

Analisis Niat Nasabah Bank Syariah untuk Menggunakan *Mobile Banking*

Naufal Shadiq¹, Heri Sudarsono²

^{1,2}Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia
Email: 18313298@students.uui.ac.id; heri.sudarsono@uui.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the factors that influence the intention of Islamic bank customers to use mobile banking. This study uses the Unified Theory of Acceptance An Use of Technology (UTAUT) as the main reference in building the model in this study. Respondents were obtained through the distribution of questionnaires in the form of google forms in a number of WhatsApp, Facebook and Instagram groups. The number of respondents who meet the criteria for Muslim customers who have accounts at Islamic banks is 376 people, consisting of 226 men and 150 women. Hypothesis testing was carried out using a Structural Equation Model (SEM) approach based on Partial Least Square (PLS). The results of data processing show that the variables of performance expectancy, effort expectancy, and facilitating conditions have a positive effect on the behavioral intention of Islamic bank customers to use mobile banking. On the other hand, social influence does not affect the customer's intention to use mobile banking. The implication of this result is that Islamic bank management needs to maximize supporting facilities by adding a number of mobile banking features that suit customer needs.

Keywords: *UTAUT, performance expectancy, effort expectancy, facilities conditions, social influence*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat nasabah bank syariah menggunakan mobile banking. Penelitian ini menggunakan Unified Theory of Acceptance An Use of Technology (UTAUT) sebagai rujukan utama dalam membangun model dalam penelitian ini. Responden diperoleh melalui penyebaran kuisioner dalam bentuk google form di sejumlah group whatsapp, facebook dan instagram. Jumlah responden yang memenuhi kriteria nasabah muslim yang memiliki rekening di bank syariah adalah 376 orang, yang terdiri dari laki-laki berjumlah 226 orang dan perempuan berjumlah 150 orang. Pengujian hipotesis dilakukan dengan pendekatan Structural Equation Model (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS). Dari hasil olah data menunjukkan bahwa variabel ekspektasi kinerja (performance expectancy), ekspektasi usaha (effort expectancy), dan fasilitas pendukung (facilitating conditions) berpengaruh positif terhadap niat (behavioral intention) nasabah bank syariah untuk menggunakan mobile banking. Di lain pihak, pengaruh sosial (social influence) tidak berpengaruh terhadap niat nasabah dalam menggunakan mobile banking. Implikasi dari hasil ini adalah manajemen bank syariah perlu memaksimalkan fasilitas pendukung dengan menambah sejumlah fitur-fitur mobile banking yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Kata kunci: *UTAUT, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, fasilitas pendukung, pengaruh sosial*

Informasi Artikel

Diterima Redaksi: 22 April 2022

| Selesai Revisi: 25 April 2022

| Diterbitkan Online: 30 April 2022

PENDAHULUAN

Bank menyadari pentingnya usaha untuk memaksimal layanan demi memenuhi kebutuhan nasabah. Setiap bank berbenah untuk menjaga keberlanjutan usaha bank melalui pemanfaatan teknologi informasi. Berbagai usaha dilakukan untuk mendapatkan model layanan yang berbasis pada teknologi (Mufri & Surti, 2020; Yusfiarto, 2021). Teknologi menjadi bagian penting bagi bank untuk bertahan dalam memenangkan persaingan (Sudarsono, et al., 2020). Perkembangan teknologi didukung dengan meningkatkan jejaring internet di berbagai daerah sehingga mempermudah nasabah untuk mendapatkan layanan. Oleh karena itu, bank syariah dituntut aktif melakukan inovatif yang berbasis teknologi untuk dapat memaksimal laba secara efisien (Premi & Widyaningrum, 2020).

Pemanfaatan teknologi yang tepat akan meningkatkan kemampuan bank dalam menghasilkan keuntungan yang maksimal. Oleh karena pemanfaatan layanan berbasis pada penggunaan *mobile banking* merupakan kebijakan yang strategis (Cheng et al., 2006; Riza, 2021). Teknologi *mobile banking* merupakan jasa layanan perbankan yang tersedia baik oleh bank syariah maupun bank konvensional (Nurdin et al., 2021). Selain itu, jaringan internet yang luas mendukung pemanfaatan *mobile banking* di seluruh daerah di Indonesia (Prakosa & Sumantika, 2019). Namun, masih banyak nasabah bank syariah belum memanfaatkan fasilitas *mobile banking* dan masih mempertahankan transaksi konvensional (Kurniawati et al., 2017; Rahayu 2015). Kenyataan ini disebabkan intensitas transaksi nasabah cukup rendah sehingga tidak membutuhkan *mobile banking*. banyak nasabah kurang familiar dengan *mobile banking* yang memaafkan *smartphone* sebagai basis media untuk melakukan transaksi, *mobile banking* dianggap kurang aman bagi nasabah untuk transaksi, dan nasabah tidak memiliki *smartphone* sebagai fasilitas untuk menjalankan *mobile banking*

