

**ADOPSI MODEL *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE*
AND USE OF TECHNOLOGY 3 PADA NASABAH
PENGGUNA MOBILE BANKING PERBANKAN SYARIAH
DI KABUPATEN PADANG LAWAS UTARA**



TESIS

*Diajukan sebagai Syarat
Mencapai Gelar Magister Ekonomi (M.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY**

PNURFIA SINTIA DAULAY

NIM. 22 502 00029



PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH


**PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDEMPUNJAN**

2024

**ADOPSI MODEL *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE*
AND USE OF TECHNOLOGY 3 PADA NASABAH
PENGGUNA MOBILE BANKING PERBANKAN SYARIAH
DI KABUPATEN PADANG LAWAS UTARA**



PEMBIMBING I **PEMBIMBING II**
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN


Dr. Arbanur Rasyid, M.A.
19730725 199903 1 002


Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M.
NIP. 19870521 201503 2 004

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2024

Hal: Tesis
a.n. **Nurfia Sintia Daulay**

Padangsidempuan, 08 Juli 2024
Kepada Yth:
Direktur Pascasarjana program magister
di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap Tesis a.n. Nurfia Sintia Daulay yang berjudul *Adopsi Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 3 Pada Nasabah Pengguna Mobile Banking Perbankan Syariah Di Kabupaten Padang Lawas Utara*, maka kami berpendapat bahwa Tesis ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Magister Ekonomi (M.E) dalam bidang Program Studi Ekonomi Syariah pada Pascasarjana Program Magister Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan tesis-nya ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II


Dr. Arbanur Rasyid, M.A.
19730725 199903 1 002


Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M.
NIP. 19870521 201503 2 004

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN TESIS SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Nurfia Sintia Daulay**

NIM : **2250200029**

Program Studi : **Ekonomi Syariah**

Judul Tesis : **ADOPSI MODEL *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY* 3 PADA NASABAH PENGGUNA MOBILE BANKING PERBANKAN SYARIAH DI KABUPATEN PADANG LAWAS UTARA**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah Menyusun tesis ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak syah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN Pasal 14 Ayat 4 Tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 08 Juli 2024

Saya yang Menyatakan,

UNIVERSITAS SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN



NURFIA SINTIA DAULAY
NIM. 2250200029

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NURFIA SINTIA DAULAY
NIM : 2250200029
Program Studi : Ekonomi Syariah
Pascasarjana : Pascasarjana program magister
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“ADOPSI MODEL UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 3 PADA NASABAH PENGGUNA MOBILE BANKING PERBANKAN SYARIAH DI KABUPATEN PADANG LAWAS UTARA”** Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada Tanggal : 08 Juli 2024

Saya yang Menyatakan,



NURFIA SINTIA DAULAY
NIM. 2250200029



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH

Nama : Nurfia Sintia Daulay
NIM : 22 502 00029
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Tesis : **Adopsi Model *Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology* 3 Pada Nasabah Pengguna Mobile Banking Perbankan Syariah Di Kabupaten Padang Lawas Utara**

Penguji :

1. Dr. Hj. Zulhimma, S.Ag., M.Pd.
Ketua/ Penguji Umum
2. Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M.
Sekretaris/ Penguji Ekonomi Syariah
3. Dr. Rukiah, S.E., M.Si
Anggota/ Penguji Utama
4. Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A.
Anggota/ Penguji Isi dan Bahasa

Pelaksanaan Ujian Munaqasyah Tesis
Di : Padangsidimpuan
Tanggal : 08 Juli 2024
Pukul : 13.30 s/d Selesai
Hasil/Nilai : 85.75/ A
Indeks Prestasi Kumulatif : 3.95
Predikat : Pujian
Nomor Alumni :





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

Nomor: 534 /Un.28/AL/PP.00.2/07/2024

JUDUL TESIS : ADOPSI MODEL *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY* 3 PADA NASABAH PENGGUNA MOBILE BANKING PERBANKAN SYARIAH DI KABUPATEN PADANG LAWAS UTARA
NAMA : NURFIA SINTIA DAULAY
NIM : 22 502 00029

Telah dapat diterima untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E.)

Padangsidempuan, 17 Juli 2024

Direktur

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN



Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL
NIP. 19680704 200003 1 003

ABSTRAK

Nama : Nurfia Sintia Daulay
NIM : 2250200029
Judul : **Adopsi Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 3* Pada Nasabah Pengguna Mobile Banking Perbankan Syariah Di Kabupaten Padang Lawas Utara**

Penggunaan teknologi dalam sektor perbankan syariah telah menjadi suatu keharusan dalam memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin berkembang. Mobile banking telah menjadi salah satu inovasi teknologi yang mengubah paradigma dalam layanan perbankan, terutama di Kabupaten Padang Lawas Utara. Namun, permasalahan tentang rendahnya adopsi mobile banking perbankan syariah masih terjadi di Kabupaten Padang Lawas Utara, seperti jumlah nasabah yang relatif rendah, kurangnya infrastruktur teknologi, akses terhadap layanan keuangan, serta tingkat literasi keuangan yang kurang optimal menjadi masalah yang mempengaruhi adopsi mobile banking di wilayah tersebut. Maka, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, *habit* dan *personal innovation* terhadap *behavioral intentions* dan *user behaviour* pada nasabah pengguna mobile banking perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara. Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif. Untuk menentukan sampel dengan cara *random sampling*, sehingga diperoleh 200 responden pada nasabah pengguna mobile banking perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara. Metode analisis data yang digunakan adalah metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* dengan aplikasi WarpPLS 7.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *performance expectancy*, *price value*, *habit* dan *personal innovations* terhadap *behavioral intention* pada nasabah pengguna mobile banking perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara. Tetapi, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada nasabah pengguna mobile banking perbankan syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara. Terdapat pengaruh *behavioral intention* terhadap *user behaviour* pada nasabah pengguna mobile banking perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara. Terdapat pengaruh *facilitating conditions*, *habit* terhadap *user behavior* pada nasabah pengguna mobile banking perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara. Tetapi, *personal innovations* tidak berpengaruh terhadap *user behavior* pada nasabah pengguna mobile banking perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara. Serta, *behavioral intention* tidak memediasi *facilitating conditions*, *habit* dan *personal innovations* terhadap *user behaviour* mobile banking perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara.

Kata Kunci: Behavioral Intention, Mobile Banking, Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 3 dan Use Behaviour.

ABSTRACT

Name : Nufia Sintia Daulay
No. Reg : 2250200029
Title : **Adoption of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 Model Among Customers Using Islamic Banking Mobile Banking in North Padang Lawas Regency**

The use of technology in the Islamic banking sector has become imperative to meet the evolving needs of customers. Mobile banking has emerged as a technological innovation that revolutionizes the paradigm of banking services, particularly in North Padang Lawas regency. However, challenges regarding the low adoption of Islamic mobile banking persist in this region. Issues such as a relatively low number of customers, inadequate technological infrastructure, limited access to financial services, and suboptimal financial literacy levels contribute to the difficulties in mobile banking adoption in the area. Therefore, the aim of this research is to investigate the influence of performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, habit, and personal innovation on behavioral intentions and user behavior among customers using Islamic mobile banking in North Padang Lawas regency. The research methodology employed is quantitative research. The sample was determined through random sampling, resulting in 200 respondents who are users of Islamic mobile banking in North Padang Lawas regency. The data analysis method utilized is Structural Equation Modeling-Partial Least Squares using the WarpPLS 7.0 application. The research findings indicate that performance expectancy, price value, habit, and personal innovations significantly influence behavioral intentions among users of Islamic mobile banking in North Padang Lawas regency. However, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, and hedonic motivation do not affect behavioral intentions among these users. Behavioral intention has a significant impact on user behavior among customers using Islamic mobile banking in North Padang Lawas regency. Moreover, facilitating conditions and habit influence user behavior among these customers, but personal innovations do not. Additionally, behavioral intention does not mediate the effects of facilitating conditions, habit, and personal innovations on user behavior in Islamic mobile banking in North Padang Lawas regency.

Keywords: Behavioral Intention, Mobile Banking, Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 3, and Use Behaviour

ملخص البحث

الإسم : نور سينتيا دولاي

رقم القيد : ٢٢٥٠٢٠٠٠٢٩

الموضوع : اعتماد نموذج النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا 3 نسبة الإستخدام عبر الهاتف مصرفية الإسلامية في بادانج لاواس الشمالية

أصبح استخدام التكنولوجيا في قطاع مصرفية الإسلامية الوجيه في يحتاج النسبة تطويرا. أصبحت عبر الهاتف إحدى من الابتكارات التكنولوجية التي يتغير النموذج في الخدمات المصرفية، وخاصة في شمال بادانج لاواس الشمالية. لكن المشكلة المتعلقة بانخفاض اعتماد الخدمات عبر الهاتف مصرفية الإسلامية تحدث في بادانج لاواس الشمالية، مثل العدد المنخفض نسبة من العملاء، ونقص البنية التحتية التكنولوجية، والوصول إلى الخدمات المالية، والمستويات دون المستوى الأمثل من محور الأمية المالية، وهي مشاكل تؤثر على اعتماد الخدمات المصرفية عبر الهاتف في المنطقة. فإن الغرض من هذا البحث هو تحديد تأثير توقع الأداء، وتوقع الجهد، والتأثير الاجتماعي، والظروف الميسرة، ودافع المتعة، وقيمة السعر، والعادة والابتكار الشخصي على النوايا السلوكية وسلوك المستخدم لدى العملاء الذين يستخدمون الخدمات مصرفية الإسلامية عبر الهاتف في بادانج لاواس الشمالية. نوع البحث الذي تستخدمه الباحثة هو البحث الكمي. لتحديد العينة عن طريق أخذ عينات عشوائية، تم الحصول على ٢٠٠ مستجيب في نسبة يستخدمون الخدمات مصرفية الإسلامية عبر الهاتف في بادانج لاواس الشمالية. طريقة تحليل البيانات المستخدمة هي طريقة نمذجة المعادلة الهيكلية - المربعات الصغرى الجزئية مع تطبيق. نتائج البحث تأثيرا لتوقع الأداء وقيمة السعر والعادة والابتكارات الشخصية على النية السلوكية لدى العملاء الذين استخدموا الخدمات مصرفية الإسلامية عبر الهاتف في بادانج لاواس الشمالية. لكن، إن توقع الجهد، والتأثير الاجتماعي، وتسهيل الظروف، والدافع للمتعة ليس لها أي تأثير على النية السلوكية لدى مستخدم الخدمات المصرفية عبر الهاتف مصرفية الإسلامية في بادانج لاواس الشمالية. هناك تأثير للنية السلوكية على سلوك المستخدم لدى العملاء الذين يستخدمون الخدمات المصرفية الإسلامية عبر الهاتف بادانج لاواس الشمالية. يجد تأثير لتسهيل الظروف والعادات على سلوك المستخدم في مستخدم الخدمات المصرفية الإسلامية عبر الهاتف في بادانج لاواس الشمالية. لكن، الابتكارات الشخصية ليس لها أي تأثير على سلوك المستخدم في عملاء الخدمات المصرفية الإسلامية عبر الهاتف في شمال بادانج لاواس الشمالية. كما أن النية السلوكية لا تتوسط في تسهيل الظروف والعادات والابتكارات الشخصية على سلوك المستخدم للخدمات المصرفية الإسلامية عبر الهاتف في بادانج لاواس الشمالية.

الكلمات المفتاحية: النية السلوكية، الخدمات المصرفية عبر الهاتف، النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا ٣ وسلوك الاستخدام

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur kepada Allah Yang Maha Kuasa atas segala petunjuk dan bantuannya, Tesis ini berhasil diselesaikan dengan judul “Adopsi Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 3* Pada Nasabah Pengguna Mobile Banking Perbankan Syariah Di Kabupaten Padang Lawas Utara” sebagai syarat untuk meraih gelar Magister Ekonomi dari Pascasarjana Program Magister Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Salam dan doa yang penuh kesungguhan saya kirimkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang menjadi teladan utama dalam segala bidang kehidupan. Beliau memberikan panduan bagi kita untuk mencapai kehidupan yang mulia, baik di dunia maupun di akhirat.

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan beserta wakilnya.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Direktur Pascasarjana program magister Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan beserta wakilnya.
3. Ibu Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana program magister Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

4. Bapak Dr. Rukiah, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberi motivasi, dukungan dan ilmu pengetahuan yang ikhlas kepada peneliti.
5. Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A. dan ibu Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M. selaku pembimbing I dan pembimbing II peneliti ucapkan banyak terima kasih, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan tesis ini.
6. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan tesis ini.
7. Bapak serta Ibu Dosen Pascasarjana Program Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan.
8. Teristimewa kepada keluarga tercinta Ayahanda Anwar Sofyan Daulay, Ibunda tercinta Nurmahati Harahap dan nenek tersayang Nurkasa Harahap yang selalu mendukung dan berdo'a tiada hentinya demi terselesainya tesis ini. Beserta saudara/i saya Ary Anita Daulay, Andika Saputra Daulay dan Lizha Rahmadani Daulay.
9. Ucapan terima kasih kepada sahabat terdekat, rekan-rekan seperjuangan angkatan 2022 pada program studi Ekonomi Syariah Pascasarjana Program

Magister Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan baik moral dan moril untuk selalu mendukung dan tempat untuk berdiskusi peneliti.

10. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti selama proses perkuliahan dan penyusunan penulisan tesis ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Harapan peneliti semoga tesis ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. *Aamiin ya rabbal alamin.*

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan tesis ini dan semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah serta perlindungan kepada kita semua. *Aamiin Ya Rabbal Alamin.*

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Padangsidimpuan, 08 Juli 2024



Nurfia Sintia Daulay
NIM. 2250200029

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan



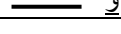
Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak di lambangkan	Tidak di lambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	s (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘.	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye



B. Vokal

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

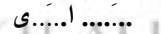


1. Vokal Tunggal adalah vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	dommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, translit erasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah danya	Ai	a dan i
	fathah dan wau	Au	a dan u

3. *Maddah* adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, translit erasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	\bar{a}	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	\bar{i}	I dan garis di bawah
	dommah dan wau	\bar{u}	u dan garis di atas

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua, yaitu:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, translit erasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, translit erasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhirkatanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. Syaddah (Tasydid)

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

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ٲ. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan

diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, mau pun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

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

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

I. Tajwid

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

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

COVER	
COVER DALAM	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	
PERNYATAAN MENYUSUN TESIS SENDIRI	
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI	
PENGESAHAN DIREKTUR PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER	
BERITA ACARA YUDISIUN	
ABSTRAK.....	i
ABSTRAC	ii
KATA PENGANTAR	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	14
C. Batasan Masalah.....	15
D. Definisi Operasional Variabel	16
E. Rumusan Masalah	22
F. Tujuan Penelitian	24
G. Kegunaan Penelitian.....	26
H. Sistematika Pembahasan	28
BAB II LANDASAN TEORI.....	30
A. Kerangka Teori.....	30
1. <i>Grand Theory</i>	30
a. Mobile Banking Perbankan Syariah	30
b. Niat Berperilaku	32
c. Teori Perilaku Konsumen.....	34
2. <i>Middle Theory</i>	36
a. Adopsi Teknologi	36
3. <i>Applied Theory</i>	44
a. UTAUT-3	44
B. Penelitian Terdahulu.....	50
C. Kerangka Pikir	70
D. Hipotesis	71
BAB III METODE PENELITIAN.....	74
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	74
1. Lokasi Penelitian	74
2. Waktu Penelitian.....	74
B. Jenis Penelitian	74
C. Populasi dan Sampel	75
1. Populasi	75
2. Sampel	76
D. Instrumen Pengumpulan Data	77

E. Analisis Deskriptif	80
F. Teknik Analisis Data	81
1. <i>Outer Model</i>	81
2. <i>Inner Model</i>	83
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	86
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	87
1. Sejarah Singkat Kabupaten Padang Lawas Utara.....	87
2. Letak Geografis	87
B. Deskripsi dan Hasil Penelitian.....	88
C. Hasil Analisis Data Penelitian	107
1. Hasil Uji <i>Outer Model</i>	107
a. Uji Validitas Konvergen.....	107
b. Uji Validitas Diskriminan.....	111
c. Uji Reliabilitas	114
2. Hasil Uji <i>Inner Model</i>	115
a. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	115
b. Analisis <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	116
c. Analisis <i>Effect Size</i> (F^2).....	117
d. Analisis <i>Goodness Of Fit</i>	118
e. Analisis Hipotesis	119
f. Model Struktural Penelitian.....	132
3. Pembahasan Hasil Penelitian	136
BAB V PENUTUP	166
A. Kesimpulan.....	166
B. Implikasi Hasil Penelitian.....	167
DAFTAR PUSTAKA	179
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Definisi Operasional Variabel	16
Tabel 2 Penelitian Terdahulu.....	56
Tabel 3 Skala Likert	78
Tabel 4 Kisi-Kisi Angket Penelitian.....	79
Tabel 5 Karakteristik Jenis Kelamin	87
Tabel 6 Karakteristik Usia.....	87
Tabel 7 Karakteristik Pekerjaan	88
Tabel 8 Penilaian Responden Terhadap Variabel Niat Berperilaku.....	90
Tabel 9 Penilaian Responden Terhadap Variabel User Behaviour	91
Tabel 10 Penilaian Responden Terhadap Variabel Performance Expectancy ..	93
Tabel 11 Penilaian Responden Terhadap Variabel Effort Expectancy	95
Tabel 12 Penilaian Responden Terhadap Variabel Social Influence	97
Tabel 13 Penilaian Responden Terhadap Variabel Facilitating Conditions.....	98
Tabel 14 Penilaian Responden Terhadap Variabel Hedonic Motivation	100
Tabel 15 Penilaian Responden Terhadap Variabel Price Value.....	102
Tabel 16 Penilaian Responden Terhadap Variabel Habit.....	103
Tabel 17 Penilaian Responden Terhadap Variabel Personal Innovation	105
Tabel 17 Hasil Uji Loading Factor Validitas Konvergen.....	107
Tabel 18 Hasil Uji AVE	109
Tabel 19 Hasil Uji <i>Cross Loading</i>	111
Tabel 20 Hasil Uji <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	113
Tabel 21 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	114
Tabel 22 Hasil Pengukuran Koefisien Determinasi (R ²)	115
Tabel 21 Nilai <i>Q-Predictive Relevance</i>	117
Tabel 22 Hasil Pengukuran <i>Effect size</i> (f ²)	118
Tabel 23 Hasil Pengukuran <i>Goodness of Fit</i> (GoF)	119
Tabel 24 Hasil Analisis Hipotesis	120

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model TAM	37
Gambar 2 Model UTAUT 1	38
Gambar 3 Model UTAUT 2	40
Gambar 4 Model UTAUT 3	43
Gambar 5 Kerangka Pikir	70
Gambar 6 Model Struktural Penelitian	133



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di tengah perkembangan teknologi yang terus berinovasi, layanan mobile banking telah menjadi pondasi utama dalam evolusi sistem perbankan global. Terobosan ini tidak terbatas pada perbankan konvensional saja, sektor perbankan syariah juga bergerak maju dengan menawarkan solusi keuangan yang didasarkan pada teknologi bagi para nasabahnya. Perbankan syariah telah aktif mengadopsi perkembangan teknologi dengan memastikan tersedianya layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah untuk memenuhi kebutuhan transaksional dan keuangan para nasabahnya. Ini tidak hanya memungkinkan akses yang lebih luas terhadap layanan keuangan, tetapi juga menawarkan solusi yang sesuai dengan kebutuhan para nasabah yang semakin terhubung secara digital.¹

Transformasi perbankan syariah ke arah teknologi yang lebih canggih seperti mobile banking menegaskan komitmen sektor ini untuk memfasilitasi kebutuhan finansial nasabahnya di era digital. Dalam upaya meningkatkan pelayanan, perbankan syariah terus berupaya memberikan akses yang lebih

¹Fotis Kitsios, Ioannis Giatsidis, and Maria Kamariotou, "Digital Transformation and Strategy in the Banking Sector: Evaluating the Acceptance Rate of E-Services," *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 7, no. 3 (September 2021): 204, <https://doi.org/10.3390/joitmc7030204>.

mudah dan nyaman kepada nasabahnya melalui platform digital. Dengan menggunakan layanan mobile banking, nasabah dapat menjalankan transaksi keuangan secara efisien dan sesuai dengan prinsip syariah, yang sesuai dengan nilai dan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Melalui pendekatan ini, perbankan syariah membuktikan diri sebagai pelaku yang progresif dan responsif terhadap tuntutan pasar dalam era digital saat ini.²

Hal ini yang membuat layanan mobile banking menjadi bagian integral dari transformasi perbankan global. Perkembangan ini tidak terkecuali untuk sektor perbankan syariah yang terus berupaya menghadirkan solusi keuangan berbasis teknologi bagi nasabahnya. Satu alasan kuat adalah kenyamanan dan aksesibilitas yang ditawarkan oleh layanan ini.³ Arus teknologi ini juga memiliki dampak ekonomi yang signifikan. Kemajuan ekonomi dan sosial masyarakat dan berkontribusi pada meningkatnya permintaan atas solusi keuangan yang lebih inovatif.

Fakta bahwa masyarakat Indonesia mulai menerapkan teknologi dalam aspek kehidupan sehari-hari, termasuk transaksi keuangan, menciptakan permintaan yang lebih besar terhadap layanan mobile banking. Ini sejalan dengan upaya bank syariah untuk menyesuaikan diri dengan tuntutan pasar dan kebutuhan nasabahnya dengan memperkenalkan layanan berbasis

²Heri Sudarsono et al., "The Intention of Muslim Customers to Adopt Mobile Banking: The Case of Islamic Banks in Indonesia," *Cogent Business & Management* 9, no. 1 (December 31, 2022): 2154102, <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2154102>.

³Baidhowi Baidhowi, "Sharia Banking Opportunities and Challenges in the Digital Era" (1st International Conference on Indonesian Legal Studies (ICILS 2018), Atlantis Press, 2018), 157–61, <https://doi.org/10.2991/icils-18.2018.30>.

teknologi guna memudahkan transaksi keuangan mereka. Jadi, di tengah arus globalisasi dan pertumbuhan teknologi, adopsi layanan mobile banking di berbagai wilayah Indonesia adalah respons alami terhadap perubahan sosial, ekonomi, dan teknologi yang terjadi di masyarakat.⁴

Di wilayah seperti Kabupaten Padang Lawas Utara, di mana teknologi semakin meresap, terdapat peningkatan signifikan dalam penggunaan smartphone dan konektivitas internet yang mendorong masyarakat untuk memanfaatkan layanan perbankan secara digital.⁵ Namun, tingkat adopsi mobile banking di kalangan nasabah perbankan syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara masih rendah. Hal ini karena jumlah nasabah di daerah tersebut relatif lebih rendah dibandingkan dengan wilayah lain, yang dapat memengaruhi besarnya aset *sebelum set off* (*gross assets*) dan dana pihak ketiga (*depositor funds*).⁶ Daerah tertentu lainnya di Provinsi Sumatera Utara dianggap lebih representatif secara statistik atau dari segi perbankan syariah. Hal ini bisa dipengaruhi oleh karakteristik sosial ekonomi masyarakat di Padang Lawas Utara, seperti tingkat penghasilan, akses terhadap layanan

⁴Ratna Juwita et al., "The Intention to Use Mobile Banking as a Financial Technology Service among Islamic Bank Users," *Indonesian Capital Market Review* 15, no. 1 (2023), <https://doi.org/10.21002/icmr.v15i1.1166>.

⁵Lee-Ying Tay, Hen-Toong Tai, and Gek-Siang Tan, "Digital Financial Inclusion: A Gateway to Sustainable Development," *Heliyon* 8, no. 6 (June 2022): e09766, <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09766>.

⁶Otoritas Jasa Keuangan, "Statistik Perbankan Syariah - Agustus 2023," Otoritas Jasa Keuangan, Otoritas Jasa Keuangan, 2023, <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Agustus-2023.aspx>.

keuangan, serta tingkat literasi keuangan yang belum optimal di wilayah tersebut.

Selain itu, aspek lokal seperti infrastruktur teknologi dan penetrasi perbankan syariah di daerah tersebut juga bisa memengaruhi adopsi teknologi keuangan. Jika infrastruktur teknologi belum berkembang dengan baik di daerah tersebut, nasabah mungkin kurang mendapat akses atau edukasi terkait teknologi keuangan, yang pada gilirannya dapat memengaruhi partisipasi mereka dalam produk keuangan syariah. Tingkat literasi keuangan juga memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan nasabah terkait produk keuangan. Jika literasi keuangan di daerah tersebut rendah, ada keengganan atau kurangnya pemahaman terhadap manfaat atau keamanan produk perbankan syariah, yang berdampak pada rendahnya partisipasi nasabah dan akumulasi aset serta dana pihak ketiga di wilayah tersebut.⁷

Berdasarkan observasi awal bahwa dalam mengeksplorasi persepsi terhadap penggunaan mobile banking di lingkungan perbankan syariah, wawancara dengan lima responden menyoroti optimisme terhadap efisiensi dan kemudahan transaksi. Namun, disertai dengan kekhawatiran terhadap manfaat yang diperoleh, kompleksitas fitur, dan ketidakpastian dalam penggunaan teknologi. Dualitas antara keyakinan positif dan keraguan ini

⁷Taofik Hidajat, "Financial Technology in Islamic View," *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal* 4, no. 2 (October 10, 2020): 102–12, <https://doi.org/10.21070/perisai.v4i2.465>.

menjadi fokus utama dalam meningkatkan adopsi teknologi mobile banking di wilayah tersebut.

Menurut Bapak Hotma, mobile banking ini membantu untuk transaksi lebih cepat dan mudah. Tapi, ada juga keraguan dan fitur yang belum dipahami betul soal manfaatnya, serta keamanan dan kerahasiaan data.⁸ Ibu Citra mengatakan mudah dipelajari dan memakai mobile banking. Tapi, ia agak khawatir juga masih ada fitur yang terlalu rumit atau tidak mudah dimengerti.⁹ Lain dengan Ibu Santi, ia mengatakan tidak menggunakan mobile banking karena ia tidak bisa menggunakan *smartphone*. Jadi, untuk transaksi keuangannya ia langsung berhubungan dengan bank syariah.¹⁰

Ibu Riski mengetahui kalau perangkat yang ia miliki cocok untuk pakai mobile banking. Cuma, terkadang juga ragu, apakah fasilitas internet cukup mendukung atau tidak, karena fasilitas internet di Kabupaten Padang Lawas Utara belum merata, khususnya di daerah Ibu Riski.¹¹ Bapak Andi mengatakan orang-orang terdekat dan penting baginya memang mendorong untuk pakai mobile banking. Tapi, ada juga teman-teman yang lain yang agak

⁸Wawancara Dengan Bapak Hotma Selaku Masyarakat Padang Lawas Utara, Pada Tanggal 31 Oktober 2023, Jam 10.00.

⁹Wawancara Dengan Ibu Citra Selaku Masyarakat Padang Lawas Utara, Pada Tanggal 31 Oktober 2023, Jam 13.00.

¹⁰Wawancara Dengan Ibu Santi Selaku Masyarakat Padang Lawas Utara, Pada Tanggal 31 Oktober 2023, Jam 14.00.

¹¹Wawancara Dengan Ibu Riski Selaku Masyarakat Padang Lawas Utara, Pada Tanggal 31 Oktober 2023, Jam 14.00.

ragu dengan hal itu.¹² Terakhir, Ibu Lenni menyebutkan *mobile banking* bank syariah bisa dipercaya soal keamanan dan ketentuan penggunaannya. Tapi, apakah benar-benar patuh terhadap aturan yang ada.¹³

Penggunaan *mobile banking* menghadapi dinamika antara optimisme dan keraguan dalam berbagai aspek. Optimisme terlihat dalam harapan efisiensi transaksi dan keyakinan akan kemudahan belajar serta dorongan positif dari lingkungan sosial. Namun, ada keraguan seputar manfaat yang diperoleh, potensi kesulitan interaksi, serta kekhawatiran akan kepatuhan dan kesesuaian aplikasi dengan fasilitas yang ada. Meskipun terdapat fenomena positif terkait efisiensi transaksi, kekhawatiran akan keamanan data dan pemahaman yang kurang dari pengguna menjadi tantangan. Dualitas dalam persepsi dan kompleksitas teknologi menjadi fokus utama untuk meningkatkan adopsi *mobile banking* dengan lebih baik.¹⁴

Wawancara dengan para responden menunjukkan keyakinan positif terhadap efisiensi transaksi dan kemudahan penggunaan *mobile banking*. Namun, keraguan juga muncul terkait manfaat yang diperoleh, kompleksitas interaksi, dan pemahaman teknologi yang terkait. Maka, fenomena yang terlihat adalah adanya ambivalensi atau dualitas dalam persepsi dan sikap

¹²Wawancara Dengan Bapak Andi Selaku Masyarakat Padang Lawas Utara, Pada Tanggal 31 Oktober 2023, Jam 15.00.

