

PENERAPAN UTAUT UNTUK MENGUKUR KEPUASAN PELANGGAN MOBILE BANKING PERBANKAN SYARIAH

Junita Safitri¹, Yulina Astuti², Muhammad Zulkarnain³

¹Institut Agama Islam Negeri Langsa, Junitasafitri@iainlangsa.ac.id

²Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Pase, yulina.astuti.ya@gmail.com

³Politeknik Negeri Sriwijaya, m.zulkarnain28@gmail.com

Abstract

Increasingly developing information technology requires every company to innovate. These developments are used by banks and in this research at Sharia Banks. The aim of this research is to determine the level of satisfaction of bank customers using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) model approach. The data analysis method uses quantitative data using Path Analysis. The results of the analysis show that actual (AU) influences customer satisfaction, then interest influences actual (AU) use of mobile banking. Furthermore, Facilitating Conditions (FC) influence the actual use of Mobile Banking (AU) and Social (SI) influence the Interest in using Mobile Banking (BI). The indirect effect is that interest in using mobile banking (BI) influences customer satisfaction (CS) through the use of mobile banking (AU), then social (SI) influences actual use of mobile banking (AU) through interest in using mobile banking (BI). Furthermore, social influence (SI) influences customer satisfaction through actual use of mobile banking (AU).

Keywords: UTAUT, Customer Satisfaction, Mobile Banking, TAM, Syariah Banking

Abstrak

Teknologi informasi yang semakin berkembang mengharuskan setiap perusahaan harus berinovasi. Perkembangan tersebut digunakan perbankan dan dalam penelitian ini pada Bank Syariah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan dari nasabah bank dengan menggunakan pendekatan *Model The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*. Metode analisis data menggunakan data kuantitatif dengan menggunakan Path Analysis. Hasil analisis diperoleh bahwa actual (AU) mempengaruhi kepuasan nasabah, kemudian minat mempengaruhi penggunaan mobile banking secara actual (AU). Selanjutnya *Facilitating Condition (FC)* mempengaruhi Penggunaan Mobile Banking secara actual (AU) serta Sosial (SI) mempengaruhi Minat untuk mempergunakan Mobile Banking (BI). Pengaruh tidak langsung diketahui minat menggunakan mobile banking (BI) mempengaruhi kepuasan nasabah (CS) melalui penggunaan mobile banking (AU), kemudian social (SI) mempengaruhi penggunaan mobile banking secara actual (AU) melalui minat menggunakan mobile banking (BI). Selanjutnya pengaruh sosial (SI) mempengaruhi kepuasan nasabah melalui penggunaan mobile banking secara aktual (AU).

Kata Kunci: UTAUT, Kepuasan Konsumen, Mobile Banking, TAM, Bank Syariah

1. PENDAHULUAN

Bank Syariah sebagai lembaga keuangan tentu memerlukan layanan yang sama seperti bank konven pada umumnya seperti layanan penggunaan teknologi. (Budiman, 2021; Fathurrahman, Ayif; Utomo, 2023) Bank Syariah yang ada saat ini juga menyediakan berbagai layanan seperti salah satunya adalah e-banking. (Ati et al., 2020;