Keberhasilan inovasi teknologi di perbankan akan diakui, bila inovasi tersebut dapat diterima dan dipakaikan oleh nasabah. Sejumlah penelitian telah mencoba menguji *mobile banking* sebagai layanan perbankan yang berbasis pada pemanfaatan teknologi informasi di beberapa bank di beberapa negara. Hasil penelitian tersebut menunjukkan hasil yang tidak jauh berbeda antara satu dengan yang lain walaupun sejumlah variabel menunjukkan hasil yang tidak konsisten (Abbas et al. 2018; Alalwan et al., 2016; Dewayanti et al., 2018; Ferghyna et al., 2020; Kholid, 2019; Raza et al, 2019; Samsudeen et al., 2020; Yu, 2012). Penelitian ini mencoba menguji kembali pengaruh beberapa variabel yang digunakan penelitian sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), fasilitas pendukung (*facilitating conditions*) and pengaruh sosial (*social influence*) terhadap niat (*behavioral intention*) nasabah bank syariah menggunakan *mobile banking*

Penelitian ini menggunakan *Unified Theory of Acceptance An Use of Technology* (UTAUT) yang dikembangkan oleh Venkatesh et al., (2003). UTAUT merupakan penyempurnaan *Theory Reasoned Action* (TRA), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Motivational Model*, (C-TAM-TPB), *Model of PC Utilization* (MPCU), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), *Social Cognitive Theory* (SCT). Model UTAUT lebih unggul bila dibandingkan dengan delapan teori sebelumnya serta mampu menjelaskan varian niat menggunakan sampai 70% (Venkatesh et al., 2003). UTAUT memaparkan empat konstruk yang di antaranya ekspektasi kinerja (*performance expectancy*, PE), ekspektasi usaha (*effort expectancy*, PE), fasilitas pendukung (*facilitating conditions*, PE), dan pengaruh sosial (*social influence*, SI) (Lin, 2010). UTAUT telah

terbukti sebagai alat serta instrumen penelitian yang valid serta menjadi prediktor niat. Model UTAUT ini menjadi model yang paling banyak digunakan dikarenakan kesederhanaan, *parsimony*, dan *robust* (Abu-Shanab et al., 2010).

Ekspektasi kinerja adalah bagaimana dalam pemanfaatan suatu teknologi memiliki fungsi penting dalam peningkatan kinerja seseorang (Venkatesh et al., 2003). Dalam penggunaan suatu teknologi, seseorang akan menggunakan suatu teknologi bila dalam penggunaannya menjamin akan mendapatkan hal yang positif (Compeau & Higgins, 1995). Berdasarkan pengukuran indikator kualitas produksi yang meningkat, produktivitas yang meningkat, kemudahan pekerjaan, peningkatan efektifitas, ekspektasi kinerja merupakan variabel yang laten (Kholid, 2019). Hal ini sependapat dengan Yu, (2012) dimana bila terjadi peningkatan kinerja nasabah dalam kesehariannya, maka nasabah akan cenderung untuk menggunakan *mobile banking*. Tingginya ekspektasi kinerja memotivasi nasabah untuk percaya bahwa *mobile banking* memberikan kontribusi yang positif terhadap aktivitas para nasabah (Alalwan et al., 2016). Samsudeen et al., (2020) meneliti niat nasabah menggunakan *mobile banking* yang mendapatkan hasil bahwa variabel ekspektasi kinerja merupakan variabel penting bagi nasabah yang akan menggunakan *mobile banking*. Dewayanti et al., (2018) dalam penelitiannya menemukan hal yang sama dimana ekspektasi kinerja menjadi variabel terkuat dalam mempengaruhi niat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Demikian juga dengan penelitian Raza et al., (2019) dan Kholid (2019) menemukan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap niat konsumen untuk menggunakan *mobile banking*. Oleh karenanya, dari penjelasan di atas dapat dirumuskan hipotesis berikut bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap niat nasabah bank syariah menggunakan *mobile banking*