¹³Wawancara Dengan Ibu Lenni Selaku Masyarakat Padang Lawas Utara, Pada Tanggal 31 Oktober 2023, Jam 17.00.

¹⁴Abdul Hameed Pitafi et al., "Analysing UTAUT with Trust toward Mobile Banking Adoption in China and Pakistan: Extending with the Effect of Power Distance and Uncertainty Avoidance," *International Journal of Financial Innovation in Banking* 2, no. 3 (2019): 183–183, <https://doi.org/10.1504/ijfib.2019.10023966>.

pengguna terhadap penggunaan mobile banking di lingkungan perbankan syariah Kabupaten Padang Lawas Utara. Fenomena ini mencakup peningkatan efisiensi transaksi dan pelayanan melalui mobile banking, di mana keyakinan positif terhadap efisiensi transaksi dan harapan akan peningkatan kinerja menjadi bagian dari sikap yang mendukung penggunaan teknologi ini. Namun, dalam konteks ini, terdapat pula fenomena yang mencakup kekhawatiran terkait keamanan data dan kurangnya pemahaman nasabah tentang teknologi, yang menjadi hambatan dalam adopsi teknologi mobile banking.

Meskipun keyakinan positif terhadap manfaat seperti kinerja yang lebih baik, kemudahan penggunaan, dukungan sosial, dan kepercayaan terhadap keandalan aplikasi terlihat jelas, keraguan muncul terkait kondisi fasilitas yang diperlukan, tingkat kepercayaan yang belum sepenuhnya terbangun, serta sejauh mana pengguna bersedia mengeksplorasi fitur-fitur inovatif.¹⁵ Kompleksitas dalam persepsi ini menunjukkan bahwa ada tantangan yang perlu diatasi agar teknologi mobile banking dapat diadopsi secara lebih luas dan digunakan secara optimal dalam lingkungan perbankan syariah. Menangani ketidakpastian yang muncul dapat membantu dalam meningkatkan adopsi dan pemanfaatan teknologi ini, khususnya menggunakan model UTAUT.

¹⁵Hafez Baker et al., "Impact of Financial Technology on Improvement of Banks' Financial Performance," *Journal of Risk and Financial Management* 16, no. 4 (April 2023): 230, <https://doi.org/10.3390/jrfm16040230>.

Oleh sebab itu, dilaksanakannya penelitian ini dengan maksud untuk menganalisis faktor yang diprediksi dapat mempengaruhi masyarakat untuk mengadopsi *mobile banking* di Padang Lawas Utara dengan mengeksplorasi model UTAUT-3. Model UTAUT-3 dipilih dalam penelitian ini dengan alasan para penulis model UTAUT-3 mengklaim bahwa memiliki 66 persen kekuatan penjas dalam memprediksi adopsi teknologi. Sedangkan penelitian terbaru tentang adopsi staf akademik terhadap teknologi yang menggunakan model penerimaan teknologi alternatif seperti TAM, IDT dan UTAUT terbukti memiliki nilai penjelasan yang lebih rendah yakni 17-53 persen. Model UTAUT-3 merupakan teori/model penerimaan teknologi yang terbukti menjadi model yang paling relevan sekali dalam konteks adopsi dan pemanfaatan teknologi.¹⁶

Fokus pada penelitian ini adalah keterkaitan antara model UTAUT 3 dengan tingkat adopsi *mobile banking* pada nasabah perbankan syariah. Bagaimana variabel-variabel dalam model tersebut saling mempengaruhi dalam konteks keuangan syariah. Pada intinya, penelitian ini akan mengidentifikasi hubungan antara variabel-variabel dalam model UTAUT 3 dan tingkat adopsi *mobile banking* pada nasabah perbankan syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara.

¹⁶ Asanka Gunasinghe et al., "The Adequacy of UTAUT-3 in Interpreting Academician's Adoption to e-Learning in Higher Education Environments," *Interactive Technology and Smart Education* 17, no. 1 (November 22, 2019): 86–106, <https://doi.org/10.1108/ITSE-05-2019-0020>.

Hasil penelitian dari beberapa studi mengenai adopsi teknologi dalam berbagai bidang menawarkan pemahaman yang kaya terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan dan perilaku dalam mengadopsi teknologi baru. Penelitian Salimon et al. mengkaji adopsi *m-commerce* pada UKM Malaysia. Faktor teknologi dan organisasi seperti *computer self-efisiensi*, hasil demonstrabilitas, pengetahuan *m-commerce*, tekanan dari mitra dagang, dan tekanan dari pesaing memengaruhi adopsi *m-commerce*. Namun, hubungan moderasi hedonis terhadap adopsi *m-commerce* tidak signifikan. Penelitian ini membantu memahami keputusan UKM dalam menggunakan *m-commerce*.¹⁷

Panjaitan et al. meneliti adopsi teknologi *blockchain* dalam industri perbankan Indonesia. Faktor seperti ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, kebiasaan, dan inovasi pribadi memengaruhi niat berperilaku menggunakan *blockchain*, sementara faktor lain tidak memiliki pengaruh signifikan. Para bankir perlu meningkatkan pengetahuan dan kebiasaan dalam penggunaan teknologi *blockchain*.¹⁸ Sholihah et al. meneliti adopsi mobile banking BSI.

Faktor-faktor seperti Kualitas Layanan, Kualitas Informasi, Ekspektasi

¹⁷Maruf Gbadebo Salimon et al., “Malaysian SMEs M-Commerce Adoption: TAM 3, UTAUT 2 and TOE Approach,” *Journal of Science and Technology Policy Management* 14, no. 1 (February 9, 2023): 98–126, <https://doi.org/10.1108/JSTPM-06-2019-0060>.

¹⁸Sintya Lasma Putri Br Panjaitan, Stevi Chartinie Valiyenty, and Ignatius Edward Riantono, “User’s Acceptance and Intention of Blockchain Technology with UTAUT 3 Model: Beneficial or Detrimental in the Indonesian Banking Industry,” in *2023 IEEE 13th International Conference on Control System, Computing and Engineering (ICCSCE)* (2023 IEEE 13th International Conference on Control System, Computing and Engineering (ICCSCE), Penang, Malaysia: IEEE, 2023), 89–94, <https://doi.org/10.1109/ICCSCE58721.2023.10237147>.

Kinerja, Ekspektasi Upaya, Pengaruh Sosial, dan Religiusitas memiliki dampak signifikan terhadap niat adopsi mobile banking BSI. Pekerjaan mereka membantu pemangku kepentingan menyusun strategi untuk meningkatkan kinerja mobile banking.¹⁹

Maulani & Handayani mengamati aplikasi model UTAUT-3 terhadap perilaku pengguna mobile banking di Jabodetabek. Temuan mereka menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti ekspektasi kinerja, kebiasaan, dan inovasi pribadi berpengaruh positif terhadap niat berperilaku.²⁰ Rofi'i et al. memfokuskan pada penerimaan pengguna terhadap aplikasi mobile banking. Faktor-faktor seperti ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, kualitas layanan, dan kualitas informasi memengaruhi penerimaan pengguna terhadap mobile banking. Temuan mereka menunjukkan keinginan pengguna untuk menggunakan mobile banking di masa depan.²¹

Pinto et al. mengevaluasi adopsi *Mobile Augmented Reality in Tourism* (MART). Temuan menunjukkan bahwa variabel kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, dan kebiasaan memiliki dampak terhadap penggunaan

¹⁹Erlinda Sholihah et al., "Determinants of BSI Mobile Banking Adoption Intentions: DeLone & McLean and UTAUT Model Integration with Religiosity," *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, no. Query date: 2023-11-14 09:44:40 (2023): 1–17, <https://doi.org/10.20885/ajim.vol5.iss1.art1>.

²⁰Elin Maulani and Sri Setya Handayani, "Analysis of the Application of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 (UTAUT-3) Model on Intention and Use Behavior of Users of Mobile Banking Applications in the Jabodetabek Region," *International Journal of Social Science and Human Research* 6, no. Query date: 2023-11-14 09:44:40 (2023), <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v6-i9-17>.

²¹Agus Rofi'i, Dede Ridho Firdaus, and Irwan Moridu, "The Analysis of User Acceptance Using UTAUT and Delone & McLean Model: Study Case of Banking Mobile Application," *Journal of Information System, Technology and Engineering* 1, no. 1 (2023): 21–25, <https://doi.org/10.61487/jiste.v1i1.11>.

MART. Variabel UTAUT-3 menjelaskan sebagian besar variasi dalam perilaku penggunaan MART.²² Samartha et al. menyoroti adopsi aplikasi mobile-banking di India. Pengaruh sosial, ekspektasi upaya, dan kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat membeli. Model UTAUT cocok untuk mengevaluasi adopsi aplikasi mobile-banking.²³

Saibil et al. meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi niat menggunakan QRIS pada mobile banking Syariah saat pandemi. Hasilnya menunjukkan bahwa masyarakat memiliki niat yang baik dalam menggunakan QRIS pada masa pandemi.²⁴ Konteks menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif pada penggunaan aplikasi m-banking (MBA). Faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, kepercayaan, dan pengaruh sosial memainkan peran penting dalam adopsi MBA. Bank perlu mempertimbangkan strategi promosi dan pemanfaatan pengaruh sosial dari pengguna yang sudah ada.²⁵

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

²²Agostinho Sousa Pinto et al., “Augmented Reality for a New Reality: Using UTAUT-3 to Assess the Adoption of Mobile Augmented Reality in Tourism (MART),” *Journal of Information Systems Engineering and Management* 7, no. 2-In Progress (April 14, 2022): 14550, <https://doi.org/10.55267/iadt.07.12012>.

²³Vishal Samartha et al., “A Study on the Acceptance of Mobile-Banking Applications in India—Unified Theory of Acceptance and Sustainable Use of Technology Model (UTAUT),” *Sustainability* 14, no. 21 (2022): 14506–14506, <https://doi.org/10.3390/su142114506>.

²⁴Defi Insani Saibil, Fajar Sodik, and Andi Ainun Mardiah, “Faktor Mempengaruhi Niat Menggunakan QRIS Pada Sharia Mobile Banking Saat Pandemi COVID-19 (Modifikasi Model UTAUT 2),” *NISBAH: Jurnal Perbanka Syariah* 8, no. 2 (2022): 75–92, <https://doi.org/10.30997/jn.v8i2.6353>.

²⁵George Kondeos et al., “An Extended UTAUT Model to Explore the Influential Factors towards M-Banking Apps’ Use,” *International Journal of Business and Management* 17, no. 7 (2022): 29–29, <https://doi.org/10.5539/ijbm.v17n7p29>.

Jadil et al. mencatat peningkatan studi adopsi m-banking dalam 16 tahun terakhir. Meskipun hasilnya bervariasi, variabel UTAUT seperti PE, EE, dan SI banyak digunakan dalam model teoritis, dengan PE sebagai pendorong utama niat penggunaan.²⁶ Chaidir membandingkan penggunaan aplikasi mobile banking pada bank konvensional dan syariah di Nusa Tenggara Barat dengan menggunakan model UTAUT. Temuan menunjukkan bahwa harapan kinerja, dukungan sosial, dan kondisi fasilitas berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku menggunakan m-banking di kedua jenis bank.²⁷

Penelitian sebelumnya dalam domain adopsi teknologi seperti mobile banking telah menghasilkan pengetahuan yang signifikan, namun terdapat celah dalam konteks spesifik perbankan syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara yang belum tersentuh. Penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan ini dengan fokus yang sangat spesifik pada perilaku penggunaan mobile banking di lingkungan perbankan syariah di wilayah tersebut.

Dalam penelitian sebelumnya, variabel-variabel yang digunakan dalam model UTAUT belum sepenuhnya mempertimbangkan faktor-faktor yang khusus dan signifikan dalam konteks perbankan syariah di wilayah tersebut,

²⁶Yassine Jadil, Nripendra P. Rana, and Yogesh K. Dwivedi, "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, no. Query date: 2023-11-14 09:44:40 (2021): 354–72, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.052>.

²⁷Taufiq Chaidir, Ihsan Ro'is, and Akhmad Jufri, "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* 3, no. 1 (2021): 61–76, <https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i1.37>.

yang menjadikan penelitian ini sebagai peluang untuk memperluas pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi tersebut melalui UTAUT-3. Melalui fokus yang sangat spesifik ini, penelitian ini diharapkan memberikan wawasan yang lebih mendalam dan relevan bagi para praktisi, pengambil kebijakan, serta pemangku kepentingan lokal, dan memunculkan rekomendasi yang lebih tepat guna untuk meningkatkan adopsi mobile banking di lingkungan perbankan syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara.

Novelty penelitian ini terletak pada penerapan model UTAUT 3 dalam konteks perbankan syariah di wilayah spesifik Kabupaten Padang Lawas Utara, yang memiliki karakteristik dan tantangan tersendiri dalam adopsi teknologi keuangan, di mana dinamika sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat dapat memberikan wawasan yang berbeda dalam memahami faktor-faktor adopsi teknologi di Kabupaten Padang Lawas Utara.

Penelitian ini memiliki urgensi yang kuat karena mengeksplorasi aspek teknologi yang berdampak langsung pada kehidupan keuangan masyarakat di Kabupaten Padang Lawas Utara. Dalam era dimana teknologi semakin mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan layanan keuangan, pemahaman mendalam tentang adopsi mobile banking dalam konteks perbankan syariah menjadi krusial. Penelitian sebelumnya belum mempertimbangkan kekhasan dan kebutuhan masyarakat lokal.

Dengan fokus yang sangat spesifik pada wilayah dan industri yang relevan, hasil dari penelitian ini dapat memberikan pandangan praktis dan rekomendasi yang lebih tepat sasaran bagi lembaga keuangan, regulator, dan komunitas lokal dalam meningkatkan layanan perbankan syariah melalui teknologi. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang preferensi dan perilaku pengguna mobile banking di wilayah ini, penelitian ini memiliki potensi untuk mempercepat adopsi teknologi ini dan pada akhirnya, meningkatkan inklusi keuangan serta akses terhadap layanan perbankan yang lebih baik bagi masyarakat setempat. Oleh karena itu, judul penelitian ini adalah “Adopsi Model UTAUT 3 Pada Nasabah Pengguna Mobile Banking Perbankan Syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara.”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan konteks permasalahan yang ada, maka diidentifikasi masalah yang dijelaskan dalam penelitian ini adalah:

1. Rendahnya adopsi mobile banking perbankan syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara. Faktor-faktor seperti jumlah nasabah yang relatif rendah, kurangnya infrastruktur teknologi, akses terhadap layanan keuangan, serta tingkat literasi keuangan yang kurang optimal menjadi masalah yang mempengaruhi adopsi mobile banking.
2. Kurangnya kemajuan dalam infrastruktur teknologi, akses terhadap internet yang belum merata, dan rendahnya literasi keuangan di beberapa

daerah di Padang Lawas Utara menjadi hambatan dalam adopsi mobile banking.