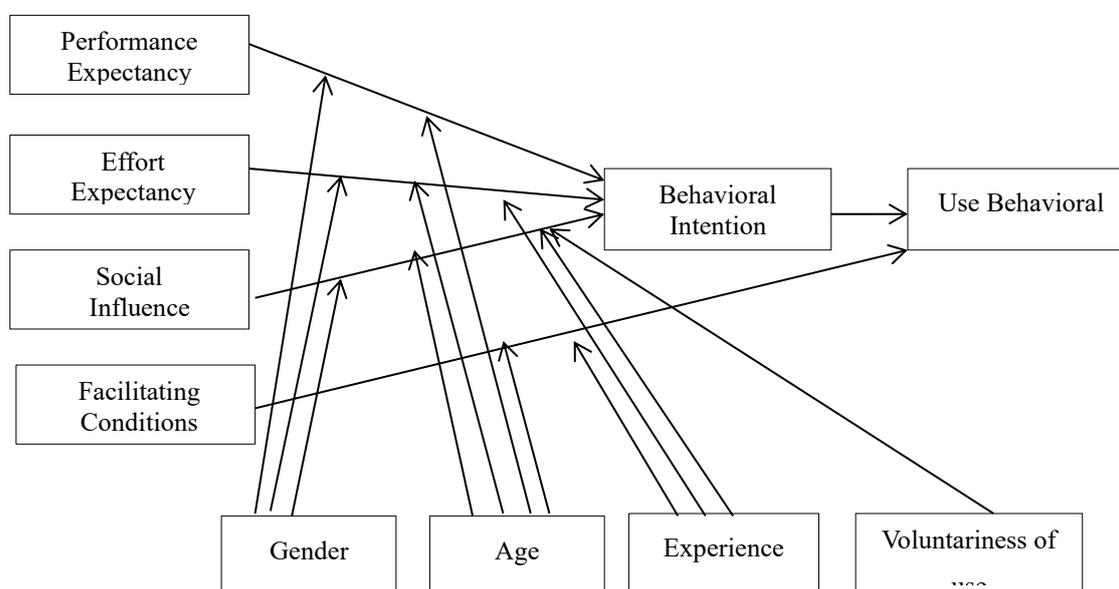
Dayyan et al., 2022; Iskandar & Kurlillah, 2023) Keberadaan Mobile banking merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank untuk menabung di Bank tertentu. Mobile Banking adalah fasilitas yang ditawarkan oleh sektor perbankan untuk mengimbangi proses transformasi digital, Selain untuk mengimbangi kecanggihan zaman dan teknologi fasilitas mobile banking juga harus bisa memudahkan dan memberi manfaat bagi *customer* untuk mendapatkan layanan perbankan. Saat ini sektor perbankan menyediakan berbagai bentuk layanan yang dapat diakses hanya dengan modal gawai dan internet, sebut saja fasilitas mobile banking dan internet banking yang saat ini semakin banyak dipergunakan. (Kismawadi, 2023; Wulandari, Widya; Japarianto, Edwin; Tandijaya, 2022) Semakin baik akses dan layanan yang disediakan maka semakin banyak pujian dan sanjungan yang akan diterima bank, hal ini berkorelasi kepuasan konsumen. Semakin baik layanan perbankan yang ditawarkan maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Walaupun pada kenyataannya masih banyak nasabah yang belum mau mengoptimalkan layanan yang sudah disediakan untuk memudahkan nasabah. Dalam hal penggunaan mobile banking masih banyak kasus system error dan kasus penipuan. System error pada mobile banking umumnya disebabkan oleh berbagai hal, diantaranya ketidaksiapan server menampung data atau gangguan eksternal yang tidak terantisipasi oleh pihak bank. Untuk kasus penipuan umumnya disebabkan oleh ketidaktahuan dan ketidakpedulian masyarakat akan rentannya kemudahan (teknologi) yang kita miliki (Indah, Mutiara; Agustin, 2019; Kamal et al., 2022) Kepuasan dalam mempergunakan layanan dipengaruhi oleh banyak faktor. Salah satunya adalah pelayanan yang optimal yang selalu di tawarkan oleh sektor Perbankan.

Variabel penggunaan mobile banking ini memiliki hubungan yang erat dengan minat konsumen untuk memilih suatu jenis bank tertentu. Sementara keputusan untuk mempergunakan teknologi itu sendiri (*mobile banking*) dapat diukur secara tersendiri dengan mempergunakan model UTAUT (*Model The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*). Teknologi penggunaan mobile banking menjadi teknologi terkiri dan terus dikembangkan seperti kutipan dari Venkatesh, dkk (Venkatesh et al., 2003a). Pada teknologi yang menggunakan (*Model The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*) dengan menggabungkan berbagai fitur pada teknologi mobile banking dengan menggunakan delapan teori penerimaan teknologi terkemuka (Venkatesh, dkk, 2003, Fatah et al., 2019) dan

(Handayani, 2015).

Sesudah melalui berbagai penelitian ditemukan empat konstruk utama yang memainkan peran penting sebagai determinan langsung dari *behavioral intention* dan *use behavior* yaitu, *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Conditions*. Sementara konstruk yang lain berdasarkan pengujian tidak signifikan sebagai determinan langsung dari *behavioral intention*. Disamping itu terdapat pula empat moderator: *gender*, *age*, *voluntariness*, dan *experience* yang diposisikan untuk memoderasi dampak dari empat konstruk utama pada *behavioral intention* dan *use behavior*.

Gambar 1. Model awal UTAUT



Model UTAUT tidak terlepas dari variabel kepuasan konsumen, dimana kepuasan merupakan perbedaan antara yang diharapkan (harapan konsumen) dengan situasi yang diberikan perusahaan di dalam usaha untuk pemenuhan harapan konsumen (Mowen, John C; Minor, 2012) dan (Sedana, I Gusti Nyoman; Wijaya, 2019). Memuaskan kebutuhan konsumen merupakan keinginan dari setiap perusahaan sebagai pemilik produk. Selain terdapat berbagai faktor penting untuk keberlangsungan perusahaan, maka memuaskan kebutuhan dari konsumen dapat meningkatkan persaingan. Konsumen yang merasa puas atas produk cenderung akan membeli kembali di saat memiliki kebutuhan yang sama di masa mendatang (Indrasari, 2019). Sejalan dengan pendapat tersebut (Nuralam, 2017) mengemukakan kepuasan sebagai penilaian mengenai ciri yang istimewa atas produk tersebut, tersedia tingkat kesenangan

konsumen terkait dengan terpenuhinya kebutuhan konsumsi konsumen.