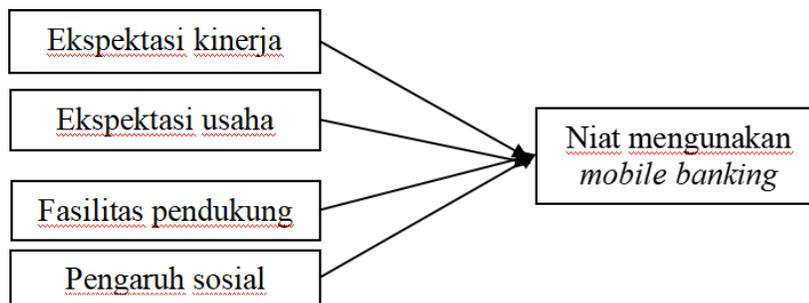
Ekspektasi usaha (*effort expectancy*) merupakan kemudahan yang dirasakan seseorang dalam menggunakan teknologi baru (Venkatesh et al., 2003). Ekspektasi usaha bisa juga diartikan tingkat kenyamanan yang diharapkan nasabah pada saat menggunakan *mobile banking*. Setiap nasabah mengharapkan bahwa *mobile banking* lebih mudah digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Semakin mudah teknologi digunakan maka akan lebih mudah bagi seseorang untuk menerima teknologi tersebut (Lewis et al., 2010). Oleh karenanya, aplikasi *mobile banking* mendapatkan perhatian nasabah untuk memastikan bahwa *mobile banking* yang digunakan sesuai dengan apa yang dibutuhkan (Dewayanti et al., 2018). Purwanto & Loisa, (2020) menemukan ekspektasi usaha terbukti memiliki pengaruh terhadap niat seseorang dalam menggunakan *mobile banking*. Tan dan Lau, (2016), dan Kholid (2019) dalam temuannya mengungkapkan bahwa variabel ekspektasi usaha memiliki pengaruh positif terhadap niat generasi millennial mengadopsi layanan *mobile banking*. Dari penjelasan tersebut dapat disusun hipotesis berikut bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan *mobile banking*

Fasilitas pendukung (*facilitating conditions*) adalah sejauh mana seorang individu menganggap bahwa fasilitas yang diperlukan untuk menggunakan teknologi tersebut tersedia (Venkatesh et al., 2003). Bila fasilitas pendukung yang tersedia semakin baik, semakin besar pula kesediaan pengguna dalam memanfaatkan teknologi (Baptista & Oliveira, 2015; Crabbe et al., 2009). Ferghyna et al., (2020) menemukan fasilitas pendukung berpengaruh secara kuat terhadap perilaku nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Abbas et al. (2018) menemukan hal yang sama dimana variabel fasilitas pendukung memiliki pengaruh kuat terhadap niat menggunakan layanan *mobile banking*. Dalam penelitian Gupta et al., (2019) tentang faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan pembayaran perbankan di

India menemukan bahwa variabel fasilitas pendukung berpengaruh positif terhadap niat menggunakan layanan pembayaran perbankan. Maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut bahwa fasilitas pendukung berpengaruh positif terhadap niat nasabah bank syariah menggunakan *mobile banking*

Pengaruh sosial (*social influence*) seberapa jauh seseorang merasakan bila orang yang penting mempercayai bila mereka harus menggunakan suatu teknologi tersebut (Venkatesh et al., 2003). Pengaruh orang-orang disekitar nasabah menjadi bagian penting dalam membentuk persepsi dalam hidup sehari-hari (Sudarsono et al., 2021). Oleh karena itu, nasabah secara individu merupakan representasi orang penting di sekitar nasabah dalam memberikan penilaian tentang teknologi perbankan yang digunakan. Tarhini et al., (2016) mengemukakan bahwa pengaruh sosial menjadi faktor penting bagi nasabah dalam menggunakan layanan internet banking. Demikian juga dalam penelitian Chaidir et al., (2021) tentang penggunaan aplikasi *mobile banking* pada bank konvensional dan syariah didapatkan bahwa variabel pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *mobile banking*. Namun pada penelitian yang dilakukan oleh Raza et al., (2019) mendapatkan hasil yang berbeda dimana pengaruh sosial tidak mempengaruhi niat nasabah menggunakan *mobile banking*. Dari penjelasan di atas maka disusun hipotesis bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap niat nasabah bank syariah untuk menggunakan *mobile banking*.

Pengaruh ekspektasi usaha, fasilitas pendukung, ekspektasi kinerja dan pengaruh sosial terhadap niat nasabah bank syariah untuk menggunakan *mobile banking* dapat disusun model penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. Model penelitian

METODE PENELITIAN

Data dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner secara online dengan menggunakan google form. Kuisioner disebar melalui whatsapp, facebook dan instagram selama satu bulan. Penilaian jawaban pada kuisioner dilakukan dengan menggunakan skala likert dengan nilai 1-5, dimana skala 1 mengartikan sangat tidak setuju, dan skala 5 mengartikan sangat setuju. Penggunaan skala likert dengan nilai 1-5 adalah untuk meningkatkan kualitas respon dan mengurangi tingkat frustrasi. Skala likert ialah merupakan skala psikometrik yang digunakan untuk mengukur persepsi seseorang, pendapat serta sikap terhadap suatu gejala (Aprilia & Ghozali, 2013). Teknik pengumpulan sampel dilakukan dengan non probability sampling, dimana teknik pengumpulan sampel ini didalam populasi memiliki kesempatan yang berbeda tiap unsurnya yang probabilitas terpilihnya tidak diketahui (Amalina & Khasanah, 2015).

