model UTAUT untuk memahami perilaku pengguna sistem informasi akademik. *Jurnal HOAQ-Teknologi Informasi*. 2(1), 50-151
- Brown, T. J., Mowen, J. C., Donovan, D. T., & Licata, J. W. (2002). The customer orientation of service workers: Personality trait effects on self-and supervisor performance ratings. *Journal of marketing research*, 39(1), 110-119.
- Cheah, Ching Mun et al. 2011. "Factors Affecting Malaysian Mobile Banking Adoption: An Empirical Analysis." *International Journal of Network and Mobile Technologies* 2(3): 149–60. <http://ijnmt.com/>
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business research methods*. New York: McGraw-Hill Education.
- Dahlberg, Tomi, Niina Mallat, Jan Ondrus, and Agnieszka Zmijewska. 2008. "Past, Present and Future of Mobile Payments Research: A Literature Review." *Electronic Commerce Research and Applications* 7(2): 165–81.
- De Oliveira, G. A., de Castilhos, F., Renard, C. M. G. C., & Bureau, S. (2014). Comparison of NIR and MIR spectroscopic methods for determination of individual sugars, organic acids and carotenoids in passion fruit. *Food research international*, 60, 154-162.



- Djamil, N. (2022). Developing an Auditing Interactive Electronic Textbook With Google Slide and Quizizz. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 14(2), 1903-1918. doi:<https://doi.org/10.35445/alishlah.v14i2.1711> (<https://journal.staihubbulwathan.id/index.php/alishlah/article/view/1711>)
- Fatinah, A., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). Analisis Kinerja Keuangan, Dampak Merger 3 Bank Syariah Bumn Dan Strategi Bank Syariah Indonesia (Bsi) Dalam Pengembangan Ekonomi Nasional. *Jurnal Manajemen Bisnis (JMB)*, 34(1), 23-33.
- Fernandes, Y. D., & Marlius, D. (2018). Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang.
- Ghalandari, K. (2012). The effect of performance expectancy, effort expectancy, social influence and facilitating conditions on acceptance of e-banking services in Iran: The moderating role of age and gender. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 12(6), 801-807.
- Hadi, S., & Novi, N. (2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan mobile banking. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 5(1), 55-65.
- Hanafizadeh, P., Hojati, A., & Karimi, A. (2015). Experimental investigation of oil–water two phase flow regime in an inclined pipe. *Journal of Petroleum Science and Engineering*, 136, 12-22.
- Hijriyah, R. L. (2021). Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Dan Social Influence Terhadap Minat Penggunaan Fintech Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Mahasiswa Stie Malangkuceçwara) (Doctoral Dissertation, Stie Malangkuceçwara).
- Jacoby, J., Olson, J. L., & Kaplan, L. B. (1970). Operationalizing an Attitudinal Model of Multi-brand Loyalty. Unpublished proprietary report prepared for the Pillsbury Company.
- Karjaluto, H., Töllinen, A., Pirttiniemi, J., & Jayawardhena, C. (2014). Intention to use mobile customer relationship management systems. *Industrial Management & Data Systems*.
- Koo, Chulmo, and Yulia Wati. 2010. "Toward an Understanding of the Mediating Role of „Trust“ in Mobile Banking Service: An Empirical Test of Indonesia Case." *Journal of Universal Computer Science* 16(13): 1801–24.
- Lahiri, S., Kim, H., Garcia-Perez, I., Reza, M. M., Martin, K. A., Kundu, P., ... & Pettersson, S. (2019). The gut microbiota influences skeletal muscle mass and function in mice. *Science translational medicine*, 11(502), ean5662.
- Lee, Kun Chang, and Namho Chung. 2009. "Understanding Factors Affecting Trust in and Satisfaction with Mobile Banking in Korea: A Modified DeLone and McLean"s Model Perspective." *Interacting with Computers* 21(5–6): 385–92
- Lewis, M. K., & Algaoud, L. M. (2001). *Islamic banking*. Books.
- Marimin, A., & Romdhoni, A. H. (2015). Perkembangan bank syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(02).
- McCluskey, S., Brooks, J., King, N., & Burton, K. (2011). The influence of 'significant others' on persistent back pain and work participation: a qualitative exploration of illness perceptions. *BMC Musculoskeletal Disorders*, 12(1), 1-7.
- Muhammad Syafi'i Antonio. (2001). *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Tazkia Cendekia).
- Muharam, A., Hutagalung, D. K., Lubis, D., Pandiangan, L., Tanjung, M. R. S., Sijabat, N. A. A., ... & Fatimah, S. *Perkembangan Perbankan Syariah*.