3. Responden menyatakan kekhawatiran terhadap keamanan data dan kesesuaian aplikasi dengan fasilitas yang ada, serta ketidakpastian terkait kepatuhan aplikasi terhadap aturan yang ada.
4. Rendahnya tingkat pengetahuan dan edukasi terkait manfaat serta keamanan produk perbankan syariah juga menjadi masalah dalam adopsi mobile banking.
5. Faktor-faktor seperti tingkat penghasilan, akses terhadap layanan keuangan, dan tingkat literasi keuangan yang berbeda-beda di wilayah tersebut memengaruhi adopsi teknologi keuangan.
6. Kurangnya studi yang tepat sasaran, karena penelitian sebelumnya belum sepenuhnya mempertimbangkan kebutuhan dan kekhasan masyarakat lokal dalam adopsi mobile banking.

C. Batasan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana pengguna merespons dan menggunakan teknologi mobile banking di bank syariah. Fokusnya adalah perilaku penggunaan teknologi tersebut dalam konteks perbankan syariah. Adapun batasan masalah penelitian ini yaitu:

1. Penelitian mengidentifikasi beberapa kendala terkait rendahnya adopsi mobile banking perbankan syariah. Maka, pada penelitian ini mengadopsi

model UTAUT-3 untuk mengetahui faktor-faktor niat berperilaku dan perilaku penggunaan mobile banking dalam konteks perbankan syariah.

2. Penelitian ini menggunakan variabel niat berperilaku dan variabel perilaku pengguna mobile banking sebagai variabel laten endogen, dan variabel ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*), nilai harga (*price value*), kebiasaan (*habit*) dan inovasi personal (*personal innovativeness*), merupakan variabel laten eksogen yang dianalisis dalam penelitian ini..
3. Penelitian sebelumnya belum sepenuhnya mempertimbangkan kebutuhan dan karakteristik khusus masyarakat lokal, menjadi salah satu keterbatasan yang harus diatasi untuk memberikan solusi yang lebih tepat dalam meningkatkan adopsi mobile banking di perbankan syariah. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan di Padang Lawas Utara.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional penelitian ini guna membatasi dan mengukur masalah penelitian. Berikut definisi operasional pada penelitian ini:

Tabel I.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Niat Berperilaku (Y)	Niat berperilaku (<i>behavior intention</i>) adalah keinginan konsumen dalam berperilaku menurut cara tertentu dalam rangka	1. Niat adopsi teknologi 2. Niat	Ordinal

		memiliki, membuang dan menggunakan suatu produk atau jasa. Niat penggunaan digunakan untuk mengukur seberapa besar keinginan pengguna dalam menggunakan layanan mobile banking di Padang Lawas Utara.	merekomendasikan adopsi teknologi kepada orang lain ²⁸	
2	Perilaku Penggunaan (Z)	Perilaku penggunaan (<i>usage behavior</i>) adalah cara individu atau kelompok berinteraksi dengan produk, layanan, atau teknologi, termasuk aktivitas, kebiasaan, dan pola penggunaan, mencakup frekuensi, metode, dan tingkat pemanfaatan dalam kegiatan sehari-hari. ²⁹ Perilaku penggunaan mobile banking merujuk pada cara individu atau kelompok menggunakan layanan perbankan melalui aplikasi mobile, termasuk frekuensi penggunaan, jenis transaksi yang dilakukan, dan tingkat keterlibatan dalam aktivitas keuangan melalui platform tersebut di Padang Lawas Utara.	1. Kemudahan Penggunaan 2. Kepuasan Pengguna 3. Intensi Penggunaan ³⁰	Ordinal
3	Ekspektasi Kinerja (X ₁)	Ekspektasi Kinerja (<i>Performance Expectancy</i>) adalah keyakinan individu akan seberapa besar teknologi atau layanan tersebut akan meningkatkan kinerja atau produktivitas mereka dalam melakukan aktivitas tertentu. ³¹ Ekspektasi Kinerja (<i>Performance</i>	1. Manfaat dalam aktivitas sehari-hari 2. Meningkatkan efisiensi	Ordinal

²⁸ Venkatesh, Thong, and Xu, "Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology," *MIS Quarterly* 36, no. 1 (2012): 157, <https://doi.org/10.2307/41410412>.

²⁹R. Venkatesakumar et al., "Distribution Characteristics of Star Ratings in Online Consumer Reviews," *Vilakshan - XIMB Journal of Management* 18, no. 2 (July 27, 2021): 156–70, <https://doi.org/10.1108/XJM-10-2020-0171>.

³⁰ William K. Darley, Charles Blankson, and Denise J. Luethge, "Toward an Integrated Framework for Online Consumer Behavior and Decision Making Process: A Review," *Psychology & Marketing* 27, no. 2 (February 2010): 94–116, <https://doi.org/10.1002/mar.20322>.

³¹Venkatesh, Thong, and Xu, "Consumer Acceptance and Use of Information Technology."

		<i>Expectancy</i>) adalah keyakinan nasabah akan seberapa besar teknologi atau layanan mobile banking akan meningkatkan kinerja atau produktivitas mereka dalam melakukan aktivitas tertentu di Padang Lawas Utara.	3. Meningkatkan peluang 4. Peningkatan produktivitas ³²	
4	Ekspektasi Usaha (X_2)	Ekspektasi Usaha (<i>Effort Expectancy</i>) adalah kemudahan yang diantisipasi individu dalam menggunakan teknologi atau layanan tersebut, seperti tingkat kesulitan atau usaha yang diperlukan untuk memahami dan menggunakan dengan lancar. ³³ Ekspektasi Usaha (<i>Effort Expectancy</i>) adalah kemudahan yang diantisipasi individu dalam menggunakan mobile banking syariah, seperti tingkat kesulitan atau usaha yang diperlukan untuk memahami dan menggunakan dengan lancar di Padang Lawas Utara.	1. Kemudahan dan keadilan dalam penggunaan 2. Keterbacaan dan kemudahan belajar 3. Antarmuka yang ramah pengguna 4. Keterpahaman yang mudah ³⁴	Ordinal
5	Pengaruh Sosial (X_3)	Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>) adalah dampak atau pengaruh dari lingkungan sosial, termasuk orang-orang penting, kelompok atau masyarakat	1. Pengaruh dari orang-orang penting	Ordinal

³² Viswanath Venkatesh, "Adoption and Use of AI Tools: A Research Agenda Grounded in UTAUT," *Annals of Operations Research* 308, no. 1–2 (January 2022): 641–52, <https://doi.org/10.1007/s10479-020-03918-9>.

³³ Venkatesh, Thong, and Xu, "Consumer Acceptance and Use of Information Technology."

³⁴ Ni Wayan Dewi Mas Yogi Pertiwi and Dodik Ariyanto, "PENERAPAN MODEL UTAUT2 UNTUK MENJELASKAN MINAT DAN PERILAKU PENGGUNAAN MOBILE BANKING DI KOTA DENPASAR," *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 18, no. 2 (2017): 1369–97.

		sekitarnya, yang mempengaruhi sikap dan perilaku individu terhadap penggunaan teknologi atau layanan. ³⁵ Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>) adalah dampak atau pengaruh dari lingkungan sosial, termasuk orang-orang penting, kelompok atau masyarakat sekitarnya, yang mempengaruhi sikap dan perilaku individu terhadap penggunaan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.	2. Faktor-faktor sosial 3. Partisipasi dari individu lain ³⁶	
6	Kondisi yang Memfasilitasi (X_4)	Kondisi yang Memfasilitasi (<i>Facilitating Conditions</i>) adalah Faktor-faktor yang memengaruhi ketersediaan sumber daya, pengetahuan, atau dukungan infrastruktur yang memudahkan atau mendukung penggunaan teknologi atau layanan. ³⁷ Kondisi yang Memfasilitasi (<i>Facilitating Conditions</i>) adalah Faktor-faktor yang memengaruhi ketersediaan sumber daya, pengetahuan, atau dukungan infrastruktur yang memudahkan atau mendukung penggunaan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.	1. Ketersediaan sumber daya 2. Pengetahuan yang tersedia 3. Infrastruktur dan bantuan yang ada ³⁸	Ordinal
7	Motivasi Hedonis (X_5)	Motivasi Hedonis (<i>Hedonic Motivation</i>) adalah dorongan atau motivasi individu yang berkaitan dengan kesenangan, kegembiraan, atau kepuasan emosional yang	1. Hiburan 2. Daya tarik dan kegembiraan	Ordinal

³⁵Venkatesh, Thong, and Xu, "Consumer Acceptance and Use of Information Technology."

³⁶ Pushp P. Patil, Yogesh K. Dwivedi, and Nripendra P. Rana, "Digital Payments Adoption: An Analysis of Literature," in *Digital Nations – Smart Cities, Innovation, and Sustainability*, ed. Arpan Kumar Kar et al., vol. 10595, Lecture Notes in Computer Science (Cham: Springer International Publishing, 2017), 61–70, https://doi.org/10.1007/978-3-319-68557-1_7.

³⁷Venkatesh, Thong, and Xu, "Consumer Acceptance and Use of Information Technology."

³⁸ Venkatesh, Thong, and Xu.

		mereka harapkan dari penggunaan teknologi atau layanan. ³⁹ Motivasi Hedonis (Hedonic Motivation) adalah dorongan atau motivasi individu yang berkaitan dengan kesenangan, kegembiraan, atau kepuasan emosional yang mereka harapkan dari penggunaan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.	3. Membuat pengguna merasa senang ⁴⁰	
8	Nilai Harga (X ₆)	Nilai Harga (<i>Price Value</i>) adalah penilaian individu terhadap seimbangannya nilai yang mereka terima dari penggunaan teknologi atau layanan dengan harga atau biaya yang mereka bayarkan. ⁴¹ Nilai Harga (<i>Price Value</i>) adalah penilaian individu terhadap seimbangannya nilai yang mereka terima dari penggunaan teknologi atau layanan dengan harga atau biaya yang mereka bayarkan dari penggunaan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.	1. Harga yang terjangkau 2. Keseimbangan nilai dengan harga 3. Memberikan manfaat yang sepadan dengan harga ⁴²	Ordinal
9	Kebiasaan (X ₇)	Kebiasaan (<i>Habit</i>) adalah tindakan atau pola yang konsisten dilakukan individu secara otomatis atau tanpa disadari dalam penggunaan teknologi atau layanan karena kebiasaan yang telah terbentuk. ⁴³ Kebiasaan (<i>Habit</i>) adalah tindakan	1. Konsistensi dalam kebiasaan 2. Penggunaan yang	Ordinal

³⁹Venkatesh, Thong, and Xu.

⁴⁰ Nova Herli Briliyan Putri, "Analisis Faktor Adopsi Penggunaan Mobile Banking Pada UMKM Dengan Pendekatan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)" (Undergraduate thesis, STIE Perbanas Surabaya, 2021).

⁴¹Venkatesh, Thong, and Xu, "Consumer Acceptance and Use of Information Technology."

⁴² Viswanath Venkatesh, "Adoption and Use of AI Tools: A Research Agenda Grounded in UTAUT," *Annals of Operations Research* 308, no. 1–2 (January 2022): 641–52, <https://doi.org/10.1007/s10479-020-03918-9>.

⁴³Venkatesh, Thong, and Xu, "Consumer Acceptance and Use of Information Technology."

		atau pola yang konsisten dilakukan individu secara otomatis atau tanpa disadari dan telah terbentuk dalam penggunaan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.	berlebih 3. Ketergantungan yang wajar 4. Kebiasaan yang dapat diterima secara umum ⁴⁴	
10	Inovasi Personal (X ₈)	Inovasi Personal (<i>Personal Innovativeness</i>) adalah tingkat keterbukaan individu terhadap adopsi atau penerimaan teknologi baru dan kemampuan untuk mencoba hal-hal baru dalam konteks teknologi atau layanan. ⁴⁵ Inovasi Personal (<i>Personal Innovativeness</i>) adalah tingkat keterbukaan individu terhadap adopsi atau penerimaan teknologi baru dan kemampuan untuk mencoba hal-hal baru dalam konteks penggunaan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.	1. Fitur-fitur baru dan canggih 2. Kemajuan teknologi 3. Teknologi yang inovat. ⁴⁶	Ordinal

⁴⁴ Venkatesh, Thong, and Xu.

⁴⁵Gunasinghe et al., "The Adequacy of UTAUT-3 in Interpreting Academician's Adoption to e-Learning in Higher Education Environments," November 22, 2019.

⁴⁶Gunasinghe et al.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalahnya:

1. Apakah terdapat pengaruh ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) terhadap niat berperilaku menggunakan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara?
2. Apakah terdapat pengaruh ekspektasi usaha (*effort expectancy*) terhadap niat berperilaku menggunakan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara?
3. Apakah terdapat pengaruh pengaruh sosial (*social influence*) terhadap niat berperilaku menggunakan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara?
4. Apakah terdapat pengaruh kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) terhadap niat berperilaku menggunakan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara?
5. Apakah terdapat pengaruh motivasi hedonis (*hedonic motivation*) terhadap niat berperilaku menggunakan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara?
6. Apakah terdapat pengaruh nilai harga (*price value*) terhadap niat berperilaku menggunakan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara?

7. Apakah terdapat pengaruh kebiasaan (*habit*) terhadap niat berperilaku menggunakan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara?
8. Apakah terdapat pengaruh inovasi personal (*personal innovations*) terhadap niat berperilaku menggunakan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara?
9. Apakah terdapat pengaruh niat berperilaku terhadap perilaku pengguna mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara?
10. Apakah terdapat pengaruh kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) terhadap perilaku pengguna mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara?
11. Apakah terdapat pengaruh kebiasaan (*habit*) terhadap perilaku pengguna mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara?
12. Apakah terdapat pengaruh inovasi personal (*personal innovativeness*) terhadap perilaku pengguna mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara?
13. Apakah niat berperilaku memediasi kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) terhadap perilaku pengguna mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara?
14. Apakah niat berperilaku memediasi kebiasaan (*habit*) terhadap perilaku pengguna mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara?