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Structural Equation Model* (SEM) dengan

metode *Partial Least Square* (PLS) melalui software SmartPLS 3. Penggunaan metode PLS karena dapat memodelkan konstruk laten pada ukuran sampel kecil hingga menengah (Al-Jabri, 2015). Dalam mengevaluasi metode PLS dilakukan dengan dua tahap, evaluasi tahap pertama dilakukan dengan menyelidiki reliabilitas, validitas konvergen, diskriminan dari konstruk, dan tahap kedua dilakukan dengan mengevaluasi model struktural melalui uji signifikansi hubungan antar model konstruk (Vinzi et al., 2010).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Diskripsi Data

Tabel 1 menunjukkan responden jenis kelamin laki-laki berjumlah 226 orang (60,1%), sementara perempuan berjumlah 150 orang (39,9%). Mayoritas responden yang berusia 17-21 tahun dengan berjumlah 333 orang (88,6%), kemudian responden dengan usia 22-26 tahun berjumlah 29 orang (7,7%), responden dengan usia 27-31 tahun berjumlah 4 orang (1,1%), diikuti responden dengan usia 32-36 tahun dengan jumlah 6 orang (1,6%). Sedangkan, tingkat penghasilan responden di bawah Rp 1.000.000 sebanyak 265 orang (70,5%), responden dengan tingkat penghasilan antara Rp 1.100.000 – Rp 2.500.000 sebanyak 62 orang (16,5%), responden dengan penghasilan di antara Rp 2.600.000 – Rp 5.000.000 sebanyak 25 orang (6,6%). Dari segi tingkat pendidikan terakhir, didapatkan bahwa responden didominasi dengan tingkat pendidikan terakhir SMA sebanyak 362 orang (96,3%). Kemudian, sarjana sebanyak 9 orang (2,4%), Master sebanyak 3 orang (0,8%), dan SMP sebanyak 2 orang (0,5%)

Tabel 1. Karakteristik responden

	Deskripsi	Frekuensi	Persentase
Jenis kelamin	Laki-laki	226	60.1%
	Perempuan	150	39.9%
Usia	17-21 tahun	333	88.6%
	22-26 tahun	29	7.7%
	27-31 tahun	4	1.1%
	32-36 tahun	6	1.6%
	42-46 tahun	3	0.8%
	Di atas 46 tahun	1	0.3%
Penghasilan	Di bawah Rp 1.000.000	265	70.5%
	Rp 1.100.000 – Rp 2.500.000	62	16.5%
	Rp 2.600.000 – Rp 5.000.000	25	6.6%
	Rp 5.100.000 – Rp 7.500.000	7	1.9%
	Rp 7.600.000 – Rp 10.000.000	5	1.3%
	Rp 12.600.000 – Rp 15.000.000	2	0.5%
Pendidikan terakhir	Di atas Rp 15.000.000	10	2.7%
	SMP	2	0.5%
	SMA	362	96.3%
	Sarjana	9	2.4%
	Master	3	0.8%

Outer Model

Uji *outer model* bertujuan untuk menspesifikasikan hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya (Ghozali, 2016). Tahap analisis pada *outer model* diukur menggunakan pengujian validitas dan reliabilitas. Uji validitas perlu dilakukan guna mengetahui kemampuan instrumen penelitian. Uji reliabilitas berfungsi sebagai pengukur konsistensi responden saat mengisi kuisioner (Abdillah & Hartono, 2015). Tabel 2 menunjukkan uji *validity* dimana *factor loading* seluruh indikator berada di atas 0,5 sehingga konstruk telah memenuhi kriteria *convergent validity* (Hair et al., 2009). Sementara itu, nilai *average variance extracted* (AVE) berkisar pada 0,648 hingga 0,769 lebih besar dari 0,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada permasalahan *convergent validity* pada model yang diuji. Sedangkan nilai *cronbach alpha* (ρ_A) lebih besar dari 0,60 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel memiliki reliabilitas yang sesuai batas nilai minimum yang disyaratkan. Demikian juga, *composite reliability* (CR) menunjukkan seluruh variabel bernilai di atas 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memiliki reliabilitas yang baik.