- Naiyi, Y. E. (2004). Dimensions of consumer's perceived risk in online shopping. *Journal of Electronic Science and Technology*, 2(3), 177-182.
- Namkung, Y., & Jang, S. (2007). Does food quality really matter in restaurants? Its impact on customer satisfaction and behavioral intentions. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 31(3), 387 -409.
- Pavlou, P. (2001). Integrating trust in electronic commerce with the technology acceptance model: model development and validation. *Amcis 2001 proceedings*, 159
- Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluto, H., & Pahnla, S. (2004). Consumer acceptance of online banking: an extension of the technology acceptance model. *Internet research*.
- Pousttchi, K., & Schurig, M. (2004, January). Assessment of today's mobile banking applications from the view of customer requirements. In the 37th Annual Hawaii International Conference on System Sciences, 2004. *Proceedings of the* (pp. 10-pp). IEEE.
- Priyono, M. M. (2016). *Metode penelitian kuantitatif*. Taman Sidoarjo: Zifatama.
- Riswandi, B. A. (2005). *Aspek Hukum Internet Banking*.



- Saha, G. C., & Theingi. (2009). Service quality, satisfaction, and behavioural intentions: A study of low-cost airline carriers in Thailand. *Managing Service Quality*, 19(3), 350–372. <https://doi.org/10.1108/09604520910955348>
- Saladin, D. (1994). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Bank*. Jakarta: Mandiri Maju.
- Schiffman, J. D., & Schauer, C. L. (2008). A review: electrospinning of biopolymer nanofibers and their applications. *Polymer reviews*, 48(2), 317-352.
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis, Buku 2 Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business : A Skill Building Approach*. In Seventh Edition (7th ed.).
- Shaikh, A. A., & Karjaluto, H. (2015). Mobile banking adoption: A literature review. *Telematics and informatics*, 32(1), 129-142.
- Singh, S., & Srivastava, R. K. (2018). Predicting the intention to use mobile banking in India. *International Journal of Bank Marketing*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Suhaimi, A. (2021). Studi Manajemen Risiko Pada Bank Syariah Indonesia (Bsi). *Jurnal Manajemen Risiko*, 2(III), 73-78.
- Suhartanto, D. and Leo, G. (2018), “Small business entrepreneur resistance of ICT adoption: a lesson from Indonesia”, *International Journal of Business and Globalisation*, Vol. 21 No. 1, pp. 5-18, doi: 10.1504/IJBG.2018.10015253.
- Surachman, A., Sukmaningtyas, A., & Mutiarani, D. (2010). Program kreatifitas mahasiswa integrasi bimbingan manajemen keuangan keluarga dalam program keluarha harapan (PKH) sebagai upaya pengentasan kemiskinan di Indonesia. *Bidang Kegiatan PKM-GT*.
- Susanto, Aries, Hwansoo Lee, and Hangjung Zo. 2011. “Factors Influencing Initial Trust Formation in Penggunaan Internet Banking in Indonesia.” *ICACIS 2011 - 2011 International Conference on Advanced Computer Science and Information Systems*, Proceedings: 305–10.
- Tan, E., & Lau, J. L. (2016). Behavioural intention to adopt mobile banking among the millennial generation. *Young Consumers*.
- Tan, Y. (2016). The impacts of risk and competition on bank profitability in China. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 40, 85-110.
- Totok, B., & Triandaru, S. (2006). *Bank dan lembaga Keuangan lainnya*. Edis ke-2. Jakarta. Salemba Empat.
- Usanti, T. P., & Shomad, A. (2017). *Hukum Perbankan*. Kencana.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*, 425-478.
- 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. *MIS quarterly*, 157-178.
- Wallace, L. G., & Sheetz, S. D. (2014). The adoption of software measures: A technology acceptance model (TAM) perspective. *Information & Management*, 51(2), 249-259.
- Wibiadila, I. (2016). *Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Risiko, dan Kualitas Layanan terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Mobile Banking (Survei Pada Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Solo)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Widowati, Hari. 2019. “Transaksi Digital Menggeser Peran Kantor Cabang Dan ATM Bank.” *databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/08/08/transaksi-digital-menggeser-peran-kantor-cabang-dan-atm-bank>
- Wiwoho Jamal. (2014). "Peran Lembaga Keuangan Bank Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank Dalam Memberikan Distribusi Keadilan Bagi Masyarakat." *Masalah-Masalah Hukum* (43) 1. Hal. 87.