Sejauh ini penelitian mengenai penggunaan mobile banking sudah dilakukan oleh beberapa peneliti, menurut salah satu hasil penelitian kemudahan dan kenyamanan menggunakan mobile banking mempengaruhi nasabah untuk menggunakan mobile banking terutama pada nasabah yang berusia lebih muda, namun pengaruhnya lebih kecil pada nasabah yang lebih tua (Hanif & Lallie, 2021). Sejumlah konstruk yang merupakan determinan dalam UTAUT terbukti signifikan disemua hubungan yang terbentuk (Jadil et al., 2021) dan (Cao, Q; Niu, 2019). Selain itu penelitian ini juga menemukan bahwa *Performance Expectancy* merupakan determinan yang paling dominan dalam mempengaruhi minat untuk mempergunakan teknologi. Dalam penelitian lain yang menggunakan UTAUT untuk mengukur penggunaan system ditemukan bahwa *Performance Expectancy* dan *Effort Expectancy* mempengaruhi minat untuk mempergunakan system sementara *Social Influence* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat untuk menggunakan system. (Abbad, 2021).

Penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi penggunaan mobile banking dipandang cukup penting untuk dilakukan mengingat belum ditemukan penyebab yang signifikan mengapa nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) belum optimal menggunakan Mobile Banking. Bahkan masih ada nasabah yang tidak memiliki kartu ATM.

Penelitian sebelumnya pada umumnya hanya meneliti minat nasabah untuk menggunakan dan penggunaan mobile banking secara aktual. Penelitian yang peneliti lakukan dipandang cukup penting karena tidak hanya mengukur penggunaan actual namun juga mengukur kepuasan nasabah terhadap Bank Syariah. Pengukuran kepuasan nasabah terhadap layanan Bank sangat penting untuk keberlangsungan Bank dan mengukur seefektif apa kualitas Pelayanan yang sudah dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan latar belakang penelitin maka yang menjadi tujuan penelitian dilakukan yaitu untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi penggunaan mobile Banking pada nasabah bank syariah dengan mempergunakan model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) serta menganalisis pengaruh Penggunaan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah.

2. METODE PENELITIAN

- a. Unit analisis; unit analisis yang akan diukur adalah para nasabah Bank Syariah Indonesia yang mempergunakan mobile banking yang terdata pada Objek Penelitian. Teknik sampling adalah dengan sampling probabilitas dengan Teknik sampling yang digunakan adalah simple random sampling. Jumlah sample yang diperoleh adalah sebanyak 260 orang.
- b. Desain penelitian; desain penelitian ini adalah desain penelitian kausalitas yang dilakukan untuk mengukur kemungkinan hubungan sebab akibat antar variabel, dengan pengukuran yang dilakukan secara kuantitatif dimana variable terikat dan variable bebas akan dioperasionalisasikan dari konsepnya supaya dapat dilakukan pengukuran secara kuantitatif. Berikut kuesioner yang dipergunakan untuk penelitian yaitu instrument yang merupakan adaptasi dari penelitian Venkatesh (Venkatesh et al., 2003b).

Tabel 1. Instrumen Penelitian

<i>Performance Expectancy</i>	<i>Behavioral Intention</i>
1. Saya merasa Mobile Banking bermanfaat untuk saya	1. Saya berniat mempergunakan Mobile Banking Tahun Depan
2. Mobile Banking memungkinkan saya menjadi lebih efisien	2. Saya memprediksi saya akan mempergunakan Mobile Banking
3. Mempergunakan Mobile Banking meningkatkan Produktivitas saya	3. Saya merencanakan untuk mempergunakan Mobile Banking Bulan Depan
4. Efisiensi membuat saya memiliki kesempatan naik gaji	
<i>Effort Expectancy</i>	<i>Actual Usage</i>
1. Interaksi saya dengan Mobile Banking sangat jelas	1. Saya selalu mempergunakan Mobile Banking untuk transaksi keuangan setiap hari
2. Mudah bagi saya untuk menguasai Aplikasi Mobile Banking\Saya merasa Mobile Banking Mudah digunakan	2. Saya mempergunakan Mobile Banking kurang dari lima menit pertransaksi secara rutin
3. Saya Merasa Mobile Banking Mudah dipelajari	
<i>Social Influence</i>	<i>Customer Satisfaction</i> (Tjiptono, 2019)
1. Menurut orang yang berpengaruh dalam hidup saya, saya harus	1. Mobile Banking memiliki kinerja