Tabel 2. Outer model

		Loading	CA	ρ_A	CR	AVE
Fasilitas pendukung (FC)	FC.1	0.840	0.864	0.882	0.902	0.648
	FC.2	0.853				
	FC.3	0.850				
	FC.4	0.675				
	FC.5	0.794				
Ekspektasi usaha (EE)	EE.1	0.871	0.897	0.901	0.924	0.707
	EE.2	0.861				
	EE.3	0.840				
	EE.4	0.836				
	EE.5	0.795				
Ekspektasi kinerja (PE)	PE.1	0.852	0.899	0.900	0.925	0.712
	PE.2	0.836				
	PE.3	0.855				
	PE.4	0.841				
	PE.5	0.836				
Pengaruh sosial (SI)	SI.1	0.893	0.925	0.929	0.943	0.769
	SI.2	0.897				
	SI.3	0.861				
	SI.4	0.850				
	SI.5	0.882				
Niat s (BI)	BI.1	0.864	0.886	0.889	0.917	0.689
	BI.2	0.871				
	BI.3	0.774				
	BI.4	0.803				
	BI.5	0.833				

Catatan: CA=Cronbach's Alpha; CA=Composite Reliability; AVE= Average Variance Extracted (AVE)

Uji Diskriminasi

Uji *discriminant validity* bertujuan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing-masing model laten berbeda dengan variabel lainnya (Thaker et al., 2020). Uji ini juga digunakan untuk mengetahui seberapa tepat suatu alat ukur digunakan sebagaimana fungsinya pengukurannya (Ghozali & Latan, 2015). Uji ini menggunakan model *Fornell-Larcker Criterion*, yang membandingkan akar AVE pada setiap konstruk terhadap korelasi antar konstruk lainnya pada model hipotesis (Ghozali, 2016; Rahi et al., 2019). Tabel 3, menunjukkan nilai akar AVE pada konstruk ekspektasi usaha (0.841), fasilitas pendukung (0.805), ekspektasi kinerja (0.844) dan pengaruh sosial (0.877) lebih besar daripada nilai korelasi antar satu konstruk dengan konstruk lainnya maka dapat disimpulkan validitas diskriminan dinyatakan baik

Tabel 3. Discriminant validity

	EE	FC	BI	PE	SI
Ekspektasi usaha	0.841				
Fasilitas pendukung	0.764	0.805			
Niat menggunakan mobile banking	0.673	0.767	0.830		
Ekspektasi kinerja	0.767	0.763	0.695	0.844	
Pengaruh sosial	0.632	0.673	0.578	0.709	0.877

Tabel 4. Uji hipotesis

	Koef	SD	T Stat	P Val	
Ekspektasi usaha -> Niat	0.113	0.067	1.699	0.090	Signifikan
Fasilitas pendukung -> Niat	0.513	0.072	7.137	0.000	Signifikan
Ekspektasi kinerja -> Niat	0.206	0.075	2.738	0.006	Signifikan
Pengaruh sosial -> Niat	0.015	0.056	0.268	0.789	Tidak Signifikan

Catatan: Koef=Koeffisien; SD=Standar deviation; T Stat= T Statistik; P Val= P Value

Uji Hipotesis

Tabel 4. menunjukkan bahwa variabel ekspektasi usaha, fasilitas pendukung, ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap niat nasabah bank syariah dalam menggunakan *mobile banking*. Dimana fasilitas pendukung menjadi variabel yang paling berpengaruh dibanding dengan variabel ekspektasi usaha dan ekspektasi kinerja. Sementara itu, pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap niat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Dari empat variabel dependen menunjukkan hanya pengaruh sosial yang tidak sesuai dengan hipotesis

Ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap niat nasabah menggunakan *mobile banking* ($\beta=0,206$; $p\text{-value}=0,006$). Hasil ini sejalan dengan temuan Samsudeen et al., (2020) yang mengungkapkan ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *mobile banking*. Hasil yang sama ditemukan oleh Dewayanti et al., (2018) yang menemukan ekspektasi kinerja merupakan variabel penting dalam mempengaruhi niat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Demikian juga Raza et al., (2019) dan

Kholid (2019) menemukan pengaruh positif ekspektasi kinerja terhadap niat nasabah bank syariah untuk menggunakan *mobile banking*. Keadaan ini menunjukkan bahwa nasabah cenderung mendapatkan manfaat dari penggunaan *mobile banking* sehingga nasabah menggunakan *mobile banking* dalam transaksi sehari-hari (Yu, 2012). Hal ini juga disebabkan *mobile banking* sesuai dengan kebutuhan nasabah sehingga meningkatkan motivasi nasabah bank syariah untuk menggunakan *mobile banking* (Alalwan et al., 2016).