15. Apakah niat berperilaku memediasi inovasi personal (*personal innovations*) terhadap perilaku pengguna mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara?

F. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini berdasarkan latar belakang masalah dan pokok permasalahannya ialah:

1. Untuk menganalisis pengaruh ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) terhadap niat berperilaku menggunakan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.
2. Untuk menganalisis pengaruh ekspektasi usaha (*effort expectancy*) terhadap niat berperilaku menggunakan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.
3. Untuk menganalisis pengaruh pengaruh sosial (*social influence*) terhadap niat berperilaku menggunakan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.
4. Untuk menganalisis pengaruh kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) terhadap niat berperilaku menggunakan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.
5. Untuk menganalisis pengaruh motivasi hedonis (*hedonic motivation*) terhadap niat berperilaku menggunakan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.

6. Untuk menganalisis pengaruh nilai harga (*price value*) terhadap niat berperilaku menggunakan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.
7. Untuk menganalisis pengaruh kebiasaan (*habit*) terhadap niat berperilaku menggunakan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.
8. Untuk menganalisis pengaruh inovasi personal (*personal innovativeness*) terhadap niat berperilaku menggunakan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.
9. Untuk menganalisis pengaruh niat berperilaku terhadap perilaku pengguna mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.
10. Untuk menganalisis pengaruh kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) terhadap perilaku pengguna mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.
11. Untuk menganalisis pengaruh kebiasaan (*habit*) terhadap perilaku pengguna mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.
12. Untuk menganalisis pengaruh inovasi personal (*personal innovativeness*) terhadap perilaku pengguna mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.
13. Untuk menganalisis berperilaku memediasi kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) terhadap perilaku pengguna mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.

14. Untuk menganalisis niat berperilaku memediasi kebiasaan (*habit*) terhadap perilaku pengguna mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.
15. Untuk menganalisis niat berperilaku memediasi inovasi personal (*personal innovativeness*) terhadap perilaku pengguna mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.

G. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat dalam mengembangkan pengetahuan mengenai model adopsi teknologi yang relevan terhadap perkembangan teknologi informasi di masa sekarang dan masa yang akan datang serta sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan jenjang Magister pada prodi Ekonomi Syariah di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran seberapa berpengaruhnya variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, dan inovasi personal dan perilaku penggunaan dalam menentukan niat berperilaku dan perilaku penggunaan oleh nasabah bank syariah dalam menggunakan mobile banking.

2. Bagi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Penelitian ini merupakan sarana belajar yang diharapkan akan memberikan manfaat untuk menambah ilmu pengetahuan ekonomi

syariah, serta memberi manfaat dalam pengembangan ilmu dalam bidang ekonomi syariah di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

3. Bagi Masyarakat Padang Lawas Utara

Penelitian ini memberikan manfaat dalam hal aksesibilitas yang lebih baik terhadap layanan keuangan, memungkinkan mereka untuk memanfaatkan layanan perbankan syariah dengan lebih efisien dan mengembangkan kesadaran akan produk serta layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, penelitian ini juga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terkait keamanan dan perlindungan data dalam penggunaan layanan mobile banking.

4. Bagi Perbankan Syariah

Penelitian ini dapat menjadi landasan untuk meningkatkan layanan, mengidentifikasi kebutuhan nasabah, dan mengembangkan produk inovatif yang lebih sesuai dengan preferensi pengguna. Ini juga membantu bank syariah merancang strategi pemasaran yang lebih efektif.

5. Bagi Peneliti Selanjutnya

Temuan dari penelitian ini dapat menjadi basis untuk penelitian lebih lanjut dalam memperluas pemahaman terhadap perilaku penggunaan teknologi dalam sektor keuangan syariah atau bahkan untuk pengembangan teori baru yang relevan dengan bidang ini.

H. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan mengikuti sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab Pertama, merupakan pendahuluan sebagai pengantar dari keseluruhan isi pembahasan. Pada bab ini mengemukakan hal-hal mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian.

Bab Kedua, merupakan tinjauan pustaka yang menjelaskan landasan teori yang berhubungan dengan penelitian serta hasil penelitian terdahulu yang menjadi referensi peneliti. Kerangka pikir bertujuan untuk memperjelas pembaca tentang variabel-variabel.

Bab Ketiga, berisi tentang metode penelitian yang menjelaskan tentang metode yang digunakan, lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

Bab keempat membahas hasil dan pembahasan. Bab ini berisi gambaran umum tentang objek penelitian, deskripsi hasil penelitian yang telah diperoleh, dan analisis mendalam terhadap hasil penelitian tersebut. Dalam bagian ini, penelitian dianalisis dan diinterpretasikan untuk menjawab rumusan masalah yang telah diajukan sebelumnya. Bab ini membantu membuktikan atau membantah hipotesis yang telah diajukan di Bab II.

Bab kelima merupakan penutup dari tesis ini. Bab ini berisi kesimpulan yang merangkum temuan utama dari penelitian serta hasil analisis

yang telah dijelaskan di Bab IV. Selain itu, bab ini juga memberikan saran-saran atas pembahasan yang ada, mengindikasikan arah untuk penelitian selanjutnya yang dapat dilakukan berdasarkan hasil dari penelitian ini. Bab ini menjadi akhir dari perjalanan penelitian dan menyajikan ringkasan dan panduan untuk pembaca yang ingin melanjutkan penelitian dalam topik yang sama.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

BAB II

PEMBAHASAN

A. Kerangka Teori

1. Grand Theory

a. Mobile Banking Perbankan Syariah

Teknologi informasi ikut mewarnai dunia perbankan syariah. Kehadiran sistem online yang ditangani oleh teknologi komputer dan teknologi komunikasi memungkinkan nasabah bertransaksi dari kantor cabang dari bank sama yang berada dimana saja. Pada perkembangan selanjutnya, sistem tersebut dilengkapi dengan mesin anjungan tunai mandiri atau *Automatic Teller Machine*. Melalui ATM memungkinkan nasabah bertransaksi tanpa harus bergantung oleh jam kerja bank. Tidak puas dengan model pelayanan seperti itu, pihak bank juga mengembangkan layanan dengan telepon seluler, yang dikenal dengan mobile banking.⁴⁷

Layanan mobile banking perbankan syariah yaitu layanan digital perbankan yang memungkinkan nasabah bank syariah dapat melakukan transaksi perbankan melalui smartphone dengan akses internet. Layanan mobile banking dapat digunakan melalui beberapa menu yang telah tersedia pada aplikasi mobile banking. Mobile

⁴⁷ Syamsul Hadi and Novi Novi, "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN LAYANAN MOBILE BANKING," *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan* 5, no. 1 (March 1, 2015): 55, <https://doi.org/10.12928/optimum.v5i1.7840>.

banking menawarkan kemudahan bila dibandingkan dengan SMS Banking, karena nasabah sudah tidak perlu lagi mengingat beberapa format SMS yang dibutuhkan nasabah dalam mengirimkannya ke bank, begitu juga dengan nomor tujuan SMS Banking nya. Fitur-fitur yang diberikan pada layanan mobile banking diantaranya layanan informasi seperti cek saldo, mutasi rekening, suku bunga dan layanan transaksi seperti transfer, pembayaran tagihan listrik, air, internet, pembelian pulsa, dan berbagai fitur lainnya dalam mobile banking.

Untuk menggunakan layanan mobile banking pada bank syariah, nasabah bank syariah harus sudah mendaftarkan diri terlebih dahulu ke kantor bank syariah. Kemudian setelah terdaftar menjadi pengguna mobile banking, nasabah bank syariah harus mengunduh dan menginstal aplikasi pada smartphone terlebih dahulu. Pada saat membuka aplikasi tersebut, nasabah harus memasukkan User-ID dan *password* untuk dapat login, kemudian nasabah dapat memilih menu transaksi yang telah tersedia dan diminta memasukkan kode OTP dan PIN saat menjalankan setiap transaksi.

Berikut merupakan beberapa kemudahan yang ditawarkan oleh layanan mobile banking, diantaranya transaksi non-finansial, transaksi finansial, transfer, dan pembayaran tagihan. Transaksi non-finansial yang dilayani oleh mobile banking diantaranya adalah informasi mengenai saldo tabungan, hingga melakukan transfer. Transaksi

finansial yang dapat dilakukan melalui layanan mobile banking diantaranya melakukan transaksi seperti transfer antar pengguna Bank Umum Syariah tertentu, maupun antar bank via ATM Bersama.

b. Niat Berperilaku

Niat merupakan faktor motivasi yang mempengaruhi suatu perilaku seseorang, jadi niat pada dasarnya adalah indikator dari perilaku penggunaan yang sebenarnya.⁴⁸ Mowen mengartikan niat berperilaku adalah keinginan konsumen dalam berperilaku menurut cara tertentu dalam rangka memiliki, membuang dan menggunakan suatu produk atau jasa.⁴⁹ Jadi seorang individu dapat berkeinginan dalam mencari informasi, memberitahukannya pada orang lain tentang pengalamannya dengan sebuah produk, dan membeli produk atau jasa tertentu, atau membuang produk dengan cara tertentu. Menurut Simamora niat berperilaku (*behavior intention*) merupakan suatu proporsi yang terhubung dalam diri dengan tindakan mendatang.⁵⁰ Menurut Kanuk, niat berperilaku merupakan frekuensi pembelian atau

⁴⁸ Haifah Nabilatul Azizah et al., “Niat Berperilaku Masyarakat Dalam Menggunakan Vaksin Halal: Penerapan Teori of Planned Behaviour,” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 4, no. 5 (February 21, 2022): 1365–79, <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.942>.

⁴⁹ Jhon C Mowen and Michael Minor, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Erlangga, 2002).

⁵⁰ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002).

proporsi pembelian total dari pembeli yang setia terhadap barang atau jasa tertentu.⁵¹

Niat penggunaan merupakan tingkat keinginan pengguna dalam menggunakan layanan mobile banking untuk dapat menggunakan suatu teknologi informasi. Niat penggunaan digunakan untuk mengukur seberapa besar keinginan pengguna dalam menggunakan layanan mobile banking.⁵² Pada dasarnya niat seseorang timbul karena adanya pengaruh dari dalam dirinya dan lingkungan dimana pengguna berada.⁵³

c. Teori Perilaku Konsumen

Teori perilaku konsumen merupakan landasan penting dalam memahami bagaimana individu membuat keputusan pembelian dan bagaimana perilaku mereka dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu. Salah satu teori utama dalam studi ini adalah teori utilitas, yang mencoba menjelaskan bagaimana konsumen membuat pilihan berdasarkan manfaat yang mereka peroleh dari suatu produk atau layanan. Teori ini terbagi menjadi dua, yaitu utilitas total (*total satisfaction*) dan utilitas marjinal (*marginal utility*). Utilitas total

⁵¹ Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk, *Consumer Behavior*, 7th ed (Upper Saddle River, N.J: Prentice Hall, 2000).

⁵² Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, I (Yogyakarta: Andi Press, 2007).

⁵³ Abdul Rahman and Rizki Yudhi Dewantara, "PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SITUS JUAL BELI ONLINE (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Jual Beli 'Z')," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 52, no. 2 (2017): 1–7.

merupakan jumlah keseluruhan kepuasan atau manfaat yang diperoleh dari suatu produk atau layanan, sementara utilitas marginal mengacu pada tambahan kepuasan yang diperoleh dari konsumsi tambahan satu unit produk.⁵⁴

Selain itu, teori perilaku konsumen juga mencakup faktor-faktor psikologis dan sosial yang memengaruhi keputusan konsumen. Misalnya, teori motivasi seperti hierarki kebutuhan Maslow mempertimbangkan bahwa individu memiliki hierarki kebutuhan yang perlu dipenuhi, dimulai dari kebutuhan dasar seperti makanan dan tempat tinggal, hingga kebutuhan yang lebih tinggi seperti pengakuan sosial. Faktor-faktor seperti persepsi, sikap, keyakinan, dan nilai-nilai juga berperan penting dalam membentuk perilaku konsumen.⁵⁵

Teori perilaku konsumen mencakup konsep perilaku pembelian yang dipengaruhi oleh lingkungan. Teori ini mempertimbangkan pengaruh budaya, kelompok sosial, keluarga, dan faktor-faktor lingkungan lainnya dalam membentuk preferensi dan keputusan pembelian konsumen. Pengaruh dari budaya tempat individu tinggal, kelompok sosial yang mereka identifikasi, serta pengaruh dari

⁵⁴Bibo Yin, Yajing Yu, and Xiaocang Xu, "Recent Advances in Consumer Behavior Theory: Shocks from the COVID-19 Pandemic," *Behavioral Sciences* 11, no. 12 (December 9, 2021): 171, <https://doi.org/10.3390/bs11120171>.

⁵⁵Diana Genkova, "Modeling of the Human Needs: An Economic Interpretation of Maslow's Theory of Motivation," *WSEAS TRANSACTIONS ON BUSINESS AND ECONOMICS* 18 (January 7, 2021): 253–64, <https://doi.org/10.37394/23207.2021.18.26>.

keluarga, teman, dan pengalaman masa lalu, semuanya memainkan peran dalam membentuk perilaku konsumen.⁵⁶

Teori perilaku konsumen juga mengintegrasikan konsep pengambilan keputusan. Model pengambilan keputusan konsumen, seperti model Engel-Kollat-Blackwell, menunjukkan bahwa konsumen melalui serangkaian tahap sebelum melakukan pembelian, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan evaluasi pasca-pembelian. Setiap tahap ini dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan eksternal yang berbeda.⁵⁷

Dalam penelitian ini, perilaku konsumen menggunakan perilaku penggunaan (*usage behavior*). Perilaku penggunaan adalah cara individu atau kelompok berinteraksi dengan produk, layanan, atau teknologi, termasuk aktivitas, kebiasaan, dan pola penggunaan, mencakup frekuensi, metode, dan tingkat pemanfaatan dalam kegiatan sehari-hari.⁵⁸ Perilaku penggunaan mobile banking merujuk pada cara individu atau kelompok menggunakan layanan perbankan melalui aplikasi mobile, termasuk frekuensi penggunaan, jenis transaksi yang

⁵⁶Nathalie Peña-García et al., "Purchase Intention and Purchase Behavior Online: A Cross-Cultural Approach," *Heliyon* 6, no. 6 (June 1, 2020): e04284, <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04284>.