<p>mempergunakan Mobile Banking</p> <p>2. Menurut orang yang penting bagi saya, saya harus mempergunakan Mobile Banking</p> <p>3. Manajemen Senior Perbankan sangat membantu penggunaan Mobile Banking</p> <p>4. Secara Umum perusahaan sangat mendukung penggunaan Mobile Banking</p>	<p>yang sesuai dengan harapan saya</p> <p>2. Manfaat Mobile Banking membuat saya ingin lebih sering bertransaksi</p> <p>3. Saya bersedia merekomendasikan Mobile Banking Bank Syariah untuk teman-teman</p>
<p><i>Facilitating Condition</i></p> <p>1. Saya memiliki Sumber daya yang diperlukan untuk mempergunakan Mobile Banking</p> <p>2. Saya memiliki pengetahuan untuk mempergunakan system</p> <p>3. Mobile Banking sesuai dengan pekerjaan saya</p> <p>4. Ada Helpdesk yang bisa dihubungi untuk membantu penggunaan Mobile Banking</p>	

c. Sumber data/Informasi

Data Primer yaitu data yang diperoleh dari penyebaran angket/kuesioner yang disebarkan kepada 260 responden yang kemudian outputnya diolah dengan metode PLS (*Partial Least Square*).

Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari hasil penelitian, buku, artikel ilmiah dan lain sebagainya.

d. Proses Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data didalam penelitian ini meliputi:

1. Desk Review
2. Observasi sebelum penelitian

Survey melalui penyebaran instrument penelitian kuesioner yang didistribusikan kepada 260 orang responden penelitian. proses pengumpulan data akan diawali dengan penyusunan kuesioner kemudian pendataan responden. Proses dilanjutkan dengan penyebaran kuesioner sebanyak 20 pernyataan. Dengan tehnik sampling simple random sampling dengan jumlah responden sebanyak 260 orang. Kemudian data kuesioner dikumpulkan untuk diolah dengan menggunakan Partial Least Square (PLS). Proses pengolahan hasil kuesioner dilakukan sekaligus dengan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.

e. Metode Analisis Data

1. Metode Kualitatif

Merupakan metode analisis data yang bersifat deskriptif naratif berdasarkan teori sesuai dengan fakta di lapangan. (Sugiyono, 2017) Landasan Teori memberikan gambaran umum tentang latar belakang penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian.

2. Metode Kuantitatif

Metode Kuantitatif merupakan metode menganalisis data hasil dari kuesioner, data dikumpulkan dan ditabulasi kemudian dianalisis dan dideskripsikan dengan angka-angka statistik. (Situmorang & Lufti, 2014) Tanggapan responden dianalisis dengan menggunakan skala likert yaitu skala untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Untuk mempermudah keperluan penelitian maka setiap tanggapan pernyataan diberi skor menurut (Sugiyono, 2016a) untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya setuju/selalu/sangat positif diberi skor 5, setuju/sering/positif di beri skor 4, ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor 3 tidak setuju/hampir tidak pernah/negative diberi skor 2, dan sangat tidak setuju/tidak pernah diberi skor 1.

f. Peralatan Analisis

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan model pengukuran atau outer model. Validitas diukur untuk mengetahui seberapa baik instrument yang digunakan untuk penelitian. Semakin tinggi nilai instrument maka semakin baik dalam mewakili pernyataan yang dikembangkan (Wijaya, 2019). Pengukuran validitas harus menguji dari hubungan antar variabel: *Convergent validity* dari model pengukuran dapat dari korelasi antara skor item/instrumen dengan skor konstruknya (*loading factor*) dengan kriteria nilai *loading factor* dari setiap instrumen > 0.7.

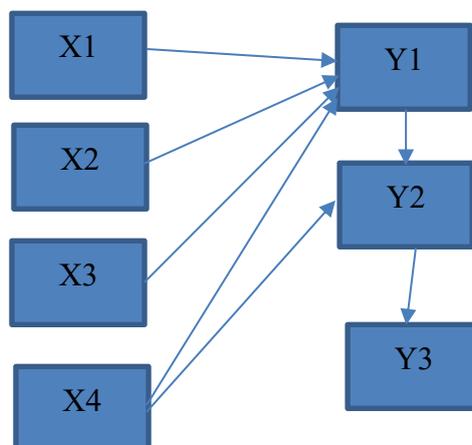
Berdasarkan hasil perhitungan dari model pengukuran keseluruhan instrument yang digunakan dalam penelitian dengan nilai instrument $> 0,7$. Dengan demikian maka instrument yang digunakan dapat dinyatakan valid atau dapat digunakan untuk penelitian.