Ekspektasi usaha terhadap niat menggunakan *mobile banking* telah sesuai dengan hipotesis. Ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *mobile banking* ($\beta=0.113$; $p\text{-value}=0,090$) Hasil pengujian ini sejalan dengan temuan Tan & Lau, (2016) dimana variabel ekspektasi usaha memiliki pengaruh positif terhadap niat generasi millennial mengadopsi layanan *mobile banking*. Demikian juga penelitian ini sejalan dengan Purwanto & Loisa, (2020) dan Kholid (2019) yang menemukan ekspektasi usaha merupakan variabel penting bagi nasabah untuk memutuskan menggunakan *mobile banking*. Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan *mobile banking* meningkatkan keinginan nasabah bank syariah untuk menggunakan *mobile banking* (Lewis et al., 2010). Selain itu, hal ini juga menunjukkan aplikasi *mobile banking* bank syariah memiliki karakter yang sesuai dengan keinginan nasabah bank syariah.

Fasilitas pendukung berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *mobile banking* ($\beta=0,513$; $p\text{-value}=0,000$). Penelitian ini sejalan dengan penelitian Abbas, (2018) yang menemukan fasilitas pendukung memiliki pengaruh kuat terhadap niat penggunaan layanan *mobile banking*. Ferghyna et al., (2020) juga menemukan fasilitas pendukung berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *mobile banking*. Penelitian ini juga mendukung temuan Gupta et al., (2019) yang menemukan pengaruh positif antara fasilitas pendukung dengan niat menggunakan *mobile banking*. Hasil ini menunjukkan bahwa fasilitas *mobile banking* di bank syariah cukup baik sehingga meningkatkan niat nasabah bank syariah untuk menggunakan *mobile banking*. Fasilitas *mobile banking* yang dimaksud adalah ketersediaan jaringan internet yang lancar, ketersediaan fitur-fitur yang diperlukan oleh nasabah dan jaminan keamanan penggunaan *mobile banking*. Fasilitas ini yang menjadi alasan bagi nasabah untuk menggunakan *mobile banking* serta bertahan untuk konsisten menggunakan *mobile banking* tersebut (Baptista & Oliveira, 2015; Crabbe et al., 2009).

Sementara itu, pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap niat nasabah menggunakan *mobile banking* Temuan ini tidak sejalan dengan penelitian Tarhini et al., (2016) dan Chaidir et al., (2021) yang menemukan bahwa pengaruh sosial merupakan faktor penting dalam mempengaruhi niat menggunakan *mobile banking*. Namun penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Raza et al., (2019) dan Alalwan et al., (2017) dimana pengaruh sosial tidak mempengaruhi niat nasabah menggunakan *mobile banking*. Nasabah bank syariah dalam menggunakan *mobile banking* tidak banyak dipengaruhi oleh orang-orang penting disekitar nasabah, seperti orang tua, saudara, maupun teman. *Mobile banking* merupakan fasilitas yang diberikan nasabah yang membuka rekening dan memiliki *smartphone*. Bank akan memberikan pelatihan singkat untuk memanfaatkan *mobile banking* sehingga diharapkan nasabah bisa menggunakan *mobile banking* secara mandiri.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan pada model UTAUT menggunakan PLS didapatkan bahwa variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, fasilitas pendukung