⁵⁷William K. Darley, Charles Blankson, and Denise J. Luethge, "Toward an Integrated Framework for Online Consumer Behavior and Decision Making Process: A Review," *Psychology & Marketing* 27, no. 2 (2010): 94–116, <https://doi.org/10.1002/mar.20322>.

⁵⁸Venkatesakumar et al., "Distribution Characteristics of Star Ratings in Online Consumer Reviews."

dilakukan, dan tingkat keterlibatan dalam aktivitas keuangan melalui platform tersebut di Padang Lawas Utara.

2. *Middle Theory*

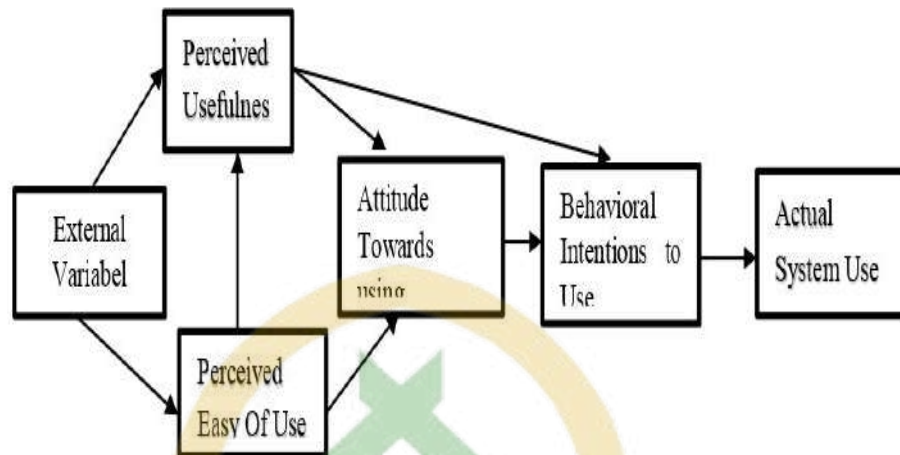
a. Adopsi Teknologi

1) TAM

Menurut Davis, tujuan utama TAM adalah untuk memberikan dasar untuk penelusuran pengaruh faktor-faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan pengguna.⁵⁹ TAM menganggap bahwa 2 keyakinan individual, yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), merupakan pengaruh utama untuk perilaku penerimaan komputer. Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai suatu tingkat keyakinan individu bahwa dengan menggunakan teknologi akan membawa mereka terbebas dari usaha fisik dan mental. Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai tingkatan sejauh mana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sebuah sistem akan meningkatkan kinerjanya. Konstruk-konstruk yang terdapat pada TAM diantaranya *Perceived usefulness*, *Perceived ease of use*, *Attitude toward using*, *Behavioral intention to use*, dan *Actual sistem of use*.

⁵⁹ Fred D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly* 13, no. 3 (September 1989): 319, <https://doi.org/10.2307/249008>.

Gambar II.1 Model TAM



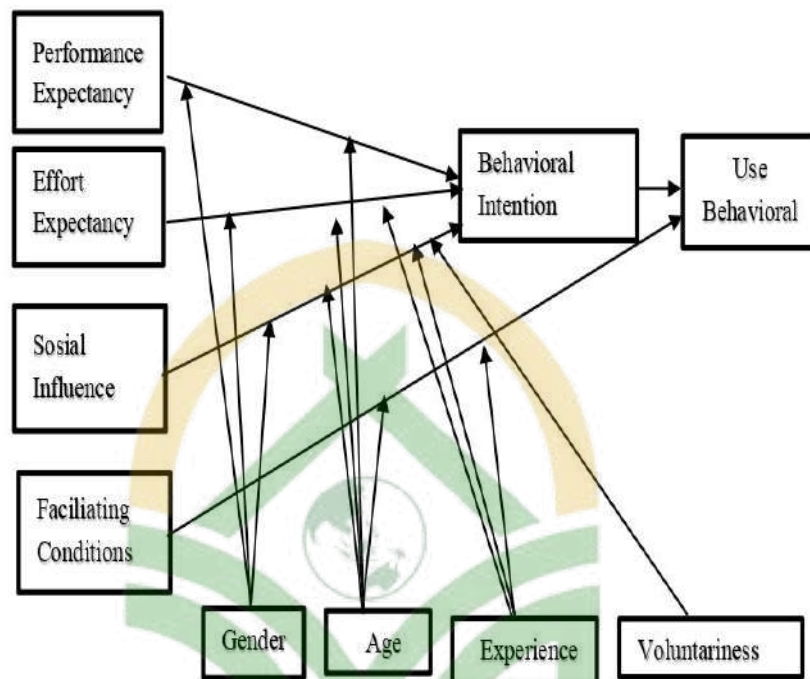
2) *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*

Venkatesh et. al., telah menciptakan *model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*. Model UTAUT ini mengidentifikasi faktor-faktor utama dalam penerimaan teknologi informasi yang diukur dengan keinginan untuk menggunakan teknologi serta tingkat penggunaan aktual dari teknologi tersebut.⁶⁰ Model UTAUT awalnya disusun oleh Venkatesh et.al., terdiri dari empat variabel sebagai faktor penentu dalam penggunaan teknologi informasi, yaitu *Performance expectancy, Effort expectancy, Social Influence, dan facilitating conditions*.⁶¹

⁶⁰ Viswanath Venkatesh et al., "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View," *MIS Quarterly* 27, no. 3 (2003): 425–78, <https://doi.org/10.2307/30036540>.

⁶¹ Venkatesh et al.

Gambar II.2 Model UTAUT



Hubungan antara empat prediktor dengan tujuan penggunaan teknologi informasi dipengaruhi oleh empat variabel moderator yaitu jenis kelamin, usia, pengalaman, serta wajib atau sukarelanya dalam menggunakan sebuah teknologi informasi yang sedang diteliti. Teori UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) adalah sebuah kerangka kerja yang digunakan untuk memahami adopsi dan penerimaan teknologi oleh individu. UTAUT awal, yang dikembangkan oleh Venkatesh, Morris, Davis, dan Davis pada tahun 2003,⁶² mengidentifikasi empat

⁶²Venkatesh et al.

faktor utama yang memengaruhi perilaku penggunaan teknologi, yaitu keyakinan terhadap manfaat, keyakinan terhadap kemudahan penggunaan, norma sosial, dan kondisi-fasilitas.⁶³ Keyakinan terhadap manfaat mencakup persepsi pengguna terhadap sejauh mana penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja atau hasilnya, sementara keyakinan terhadap kemudahan penggunaan mengacu pada seberapa mudah teknologi tersebut digunakan.⁶⁴

3) *Unified Theory of Acceptance and User of Technology*

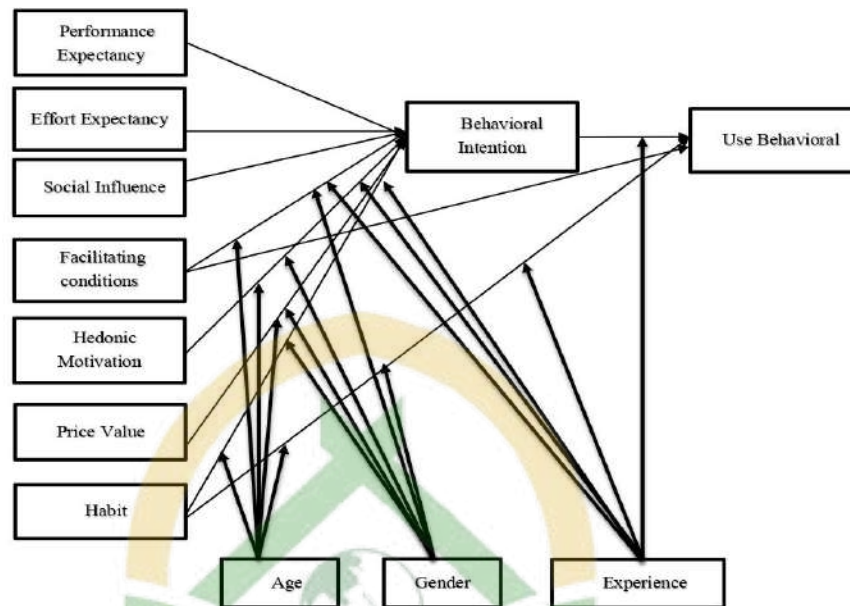
(UTAUT-2)

Pada model UTAUT2 atau disebut juga dengan Extended UTAUT menunjukkan bahwa adanya niat berperilaku (*behavioral intention*) dan perilaku dalam menggunakan suatu teknologi (*Use behavior*) akan dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja (*Performance expectancy*), ekspektasi usaha (*Effort expectancy*), pengaruh sosial (*Social Influence*), kondisi yang memfasilitasi (*Facilitating Conditions*), motivasi hedonis (*Hedonic motivation*), nilai harga (*Price value*), dan kebiasaan (*habit*). UTAUT2 sudah banyak digunakan pada beberapa penelitian sehingga model teori ini telah mendapat banyak masukan dari penelitian-penelitian lain.

⁶³Information Resources Management Association, ed., *Technology Adoption and Social Issues: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications* (IGI Global, 2018), <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-5201-7>.

⁶⁴Mohammed Nasser Al-Suqri and Ali Saif Al-Aufi, eds., *Information Seeking Behavior and Technology Adoption: Theories and Trends*, Advances in Knowledge Acquisition, Transfer, and Management (IGI Global, 2015), <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-8156-9>.

Gambar II.3 MODEL UTAUT 2



Perluasan pada model teori ini didasarkan pada setiap peneliti yang memiliki teknologi, populasi, dan budaya yang berbeda-beda maka memungkinkan munculnya konstruk baru pada model teori ini karena perbedaan antar penelitian. Hasil analisis model

UTAUT2 pengembangan Venkatesh et al., masih memiliki beberapa kelemahan.⁶⁵ Dengan demikian, pemahaman tentang bagaimana konstruksi utama UTAUT2, yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, faktor sosial, dan kondisi yang memfasilitasi motivasi hedonis, kebiasaan, dan harga pengaruh nilai-nilai terhadap adopsi perbankan digital syariah masih terbatas.⁶⁶ Salah

⁶⁵ Venkatesh, Thong, and Xu, "Consumer Acceptance and Use of Information Technology."

⁶⁶ Darwis Harahap, Ahmad Afandi, and Try Mahendra Siregar, "THE ISLAMIC BANKING CUSTOMERS' INTENTION TO USE DIGITAL BANKING SERVICES: AN INDONESIAN

satunya adalah instrumen konstruk pengaruh sosial berasal dari konstruk bahwasanya orang bertindak tidak hanya karena dipengaruhi oleh orang yang ada disekitarnya, belum memasukkan konstruk tanggung jawabnya ke alam, tingkat spiritualitas individu, dan individu sebagai agen suatu perubahan yang bersifat aktif. Konstruk pengaruh sosial belum dapat menangkap konsep budaya organisasi yang menjadi dasar terbentuknya dan berdirinya suatu organisasi. Karena UTAUT2 didasarkan pada permasalahan manusia dalam berperilaku, diperkirakan penerapan model adopsi ini dengan suatu layanan, teknologi, dan pemakaian pada industri yang sama dapat memberikan hasil yang berbeda karena adanya perbedaan budaya, baik itu pada tingkatan budaya berorganisasi dan budaya lokal atau budaya daerah.⁶⁷

4) *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT-*

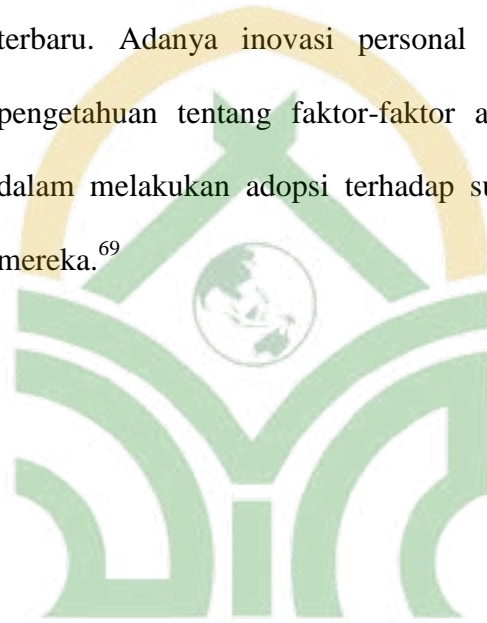
3

UTAUT 3 atau *Extended UTAUT 2* yang dikembangkan oleh Farooq menyatakan bahwa pada model UTAUT 3 terdapat penambahan variabel inovasi personal yang berpengaruh terhadap

STUDY,” *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance* 9, no. 3 (September 2, 2023): 533–58, <https://doi.org/10.21098/jimf.v9i3.1673>.

⁶⁷ Ni Wayan Dewi Mas Yogi Pertiwi and Dodik Ariyanto, “PENERAPAN MODEL UTAUT2 UNTUK MENJELASKAN MINAT DAN PERILAKU PENGGUNAAN MOBILE BANKING DI KOTA DENPASAR.”

minat berperilaku dan perilaku penggunaan.⁶⁸ Farooq (mengemukakan bahwa inovasi personal dalam adopsi teknologi informasi merupakan suatu ciri yang penting dalam menentukan suatu penerimaan dalam penggunaan teknologi. Inovasi personal berperan penting juga dalam menentukan adopsi teknologi terbaru. Adanya inovasi personal ini menawarkan beberapa pengetahuan tentang faktor-faktor apa saja yang berpengaruh dalam melakukan adopsi terhadap suatu teknologi terbaru bagi mereka.⁶⁹

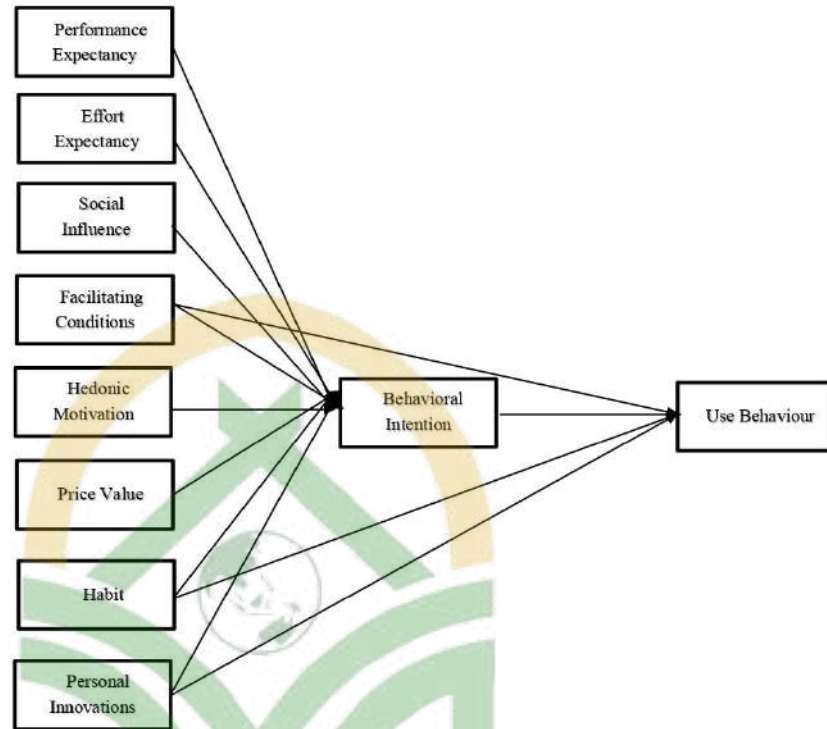


UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

⁶⁸ Muhammad Shoaib Farooq et al., "Acceptance and Use of Lecture Capture System (LCS) in Executive Business Studies: Extending UTAUT2," *Interactive Technology and Smart Education* 14, no. 4 (November 20, 2017): 329–48, <https://doi.org/10.1108/ITSE-06-2016-0015>.