Uji reliabilitas dilakukan untuk pembuktian akurasi, konsistensi dan ketepatan instrument dalam mengukur konstruk. Dalam PLS dengan menggunakan aplikasi SmatrPLS, untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksif dapat dilakukan dengan cara menghitung nilai *composite reliability*. Syarat reliabilitas suatu konstruk harus lebih dari 0,6 (Ghozali dan Latan, 2015). (Wijaya, 2019)

Berdasarkan hasil perhitungan dari validitas konstruk maka pengujian juga dilakukan reliabilitas konstruk dengan hasil perhitungan *composite reliability* menunjukkan nilai $> 0,6$ yang berarti dinyatakan semua variabel reliabel.

Penelitian ini akan dilakukan dengan mempergunakan metode Smart PLS (partial Least Square). Partial Least Square (PLS) juga pernah digunakan Venkatesh (Venkatesh et al., 2003b) dalam penelitiannya pada saat menemukan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). PLS dapat digunakan untuk mengukur pengaruh variable bebas terhadap variable terikat dengan jumlah sampel yang besar dan secara bersamaan juga mengukur validitas dan reliabilitas variable penelitian sehingga sangat efisien bagi penelitian. Untuk pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan Teknik Path Analysis karena penelitian ini menguji hubungan kausal (proposisi) tanpa memanipulasi variable (Sarwono, 2011).

Gambar 2. Model Struktural Path Analysis



Keterangan Gambar:

X1: Variabel Exogenous Performance Expectancy

X2: Variabel Exogenous *Effort Expectancy*

X3: Variabel Exogenous *Social Influence*

X4: Variabel Exogenous *Facilitating Condition*

Y1: Variabel Endogenous *Behavioral Intention* dan sebagai variable perantara (*Intervening*)

Y2: Variabel Endogenous *Actual Usage* dan Variabel perantara (*Intervening*)

Y3: Variabel Endogenous Kepuasan Nasabah Bank dan Variabel perantara (*Intervening*)

Persamaan Struktural Yang terbentuk:

$$Y1 = PY1X1 + PY1X2 + PY1X3 + PY1X4 + e1 \tag{1}$$

$$Y2 = PY2Y1 + PY2X4 + e2 \tag{2}$$

$$Y3 = PY3Y2 + e3 \tag{3}$$

3. HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Setelah dilakukan pengolahan data dengan menggunakan Smart PLS. maka diperoleh hasil:

Tabel 2 Output Hasil Penelitian (*Direct effect*)

	T Statistics (O/STDEV)	P Values
AU -> CS	86,852	0,000
BI -> AU	20,304	0,000
EE -> BI	0,071	0,944
FC -> AU	4,006	0,000
FC -> BI	1,952	0,051
PE -> BI	0,924	0,356
SI -> BI	2,110	0,035

Tabel 2 memperlihatkan output penelitian berdasarkan model struktural berupa proposisi yang signifikan dan tidak signifikan berdasarkan T Tabel dan nilai P Values. Nilai P Values yang < 0.05 menunjukkan pengaruh variable yang signifikan. Sementara untuk nilai hasil uji T, nilai T Tabel 1,650. Nilai T Hitung >1,650 disimpulkan sebagai pengaruh variable yang signifikan. Penggunaan Mobile Banking Aktual (AU) mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank (CS) secara positif dan signifikan dimana nilai P values adalah 0,000 dan T Hitung 86,852 >1,650. Minat untuk mempergunakan Mobile Banking (BI) mempengaruhi penggunaan Mobile Banking secara actual (AU) secara positif dan signifikan, dimana nilai P values sebesar 0,000 dan T hitung 20,304 menunjukkan bahwa pengaruh BI terhadap AU positif dan

signifikan. *Facilitating Condition* (FC) mempengaruhi Penggunaan Mobile Banking secara actual (AU) secara positif dan signifikan, dimana nilai P Value 0,000 dan T hitung 4,006. Pengaruh Sosial (SI) mempengaruhi Minat untuk mempergunakan Mobile Banking (BI) secara positif dan signifikan, dimana nilai P value <0,05 yaitu sebesar 0,035 dan T hitung 2,110. Sementara hubungan kausal (proposisi) yang lain tidak signifikan.