berpengaruh positif terhadap penggunaan teknologi *mobile banking* pada bank syariah. Di lain pihak, pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap niat nasabah bank syariah menggunakan *mobile banking*. Fasilitas pendukung memiliki peran penting dalam mempengaruhi niat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Oleh karenanya disarankan perbankan syariah melakukan peningkatan fasilitas *mobile banking*, seperti menambah fitur-fitur yang digunakan nasabah dalam transaksi sehari-hari. Fitur baru yang sesuai dengan kebutuhan nasabah bank syariah akan meningkatkan intensitas transaksi sehingga akan mengoptimal kemanfaatan *mobile banking*. Oleh karenanya, bank syariah perlu meningkatkan kemampuan dibidang teknologi sebagai upaya mengantisipasi perkembangan *mobile banking* yang perlu inovasi setiap waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, S. K., Hassan, H. A., Asif, J., Junaid, H. M. and Zainab, F. 2018. *What are the key determinants of mobile banking adoption in Pakistan?*. International Journal of Scientific & Engineering Research, Vol. 9, No. 2, pp. 841-848
- Abbas, S. K., Hassan, H. A., Iftikhar, S., and Waris, A. 2018. *Assimilation of TTF and UTAUT for mobile banking usage*. International Journal of Advanced Engineering, Management and Science, Vol. 4, No. 4, pp. 305-308
- Abdillah, W., dan Hartono, J. 2015. *Partial least square (PLS): Alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis*. Yogyakarta: Andi
- AbuShanab, E., Pearson, J. M., and Setterstom, A.J. 2010. *Internet banking and customers' acceptance in Jordan: The unified model's perspective*. Communications of the Association for Information Systems, Vol. 26, No. 23, pp. 493-524
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., and Rana, N. P. 2017. *Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust*. International Journal of Information Management, Vol. 37, No. 3, pp. 99-110
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y., Rana, N., and Williams, M. 2016. *Consumer adoption of Mobile banking in Jordan: Examining the role of usefulness, ease of use, perceived risk and self-efficacy*. Journal of Enterprise Information Management, Vol. 29, No. 1, pp. 118-139
- Al-Jabri, I. M. 2015. *The intention to use mobile banking: Further evidence from Saudi Arabia*. South African Journal of Business Management, Vol. 46, No. 1, pp. 23-34.
- Amalina, R. N., dan Khasanah, I. 2015. *Analisis pengaruh persepsi harga, kualitas layanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian*. Diponegoro Journal of Management, Vol. 4, No. 2, hal. 536-544
- Aprilia, K., dan Ghozali, I. 2013. *Teknik penyusunan Skala Likert (summated scales) dalam penelitian akuntansi dan bisnis*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Baptista, G., and Oliveira, T. 2015. *Understanding mobile banking: The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators*. Computers in Human Behavior, Vol. 50, pp. 418-430
- Chaidir, T., Ro'is, I., dan Akhmad Jufri. 2021. *Penggunaan aplikasi mobile banking pada bank konvensional dan Bank Syariah di Nusa Tenggara Barat: Pembuktian Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*. Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan, Vol. 3, No. 1, pp. 61-76.
- Cheng, T. C. E., Lam, D. Y. C., and Yeung, A. C. L. 2006. *Adoption of internet banking: an*

- empirical study in Hong Kong*. Decision Support Systems, Vol. 42, No. 3, pp.1558-1572
- Compeau, D. R., and Higgins, C. A. 1995. *Computer self-efficacy: Development of a measure and initial test*. MIS Quarterly, Vol. 19, Nol. 2, pp. 189-211
- Crabbe, M., Standing, C., and Standing, S. 2009. *An adoption model for mobile banking in Ghana*. International Journal Mobile Communication, Vol. 7, No. 5, pp. 515-543
- Dewayanti, A., Kusyanti, A., dan Herlambang, A. D. 2018. *Faktor—faktor yang mempengaruhi niat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking dengan menggunakan UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology)*. Diunduh dari <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/2415/902>
- Ferghyna, R. A., dan Herlambang, A. D. 2020. *Pengaruh fasilitas pendukung dan niat terhadap use behavior pada pengguna aplikasi BNI Mobile Banking*. Diunduh dari <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/7907/3713>
- Ghozali, I., dan Latan, H. 2015. *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris (2nd ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2016 *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gupta, K. P., Manraj, R., and Goel, U. 2019. *Factors influencing adoption of payments banks by Indian customers: Extending UTAUT with perceived credibility*. Journal of Asia Business Studies, Vol.13, No. 2, pp.173-195
- Hair, J. F., Black, B., Black, W. C., Babin, B. J., and Anderson, R. E. 2009. *Multivariate Data Analysis*. 7th Edition (7th ed.). Pearson Education.
- Kholid, M. N. 2019. *Determinants of intention to use Islamic mobile banking: Evidence from millennial generations*, Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam, Vol. 5, No. 2, pp. 53-62
- Kurniawati, H. A., Winarno, W. A., dan Arif, A. 2017. *Analisis niat penggunaan mobile banking dengan pendekatan technology acceptance model (TAM) yang telah dimodifikasi*. e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, Vol. 4, No. 1, hal.24-29,
- Lewis, N. K., Palmer, A., and Moll, A. 2010. *Predicting young consumers` take up of mobile banking services*. International Journal of Bank Marketing, Vol. 28, No. 5, pp. 410-432.
- Lin, H. F. 2010. *An empirical investigation of mobile banking adoption: The effect of innovation attributes and knowledge-based trust*. International Journal of Information Management, Vol. 31, No. 3, pp. 252-260
- Mufri, R., dan Suropto, T. 2020. *Analisa niat mahasiswa terhadap penggunaan layanan internet banking bank BNI Syariah*. Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Vol. 10, No. 1, hal. 55-61
- Nurdin, N., Musyawah, I., Nurfitriani, N., dan Jalil, A. 2020. *Pengaruh pelayanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah (Studi pada mahasiswa perbankan Syariah IAIN Palu)*. Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah, Vol.2, No. 1, hal. 87-104.
- Nurdin, N., Ningrum, R., Bacmid, S., dan Jalil, A. 2021. *Pengaruh manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap niat nasabah menggunakan mobile banking di bank Mega Syariah cabang Palu*. Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah,