⁶⁹ Farooq et al.

Gambar II.4 Model UTAUT 3



Kerangka UTAUT-3 sangat relevan dalam konteks penggunaan teknologi di tempat kerja dan organisasi, karena mempertimbangkan faktor-faktor sosial, struktural, dan kontekstual yang dapat memengaruhi adopsi teknologi. Dengan memahami variabel-variabel ini, perusahaan dapat merancang strategi implementasi teknologi yang lebih efektif, mengidentifikasi hambatan-hambatan yang mungkin timbul, dan

menciptakan lingkungan yang mendukung untuk memfasilitasi adopsi teknologi yang lebih baik di dalam organisasi.⁷⁰

3. *Applied Theory*

a. UTAUT-3

Teori UTAUT-3 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3*) mempertimbangkan beberapa variabel utama yang memengaruhi adopsi dan penggunaan teknologi di tingkat organisasi. Dalam teori ini, terdapat variabel-variabel kunci yang berpengaruh terhadap penerimaan dan penggunaan teknologi di konteks perusahaan:

1) Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

Persepsi individu tentang sejauh mana penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja atau hasil kerja mereka di tempat kerja. Semakin besar keyakinan akan manfaatnya, semakin mungkin teknologi akan diterima.

Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*) adalah keyakinan individu akan seberapa besar teknologi atau layanan tersebut akan meningkatkan kinerja atau produktivitas mereka dalam melakukan aktivitas tertentu.⁷¹ Ekspektasi Kinerja

⁷⁰Viswanath Venkatesh, "Adoption and Use of AI Tools: A Research Agenda Grounded in UTAUT," *Annals of Operations Research* 308, no. 1 (2021): 641–52, <https://doi.org/10.1007/s10479-020-03918-9>.

⁷¹Venkatesh, Thong, and Xu, "Consumer Acceptance and Use of Information Technology."

(*Performance Expectancy*) adalah keyakinan nasabah akan seberapa besar teknologi atau layanan mobile banking akan meningkatkan kinerja atau produktivitas mereka dalam melakukan aktivitas tertentu di Padang Lawas Utara.

2) Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)

Ekspektasi Usaha menyoroti seberapa mudah individu mengharapkan penggunaan layanan mobile banking. Ini termasuk seberapa sulit atau mudah bagi mereka untuk memahami dan menggunakan aplikasi tersebut. Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*) adalah kemudahan yang diantisipasi individu dalam menggunakan teknologi atau layanan tersebut, seperti tingkat kesulitan atau usaha yang diperlukan untuk memahami dan menggunakan dengan lancar.⁷² Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*) adalah kemudahan yang diantisipasi individu dalam menggunakan mobile banking syariah, seperti tingkat kesulitan atau usaha yang diperlukan untuk memahami dan menggunakan dengan lancar di Padang Lawas Utara.

3) Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

Variabel ini mencakup dukungan dan tekanan yang diberikan oleh individu atau kelompok di dalam organisasi terkait adopsi teknologi. Pengaruh sosial dapat berupa dukungan dari atasan,

⁷²Venkatesh, Thong, and Xu.

rekan kerja, atau kelompok-kelompok tertentu dalam organisasi yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku individu terhadap teknologi.

Pengaruh Sosial (*Social Influence*) adalah dampak atau pengaruh dari lingkungan sosial, termasuk orang-orang penting, kelompok atau masyarakat sekitarnya, yang mempengaruhi sikap dan perilaku individu terhadap penggunaan teknologi atau layanan.⁷³ Pengaruh Sosial (*Social Influence*) adalah dampak atau pengaruh dari lingkungan sosial, termasuk orang-orang penting, kelompok atau masyarakat sekitarnya, yang mempengaruhi sikap dan perilaku individu terhadap penggunaan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.

4) Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*)

Variabel ini mengacu pada faktor-faktor organisasional dan infrastruktur yang mendukung penggunaan teknologi. Kondisi struktural mencakup aspek-aspek seperti ketersediaan sumber daya, kebijakan organisasi, kemampuan teknis, serta dukungan dari manajemen yang dapat memfasilitasi atau menghambat adopsi teknologi di tingkat organisasi.

Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*) adalah Faktor-faktor yang memengaruhi ketersediaan sumber daya,

⁷³Venkatesh, Thong, and Xu.

pengetahuan, atau dukungan infrastruktur yang memudahkan atau mendukung penggunaan teknologi atau layanan.⁷⁴ Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*) adalah Faktor-faktor yang memengaruhi ketersediaan sumber daya, pengetahuan, atau dukungan infrastruktur yang memudahkan atau mendukung penggunaan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.

5) Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*)

Motivasi Hedonis merujuk pada dorongan individu yang terkait dengan kesenangan atau kepuasan emosional yang diharapkan dari penggunaan layanan mobile banking ini.

Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*) adalah dorongan atau motivasi individu yang berkaitan dengan kesenangan, kegembiraan, atau kepuasan emosional yang mereka harapkan dari penggunaan teknologi atau layanan.⁷⁵ Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*) adalah dorongan atau motivasi individu yang berkaitan dengan kesenangan, kegembiraan, atau kepuasan emosional yang mereka harapkan dari penggunaan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.

⁷⁴Venkatesh, Thong, and Xu.

⁷⁵Venkatesh, Thong, and Xu.

6) Nilai Harga (*Price Value*)

Nilai Harga mencakup penilaian individu tentang seberapa sepadan nilai yang mereka terima dari penggunaan layanan mobile banking dengan harga atau biaya yang mereka bayarkan.

Nilai Harga (*Price Value*) adalah penilaian individu terhadap seimbangannya nilai yang mereka terima dari penggunaan teknologi atau layanan dengan harga atau biaya yang mereka bayarkan.⁷⁶

Nilai Harga (*Price Value*) adalah penilaian individu terhadap seimbangannya nilai yang mereka terima dari penggunaan teknologi atau layanan dengan harga atau biaya yang mereka bayarkan dari penggunaan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.

7) Kebiasaan (*Habit*)

Kebiasaan adalah pola perilaku yang konsisten dan terbentuk secara otomatis dalam penggunaan layanan mobile banking karena kebiasaan yang telah terbentuk sebelumnya. Variabel ini menyoroti peran pengalaman individu atau kelompok dalam menggunakan teknologi serupa di masa lalu. Pengalaman sebelumnya dapat memengaruhi sikap dan keputusan terkait adopsi teknologi baru dalam konteks organisasi.

⁷⁶Venkatesh, Thong, and Xu.

Kebiasaan (*Habit*) adalah tindakan atau pola yang konsisten dilakukan individu secara otomatis atau tanpa disadari dalam penggunaan teknologi atau layanan karena kebiasaan yang telah terbentuk.⁷⁷ Kebiasaan (*Habit*) adalah tindakan atau pola yang konsisten dilakukan individu secara otomatis atau tanpa disadari dan telah terbentuk dalam penggunaan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.

8) Inovasi Personal (*Personal Innovativeness*)

Variabel ini mencerminkan sejauh mana individu atau organisasi merasakan kebutuhan akan adanya inovasi atau perubahan dalam penggunaan teknologi. Kebutuhan akan inovasi mendorong individu atau organisasi untuk mencoba teknologi baru sebagai solusi atau perbaikan terhadap kondisi yang ada.

Inovasi Personal (*Personal Innovativeness*) adalah tingkat keterbukaan individu terhadap adopsi atau penerimaan teknologi baru dan kemampuan untuk mencoba hal-hal baru dalam konteks teknologi atau layanan.⁷⁸ Inovasi Personal (*Personal Innovativeness*) adalah tingkat keterbukaan individu terhadap adopsi atau penerimaan teknologi baru dan kemampuan untuk

⁷⁷Venkatesh, Thong, and Xu.

⁷⁸Gunasinghe et al., "The Adequacy of UTAUT-3 in Interpreting Academician's Adoption to e-Learning in Higher Education Environments," November 22, 2019.

mencoba hal-hal baru dalam konteks penggunaan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.

Dengan mempertimbangkan variabel-variabel ini, UTAUT-3 menekankan pentingnya faktor-faktor sosial, struktural, pengalaman sebelumnya, dan kebutuhan akan inovasi dalam memahami adopsi teknologi di tingkat organisasi. Membaca dinamika dan interaksi antara variabel-variabel ini membantu dalam merancang strategi implementasi teknologi yang lebih efektif dan mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan adopsi teknologi di lingkungan kerja.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya dalam domain yang sama memberikan dasar pengetahuan dan metodologi yang relevan. Ini membantu mengidentifikasi aspek penting, seperti ekspektasi positif terhadap layanan, pengaruh lingkungan sosial, dan kebiasaan dalam adopsi teknologi perbankan syariah. Penelitian sebelumnya ini merupakan pijakan penting untuk studi lebih lanjut, dengan pengakuan bahwa hasilnya bisa bervariasi.

Fokus penelitian ini adalah keterkaitan antara model UTAUT 3 dengan tingkat adopsi mobile banking pada nasabah perbankan syariah. Bagaimana variabel-variabel dalam model tersebut saling mempengaruhi dalam konteks keuangan syariah. Pada intinya, penelitian ini akan mengidentifikasi hubungan antara variabel-variabel dalam model UTAUT 3

dan tingkat adopsi mobile banking pada nasabah perbankan syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara.

Hasil penelitian dari beberapa studi mengenai adopsi teknologi dalam berbagai bidang menawarkan pemahaman yang kaya terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan dan perilaku dalam mengadopsi teknologi baru. Penelitian Salimon et al. mengkaji adopsi m-commerce pada UKM Malaysia. Faktor teknologi dan organisasi seperti *computer self-efisiensi*, hasil demonstrabilitas, pengetahuan m-commerce, tekanan dari mitra dagang, dan tekanan dari pesaing memengaruhi adopsi m-commerce. Namun, hubungan moderasi hedonis terhadap adopsi *m-commerce* tidak signifikan. Penelitian ini membantu memahami keputusan UKM dalam menggunakan *m-commerce*.⁷⁹

Panjaitan et al. meneliti adopsi teknologi *blockchain* dalam industri perbankan Indonesia. Faktor seperti ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, kebiasaan, dan inovasi pribadi memengaruhi niat berperilaku menggunakan *blockchain*, sementara faktor lain tidak memiliki pengaruh signifikan. Para bankir perlu meningkatkan pengetahuan dan kebiasaan dalam penggunaan teknologi *blockchain*.⁸⁰ Sholihah et al. meneliti adopsi mobile banking BSI. Faktor-faktor seperti Kualitas Layanan, Kualitas Informasi, Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Upaya, Pengaruh Sosial, dan Religiusitas memiliki

⁷⁹Salimon et al., "Malaysian SMEs M-Commerce Adoption," February 9, 2023.

⁸⁰Panjaitan, Valiyenty, and Riantono, "User's Acceptance and Intention of Blockchain Technology with UTAUT 3 Model," 2023.

dampak signifikan terhadap niat adopsi mobile banking BSI. Pekerjaan mereka membantu pemangku kepentingan menyusun strategi untuk meningkatkan kinerja mobile banking.⁸¹

Maulani & Handayani mengamati aplikasi model UTAUT-3 terhadap perilaku pengguna mobile banking di Jabodetabek. Temuan mereka menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti ekspektasi kinerja, kebiasaan, dan inovasi pribadi berpengaruh positif terhadap niat berperilaku.⁸² Rofi'i et al. memfokuskan pada penerimaan pengguna terhadap aplikasi mobile banking. Faktor-faktor seperti ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, kualitas layanan, dan kualitas informasi memengaruhi penerimaan pengguna terhadap mobile banking. Temuan mereka menunjukkan keinginan pengguna untuk menggunakan mobile banking di masa depan.⁸³

Pinto et al. mengevaluasi adopsi *Mobile Augmented Reality in Tourism* (MART). Temuan menunjukkan bahwa variabel kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, dan kebiasaan memiliki dampak terhadap penggunaan MART. Variabel UTAUT-3 menjelaskan sebagian besar variasi dalam perilaku penggunaan MART.⁸⁴ Samartha et al. menyoroti adopsi aplikasi mobile-banking di India. Pengaruh sosial, ekspektasi upaya, dan kepercayaan

⁸¹Sholihah et al., "Determinants of BSI Mobile Banking Adoption Intentions: DeLone & McLean and UTAUT Model Integration with Religiosity."

⁸²Maulani and Handayani, "Analysis of the Application of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 (UTAUT-3) Model on Intention and Use Behavior of Users of Mobile Banking Applications in the Jabodetabek Region."

⁸³Rofi'i, Firdaus, and Moridu, "The Analysis of User Acceptance Using UTAUT and Delone & McLean Model: Study Case of Banking Mobile Application."