Tabel 3 Output Hasil Penelitian (Total Effect)

	T Statistics (O/STDEV)	P Values
AU -> CS	86,852	0,000
BI -> AU	20,304	0,000
BI -> CS	19,153	0,000
EE -> AU	0,072	0,942
EE -> BI	0,071	0,944
EE -> CS	0,071	0,943
FC -> AU	3,202	0,001
FC -> BI	1,952	0,051
FC -> CS	3,223	0,001
PE -> AU	0,940	0,348
PE -> BI	0,924	0,356
PE -> CS	0,938	0,349
SI -> AU	2,129	0,034
SI -> BI	2,110	0,035
SI -> CS	2,117	0,035

Selain memperlihatkan pengaruh langsung pada hubungan kausal yang signifikan, hasil analisis juga memperlihatkan hubungan tidak langsung pada proposisi yang signifikan, diantara yang pengaruh tidak langsung yang signifikan adalah Minat untuk mempergunakan Mobile Banking (BI) mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank (CS) melalui Penggunaan Mobile Banking (AU) secara positif dan signifikan. *Facilitating Condition* mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank (CS) melalui Penggunaan mobile Banking secara actual (AU). Pengaruh social (SI) mempengaruhi Penggunaan Mobile Banking secara actual (AU) melalui Minat untuk mempergunakan Mobile Banking (BI) secara positif dan Signifikan. Selain itu Pengaruh Sosial (SI) juga mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank (CS) melalui variable Penggunaan Mobile Banking secara actual (AU) secara positif dan signifikan.

Tabel 4. Output Koefisien Determinasi

	R Square	R Square Adjusted
AU	0,936	0,936
BI	0,783	0,779
CS	0,722	0,721

Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa Model struktural yang berisi variable independen sangat baik dalam memprediksi variable dependen penggunaan Mobile Banking (AU), Minat untuk mempergunakan Mobile Banking (BI) dan Kepuasan Nasabah Bank (CS), dimana nilai R Square maupun Adjusted R Square semuanya diatas 0,67 (Sugiyono, 2016b). Untuk Koefisien determinasi Kepuasan Nasabah Bank R square sebesar 0,722 menunjukkan bahwa Kepuasan Nasabah Bank dipengaruhi oleh Penggunaan Mobile Banking secara actual sebesar 72,2%. Penggunaan Mobile Banking secara actual memiliki koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.936 menunjukkan bahwa Penggunaan Mobile Banking secara actual dipengaruhi oleh Minat untuk mempergunakan Mobile banking (BI) sebesar 93,6%. Sementara Koefisien Determinasi (Adjusted R Square) untuk Minat mempergunakan Mobile Banking (BI) adalah sebesar 0,779 menunjukkan bahwa Minat untuk mempergunakan Mobile Banking (BI) dipengaruhi oleh *Performance Expectancy* (PE), *Effort Expectancy* (EE), *Social Influence* (SI) dan *Facilitating Condition* (FC). Namun hanya Pengaruh social (SI) yang signifikan mempengaruhi Minat untuk mempergunakan Mobile Banking (BI). Sementara variable yang lain tidak terbukti signifikan atau memiliki pengaruh terhadap Minat untuk mempergunakan Mobile Banking (BI).

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa dalam penelitian ini faktor yang mempengaruhi Minat untuk mempergunakan Mobile Banking (SI) yang merupakan variable dependen yang ingin diukur dalam UTAUT adalah Pengaruh social (SI) penelitian ini menemukan bahwa pengaruh social sangat berperan dalam mempengaruhi Minat untuk mempergunakan Mobile Banking. Pengaruh social pertemanan maupun pengaruh social dari lingkungan kerja terbukti sangat mempengaruhi minat seseorang untuk mempergunakan Mobile Banking (BI). Cerita pengalaman ataupun testimony tentang benefit dan efisiensi penggunaan mobile banking yang dibagikan oleh teman maupun teman kantor dapat menjadi pengetahuan yang mempengaruhi Minat untuk mempergunakan Mobile Banking (BI). Sementara faktor yang lain yang juga ikut diteliti seperti *Performance Expectancy* (PE), *Effort*