- Vol. 3, No. 1, hal. 31-45
- Prakosa, A., dan Sumantika, A. 2019. *Analisis pengaruh persepsi teknologi dan persepsi risiko terhadap kepercayaan pengguna m-banking*. Jurnal Manajemen, Vol. 9, No. 2, hal. 270-282
- Premi, W. B., dan Widyaningrum, W. 2020. *Analisis penerimaan teknologi mobile banking terhadap use behavior melalui pendekatan model UTAUT 2*. Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Vol. 3, No. 2, hal. 139-160
- Purwanto, E., and Loisa, J. 2020. *The intention and use behaviour of the mobile banking system in Indonesia: UTAUT Model*. Technology Report of Kansei University, Vol. 62, No. 6, pp.2757- 2767
- Rahayu, I. S. 2015. *Niat nasabah menggunakan mobile banking dengan menggunakan kerangka technology acceptance model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)*. Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Vol. 5, No. 2, hal.137-150
- Rahi, S., Mansour, M.M.O., Alghizzawi, M., and Alnaser, F. 2019. *Integration of UTAUT model in internet banking adoption context: The mediating role of ekspektasi kinerja and ekspektasi usaha*. Journal of Research in Interactive Marketing, ahead of print. <http://dx.doi.org/10.1108/JRIM-02-2018-0032>
- Raza, S. A., Shah, N., and Ali, M. 2019. *Acceptance of mobile banking in Islamic banks: Evidence from modified UTAUT model*. Journal of Islamic Marketing, Vol. 10, No. 1, pp. 357-376
- Rita, dan Fitria, M. H. 2021. *Analisis faktor-faktor UTAUT dan trust terhadap niat pengguna BNI mobile banking pada pekerja migran Indonesia*. Jesya: Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah, Vol. 4, No. 2, hal. 926-939.
- Riza, A.F. 2021. *The potential of digital banking to handle the Covid- 19 pandemic crisis: modification of UTAUT model for Islamic finance industry*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam, Vol. 7, No. 1, pp. 1-16.
- Samsudeen, S. N., Selvaratnam, G., and Mohamed, A. H. H. 2020. *Intention to use mobile banking services: An Islamic banking customers' perspective from Sri Lanka*. Journal of Islamic Marketing, Vol. 13, No. 2, pp. 410-433
- Sudarsono, H., Tumewang, Y.K., and Kholid, M. N. 2021. *Customer adoption of Islamic Banking services: Empirical evidence from Indonesia*, Journal of Asian Finance, Economics and Business, Vol. 8, No. 3, pp.1193–1204.
- Sudarsono, H., Nugrohowati, R,N, and Tumewang, R.N. (2020). *The Effect of Covid-19 Pandemic on the adoption of internet banking in Indonesia: Islamic Bank and Conventional Bank*, Journal of Asian Finance, Economics and Business, Vol. 7, No. 11, pp. 789–800
- Tan, E., and Lau, J. L. 2016. *Behavioural intention to adopt mobile banking among the millennial generation*. Young Consumers, Vol.17, No. 1, pp.18-31
- Tarhini, A., Masri, M. E., Ali, M., and Serrano, A. 2016. *Extending the UTAUT model tounderstand the customers' acceptance and use of internet banking in Lebanon A structural equation modeling approach*. Information Technology & People, Vol. 29, No. 4, pp. 830-849
- Thaker, H. M. T., Thaker, M. A. M. T., Pitchay, A. A., and Hussain, H. I. 2020. *Behavioural intention and adoption of internet banking among clients'of Islamic banksin Malaysia: An analysisusing UTAUT2*. Journal of Islamic Marketing, Vol.

- 13, No. 5, pp. 1171-1197
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., and Davis, F. D. 2003. *User acceptance of information technology: Toward a unified view*. MIS Quarterly, Vol. 27, No. 3, pp. 425-478
- Vinzi, V. E., Chin, W. W., and Henseler, J. 2010. *Handbook of partial least squares: Concepts, methods and applications*. Springer
- Yu, C. S. 2012. *Factors affecting individuals to adopt mobile banking: Empirical evidence from the UTAUT model*. Journal of Electronic Commerce Research, Vol. 13, No. 2, pp. 104-121
- Yu, P. L., Balaji, M. S., and Khong, K. W. 2015. *Building trust in internet banking: A trustworthiness perspective*. Industrial Management & Data Systems, Vol. 115, No. 2, pp. 235-252
- Yusfiarto, R. 2021. *The relationship between M-Banking service quality and loyalty: Evidence in Indonesian Islamic Banking*. Asian Journal of Islamic Management, Vol. 3, No. 1, pp. 23-33.