Expectancy (EE) dan *Facilitating Condition (FC)* tidak memiliki pengaruh langsung terhadap minat untuk mempergunakan Mobile Banking (BI). Hal ini agak berbeda dibandingkan hasil penelitian beberapa penelitian terdahulu, namun kondisi ini dapat dilatarbelakangi oleh Nasabah yang diteliti didalam penelitian ini sudah terbiasa dengan teknologi maupun platform yang senantiasa ditawarkan oleh berbagai pihak untuk berbagai alasan yang menguntungkan, sehingga nasabah tidak merasa sulit (variabel EE) maupun merasa aplikasi mobie banking adalah hal yang besar sehingga dinantikan performanya (variabel PE), Terlebih kepemilikan Gawai android maupun keberadaan jaringan internet dan kemampuan mempergunakan aplikasi (variabel FC) bukan merupakan hal baru sehingga ketiga variabel ini ditemukan tidak berpengaruh terhadap minat untuk mempergunakan Mobile banking. Dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa Minat untuk mempergunakan Mobile Banking (BI) mempengaruhi Penggunaan Mobile Banking secara actual (AU). Kenyataan ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu yang juga menyebutkan bahwa Minat untuk mempergunakan Mobile banking (BI) merupakan faktor yang dominan mempengaruhi Penggunaan Mobile Banking secara positif dan signifikan. Penggunaan Mobile Banking (AU) yang merupakan bagian dari pelayanan Bank Syariah juga terbukti mempengaruhi kepuasan Nasabah. Semakin optimal penggunaan fasilitas yang disediakan sebagai bagian dari pelayanan semakin tinggi pula tingkat kepuasan Namun pada beberapa penelitian lain yang juga mempergunakan UTAUT ditemukan bahwa faktor yang mempengaruhi penggunaan teknologi tidak hanya pengaruh social tetapi juga variable lain. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Abbad, 2021) dengan mempergunakan SEM sebagai alat ukur dan dilakukan terhadap 370 responden dinegara berkembang ditemukan bahwa faktor yang mempengaruhi minat untuk mempergunakan teknologi (BI) dipengaruhi oleh *Performance Expectancy (PE)*, *Effort Expectancy (EE)* dan *Facilitating Condition (FC)*, sementara Social Influence (SI)/Pengaruh Sosial tidak mempengaruhi Minat untuk mempergunakan Teknologi (BI).

Dalam penelitian (Jadil et al., 2021) yang dilakukan dengan teknik CMA ditemukan bahwa keempat variable independen exogen UTAUT yaitu *Performance Expectancy (PE)*, *Effort Expectancy (EE)*, *Facilitating Condition (FC)* dan *Social Influence (SI)* terbukti signifikan mempengaruhi Minat untuk mempergunakan Mobile Banking (BI). Pada penelitian lain yang dilakukan di Jordan oleh (Abu-Taieh et al., 2022) ditemukan bahwa Minat untuk mempergunakan Mobile Banking (BI)

dipengaruhi oleh *Performance Expectancy (PE)*, *Effort Expectancy (EE)* dan *Social Influence (SI)*. *Facilitating Condition (FC)* tidak mempengaruhi Minat untuk mempergunakan Mobile Banking (BI). Ada juga penelitian yang dilakukan dengan teknik PLS terhadap 400 sample oleh (Alamanda et al., 2021) yang menemukan bahwa *Performance Expectancy (PE)* mempengaruhi Minat untuk mempergunakan Mobile Banking (BI) kemudian juga menemukan bahwa Minat untuk mempergunakan Mobile Banking (BI) mempengaruhi Penggunaan Mobile banking secara actual (AU).

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa variabel *social influence (SI)* terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan mobile banking dari Bank Syariah Indonesia. Hal tersebut karena pengaruh social pertemanan maupun pengaruh social dari lingkungan kerja terbukti sangat mempengaruhi minat seseorang untuk mempergunakan Mobile Banking (BI). Cerita pengalaman ataupun testimony tentang benefit dan efisiensi penggunaan mobile banking yang dibagikan oleh teman maupun teman kantor dapat menjadi pengetahuan yang mempengaruhi Minat untuk mempergunakan Mobile Banking (BI).

Berdasarkan hasil penelitian terdapat variabel *Performance Expectancy(PE)*, *Effort Expectancy(EE)* dan *Facilitating Condition(FC)* tidak signifikan terhadap minat menggunakan mobilebanking dari Bank Syariah Indonesia, hal tersebut dapat saja karena luas cakupan sampel penelitian yang terlalu kecil, sehingga untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan perluasan cakupan sampel penelitian tidak hanya di KotaLangsa. Kemudian disarankan untuk menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi minat menggunakan mobile banking seperti variabel kualitas pelayanan dari pihak perbankan.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Abbad, M. M. M. (2021). Using the UTAUT model to understand students' usage of e-learning systems in developing countries. *Education and Information Technologies*, 26(6), 7205–7224. <https://doi.org/10.1007/s10639-021-10573-5>
- Abu-Taieh, E. M., AlHadid, I., Abu-Tayeh, S., Masa'deh, R., Alkhaldeh, R. S., Khwaldeh, S., & Alrowwad, A. (2022). Continued Intention to Use of M-Banking in Jordan by Integrating UTAUT, TPB, TAM and Service Quality with ML. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 120. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/joitmc8030120>
- Alamanda, D. T., Wibowo, L. A., Munawar, S., & Nisa, A. K. (2021). The Interest of

- Technology Adoption in E-Commerce Mobile Apps Using Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 in Indonesia. *International Journal of Applied Business and International Management*, 6(3), 35–45. <https://doi.org/10.32535/ijabim.v6i3.1327>
- Ati, A., Shabri, M., Azis, N., & Hamid, A. (2020). Mediating the effects of customer satisfaction and bank reputation on the relationship between services quality and loyalty of islamic banking customers. *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics*, 25.
- Budiman, I. (2021). The islamic perspective on the improvement of family economy in the new normal. *Samarah*, 5(1). <https://doi.org/10.22373/sjkh.v5i1.8389>
- Cao, Q; Niu, X. (2019). Integrating Context awareness and UTAUT to Explain Alipay User Adoption. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 69.
- Dayyan, M., Nurjanah, & Bestari, U. D. A. (2022). Analisis Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan E-Banking Pada Bank Syariah Indonesia Di Kota Langsa. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 7(1), 191–206. <https://doi.org/10.32505/j-ebis.v7i1.4058>
- Fatah, A., Arif, I., Farchan, F., Varbi Sununianti, V., Amalia Madi, R., Satria, E., Fourianalistyawati, E., Bempah, I., Ermayanti Susilo, D., Ridho Kismawadi, E., Nopriadi, Sumiati, R., Novita Sari, I., Kusnadi Kusumah Putra, F., Fajrin, H., Danius, E. E., Subekti, P., Noviyanty, Y., Siregar, N., ... Puspa Dewi, S. (2019). Application of knuth-morris-pratt algorithm on web based document search. *Journal of Physics: Conference Series*, 1175(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1175/1/012117>
- Fathurrahman, Ayif; Utomo, P. W. (2023). Analisis Determinan Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Ihtiyat*, 7(1).
- Handayani, T. S. (2015). Analisis Penerapan Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance And Use of Technology) terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi (Kasus: Sistem Informasi Akademik pada STTNAS Yogyakarta). *Jurnal Angkasa*, VII(2).
- Indah, Mutiara; Agustin, H. (2019). Penerapan Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance Use Of Technolgy) untuk memahami niat dan Perilaku Aktual Pengguna Go-Pay di Kota Padang. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(4).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo.
- Iskandar, I., & Kurlillah, A. (2023). Roles of Waqf in Supporting Economy Recovery Post Covid-19 Pandemic. *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 10(01), 65–82.
- Jadil, Y., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2021). A meta-analysis of the UTAUT model in the mobile banking literature: The moderating role of sample size and culture. *Journal of Business Research*, 132, 354–372. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.052>
- Kamal, S., Muslem, M., Mulyadi, M., Kassim, E. S., & Zulkifly, M. U. (2022). Is Loan Shark an Alternative? The Intentions to Take a Loan from Loan Sharks in Indonesia. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 7(2). <https://doi.org/10.22515/shirkah.v7i2.487>
- Kismawadi, E. R. (2023). Improving Islamic bank performance through agency cost

and dual board governance. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*.
<https://doi.org/10.1108/JIABR-01-2023-0035>

- Mowen, John C; Minor, M. (2012). *Perilaku Konsumen* (D. K. Yahya, Ed.). Erlangga.
- Nuralam, I. (2017). *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen dalam Pemasaran Perbankan Syariah*. UB Press.
- Sarwono, J. (2011). Mengenal Path Analysis (Sarwono). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 11(2), 285–296.
- Sedana, I Gusti Nyoman; Wijaya, S. W. (2019). Penerapan Model UTAUT untuk memahami Penerimaan dan Penggunaan Larning Management System Studi Kasus Experetial E-Learning of Sanata Dharma University. *Jurnal Sistem Informasi*, 5(2).
- Situmorang, S. H., & Lufti, M. (2014). *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. USU Press.
- Sugiyono. (2016a). *Wiac.Info-Pdf-Buku-Metode-Penelitian-Sugiyono-Pr_287184C379B531858Bcafefa4E2Bd86E*.
- Sugiyono. (2016b). *Wiac.Info-Pdf-Buku-Metode-Penelitian-Sugiyono-Pr_287184C379B531858Bcafefa4E2Bd86E*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa, Krakarakteristik Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. January 2014.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003a). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003b). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Wulandari, Widya; Japarianto, Edwin; Tandijaya, T. N. B. (2022). Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) terhadap Perilaku Konsumen Mobile Banking di Surabaya. *Manajemen Pemasaran*, 16(2).