⁸⁴Pinto et al., "Augmented Reality for a New Reality," April 14, 2022.

memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat membeli. Model UTAUT cocok untuk mengevaluasi adopsi aplikasi mobile-banking.⁸⁵

Saibil et al. meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi niat menggunakan QRIS pada mobile banking Syariah saat pandemi. Hasilnya menunjukkan bahwa masyarakat memiliki niat yang baik dalam menggunakan QRIS pada masa pandemi.⁸⁶ Kontes menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif pada penggunaan aplikasi m-banking (MBA). Faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, kepercayaan, dan pengaruh sosial memainkan peran penting dalam adopsi MBA. Bank perlu mempertimbangkan strategi promosi dan pemanfaatan pengaruh sosial dari pengguna yang sudah ada.⁸⁷

Jadil et al. mencatat peningkatan studi adopsi m-banking dalam 16 tahun terakhir. Meskipun hasilnya bervariasi, variabel UTAUT seperti PE, EE, dan SI banyak digunakan dalam model teoritis, dengan PE sebagai pendorong utama niat penggunaan.⁸⁸ Chaidir membandingkan penggunaan aplikasi mobile banking pada bank konvensional dan syariah di Nusa Tenggara Barat dengan menggunakan model UTAUT. Temuan menunjukkan bahwa harapan kinerja, dukungan sosial, dan kondisi fasilitas berpengaruh

⁸⁵Samartha et al., “A Study on the Acceptance of Mobile-Banking Applications in India—Unified Theory of Acceptance and Sustainable Use of Technology Model (UTAUT).”

⁸⁶Saibil, Sodik, and Mardiah, “Faktor Mempengaruhi Niat Menggunakan QRIS Pada Sharia Mobile Banking Saat Pandemi COVID-19 (Modifikasi Model UTAUT 2).”

⁸⁷Kontes et al., “An Extended UTAUT Model to Explore the Influential Factors towards M-Banking Apps’ Use.”

⁸⁸Jadil, Rana, and Dwivedi, “A Meta-Analysis of the UTAUT Model in the Mobile Banking Literature: The Moderating Role of Sample Size and Culture.”

signifikan terhadap niat berperilaku menggunakan m-banking di kedua jenis bank.⁸⁹

Penelitian oleh Gunasinghe, evaluasi terhadap UTAUT-3 dalam menginterpretasikan adopsi akademisi terhadap e-Learning di lingkungan perguruan tinggi menunjukkan temuan menarik. Hasil dari model persamaan terstruktur menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan, dan motivasi hedonis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap adopsi e-Learning oleh akademisi. Namun, terdapat temuan menarik bahwa pengaruh sosial dan inovasi pribadi dalam teknologi informasi tidak menjadi prediktor yang signifikan dalam adopsi e-Learning di konteks penelitian ini.⁹⁰

Sementara itu, dalam penelitian yang sama oleh Gunasinghe, UTAUT-3 juga dievaluasi untuk memahami penerimaan dan penggunaan lingkungan pembelajaran virtual oleh para dosen. Hasil analisis *Structural Equation Modelling* menunjukkan bahwa variabel seperti ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan, dan motivasi hedonis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penerimaan dosen terhadap lingkungan pembelajaran virtual. Namun, sejalan dengan penelitian sebelumnya, pengaruh sosial dan inovasi pribadi di bidang teknologi informasi bukanlah

⁸⁹Chaidir, Ro'is, and Jufri, "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)."

⁹⁰Gunasinghe et al., "The Adequacy of UTAUT-3 in Interpreting Academician's Adoption to e-Learning in Higher Education Environments," November 22, 2019.

faktor penentu yang signifikan dalam penerimaan lingkungan pembelajaran virtual dalam konteks penelitian ini.⁹¹

Beragam penelitian mengenai adopsi teknologi, terutama seputar mobile banking, telah memberikan wawasan yang kaya akan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengguna. Temuan dari sejumlah penelitian, seperti Salimon et al., Panjaitan et al., Sholihah et al., dan lainnya, menunjukkan bahwa variabel seperti ekspektasi kinerja, kebiasaan, pengaruh sosial, dan inovasi pribadi memiliki dampak yang signifikan terhadap niat dan perilaku adopsi teknologi. Hasil ini membantu memahami preferensi pengguna, strategi perbankan, dan kebutuhan pengguna dalam meningkatkan kinerja mobile banking. Namun, penting untuk dicatat bahwa hasil penelitian bervariasi, dan terdapat temuan menarik dari penelitian Gunasinghe dan rekan-rekannya yang menunjukkan bahwa pengaruh sosial dan inovasi pribadi tidak signifikan dalam adopsi e-Learning di konteks akademik tertentu. Ini menegaskan bahwa konteks dan spesifikasi lingkungan penggunaan memainkan peran kunci dalam pengaruh variabel-variabel yang memengaruhi adopsi teknologi.

⁹¹Asanka Gunasinghe et al., "The Viability of UTAUT-3 in Understanding the Lecturer's Acceptance and Use of Virtual Learning Environments," *International Journal of Technology Enhanced Learning* 12, no. 4 (2020): 458, <https://doi.org/10.1504/IJTEL.2020.110056>.

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti/Publikasi Penelitian	Judul Penelitian	Pendekatan Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Salimon, dkk./ Journal of Science and Technology Policy Management (2023)	<i>Malaysian SMEs m-commerce adoption: TAM 3, UTAUT 2 and TOE approach</i>	<i>Partial least square-structural equation modeling</i>	Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa faktor teknologi (<i>computer self-efisiensi</i> [CSE], hasil demonstrabilitas [RD] dan kecemasan komputer [CA]) berpengaruh positif dan signifikan terhadap MCA. Begitu pula dengan faktor organisasi/lingkungan (pengetahuan m-commerce, tekanan dari mitra dagang dan tekanan dari pesaing) berpengaruh positif dan signifikan terhadap MCA. Pengaruh moderasi HM juga dicapai pada hubungan antara CSE dan RD. Namun, usulan hubungan moderasi hedonis antara CA dan adopsi m-commerce tidaklah signifikan. Keterbatasan/implikasi penelitian ini mengintegrasikan tiga model untuk menjelaskan adopsi m-commerce di kalangan UKM di Malaysia dan menguji pengaruh moderasi HM. Hasil yang diperoleh lebih menjelaskan keputusan UKM untuk menggunakan m-commerce. ⁹²
2.	Panjaitan,	<i>User's</i>	<i>Structural</i>	Berdasarkan hasil

⁹²Salimon et al., "Malaysian SMEs M-Commerce Adoption," February 9, 2023.

	dkk./ 2023 IEEE 13th International Conference on Control System, Computing and Engineering (ICCSCE) (2023)	<i>Acceptance and Intention of Blockchain Technology with UTAUT 3 Model: Beneficial or Detrimenta l in the Indonesian Banking Industry</i>	<i>Equation Model (SEM)</i>	pengolahan data, ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, kebiasaan, dan inovasi pribadi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat berperilaku. Sedangkan ekspektasi upaya, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, dan nilai harga tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat berperilaku. Para bankir harus mewaspadai empat variabel yang secara langsung mempengaruhi niat perilaku dalam menggunakan blockchain, termasuk perlunya peningkatan pengetahuan dan kebiasaan mengenai penggunaan teknologi blockchain sehingga proses adopsi menjadi lebih baik, sejalan dengan manfaat yang diperoleh dari penggunaan teknologi blockchain. ⁹³
3.	Sholihah, dkk./ Asian Journal of Islamic Management (AJIM) (2023)	<i>Determinants of BSI mobile banking adoption intentions: DeLone & McLean and UTAUT Model integration</i>	<i>PLS-SEM</i>	Temuan menunjukkan bahwa dari faktor-faktor yang diidentifikasi, Kualitas Layanan, Kualitas Informasi, Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Upaya, Pengaruh Sosial, dan Religiusitas merupakan variabel penting dalam niat adopsi mobile banking BSI. Karena keenam faktor ini berdampak signifikan

⁹³Panjaitan, Valiyenty, and Riantono, "User's Acceptance and Intention of Blockchain Technology with UTAUT 3 Model," 2023.

		<i>with religiosity</i>		terhadap niat adopsi BSI Mobile Banking. Implikasi – Pekerjaan kami membantu pemangku kepentingan menyusun strategi dan kebijakan untuk menawarkan teknologi produksi yang lebih inovatif dan fleksibel. Jadi, pihak bank harus lebih memperhatikan hal-hal yang mendukung peningkatan kinerja mobile banking untuk meningkatkan niat nasabah dalam mengadopsi mobile banking BSI. ⁹⁴
4.	Maulani & Handayani/ International Journal of Social Science and Human Research (2023)	<i>Analysis of the Application of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 (UTAUT-3) Model on Intention and Use Behavior of Users of Mobile Banking Applications in the Jabodetabe</i>	<i>PLS-SEM</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, kebiasaan, dan inovasi pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku. Kondisi fasilitasi, kebiasaan, dan niat berperilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan. Variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap niat berperilaku adalah ekspektasi kinerja. ⁹⁵

⁹⁴Sholihah et al., “Determinants of BSI Mobile Banking Adoption Intentions: DeLone & McLean and UTAUT Model Integration with Religiosity.”

⁹⁵Maulani and Handayani, “Analysis of the Application of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 (UTAUT-3) Model on Intention and Use Behavior of Users of Mobile Banking Applications in the Jabodetabek Region.”

		<i>k Region</i>		
5.	Rofi'i, dkk./ Journal of Information System, Technology and Engineering and Management (2023)	<i>The Analysis of User Acceptance Using UTAUT and Delone & McLean Model: Study Case of Banking Mobile Application</i>	<i>PLS-SEM approach</i>	Dalam penelitian ini, 5 dari 8 hipotesis diterima. Kemudian diperoleh faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna mobile banking yaitu ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, kualitas layanan, dan kualitas informasi. Kemudian faktor yang tidak mempengaruhi penerimaan pengguna adalah ekspektasi upaya, kondisi fasilitasi, dan kualitas sistem. Temuan dari penelitian ini adalah 78,3% pengguna menerima bahwa mereka ingin menggunakan mobile banking di masa depan dan merekomendasikannya kepada pengembang mobile banking dengan harapan kedepannya aplikasi akan lebih mudah dipahami, kompatibel dengan semua sistem smartphone yang ada. digunakan oleh banyak orang, dan kualitas sistem akan ditingkatkan untuk meminimalkan kendala pada aplikasi. ⁹⁶
6.	Pinto, dkk./Journal of Information Systems Engineering and Management	<i>Augmented Reality for a New Reality: Using UTAUT-3 to Assess</i>	<i>Structural equational modeling and partial least squares (SEM-PLS)</i>	Setelah menguji model UTAUT 3 secara empiris, kami dapat mengungkapkan temuan penting tentang keadaan adopsi MART di Porto. Berbeda dengan premis

⁹⁶Rofi'i, Firdaus, and Moridu, "The Analysis of User Acceptance Using UTAUT and Delone & McLean Model: Study Case of Banking Mobile Application."

	(2022)	<i>the Adoption of Mobile Augmented Reality in Tourism (MART)</i>		awal, satu-satunya variabel yang berdampak pada penggunaan MART hanyalah kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, dan kebiasaan. Dengan demikian, responden tampaknya tidak terpengaruh oleh harga, pendapat orang lain (kerabat, teman dan kolega), upaya yang diperlukan untuk menggunakan MART, ekspektasi mereka sendiri terhadap manfaat yang dapat mereka peroleh dari penggunaan teknologi ini, dan mereka juga tampaknya tidak terpengaruh. dipengaruhi oleh kecenderungan mereka untuk menjadi “pengadopsi awal” teknologi baru. Variabel independen UTAUT-3 mampu menjelaskan 75% variasi BI. Pada gilirannya, EE dapat menjelaskan 53% variasi PE. BI, FC, HB dan PI menjelaskan 58% variasi penggunaan MART. ⁹⁷
7.	Utari Evy Cahyani, dkk./ ZISWAF : Jurnal Zakat dan Wakaf (2022)	<i>Determinant of Behavioral Intention to Use Digital Zakat Payment: The Moderating</i>	<i>Structural equational modeling and partial least squares (SEM-PLS)</i>	Kesimpulan penelitian ini menjelaskan ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif terhadap niat perilaku untuk menggunakan pembayaran zakat digital. Sementara itu,

⁹⁷Pinto et al., “Augmented Reality for a New Reality,” April 14, 2022.

		<i>Role of Knowledge of Zakat</i>		<p>efek moderasi menunjukkan bahwa hubungan antara ekspektasi kinerja dan niat perilaku dimoderasi oleh pengetahuan tentang zakat. Hasil ini berimplikasi pada perlunya meningkatkan efektivitas pembayaran zakat secara digital, memiliki influencer yang mengedukasi tentang pembayaran zakat menggunakan digital dan memperkaya pilihan lembaga pengelola zakat yang mengakomodir pembayaran secara digital agar niat muzakki membayar zakat menggunakan pembayaran digital semakin meningkat. Efek moderasi tersebut mengimplikasikan bahwa bagi muzakki yang memiliki pengetahuan zakat yang lebih tinggi, kepercayaan dan efektivitas pembayaran digital dapat meningkatkan keinginan membayar zakat melalui pembayaran digital.⁹⁸</p>
8.	Samartha, dkk./ Sustainability (2022)	<i>A Study on the Acceptance of Mobile-Banking Application s in India—</i>	<i>Structural equational modeling</i>	<p>Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa pengaruh sosial, faktor “ekspektasi upaya”, dan “kepercayaan” memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap “niat</p>

⁹⁸ Utari Evy Cahyani, Dia Purnama Sari, and Ahmad Afandi, “Determinant of Behavioral Intention to Use Digital Zakat Payment: The Moderating Role of Knowledge of Zakat,” *ZISWAF : Jurnal Zakat Dan Wakaf* 9, no. 1 (2022): 1–6.

		<i>Unified Theory of Acceptance and Sustainable Use of Technology Model (UTAUT)</i>		membeli”, sedangkan faktor “usaha” dan “resiko” memiliki pengaruh yang dapat diabaikan terhadap niat membeli. Ditemukan juga bahwa model UTAUT sesuai untuk mengevaluasi adopsi teknologi aplikasi mobile-banking. Dengan munculnya banyak pemain di pasar dan aplikasi manajemen perbankan mereka yang unik di platform seluler, konsumen beralih ke aplikasi pihak ketiga yang berbeda dari bank asal tempat mereka menyimpan rekening. Hal ini memaksa lembaga perbankan untuk meningkatkan persaingan dengan memperkenalkan banyak fitur baru. Penting juga untuk dipahami bahwa, sebagai pelanggan, ada banyak atribut yang ingin dia pertimbangkan untuk diterapkan. Makalah ini merupakan upaya untuk memahami kemajuan dalam berbagai variabel yang akan dilihat konsumen dalam bidang aplikasi mobile-banking. ⁹⁹
9.	Saibil, dkk./ NISBAH: Jurnal Perbankan Syariah (2022)	Faktor Mempengaruhi Niat Menggunakan QRIS Pada Sharia	<i>SEM-PLS</i>	Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa sebanyak delapan hipotesis yang diajukan semuanya diterima sehingga mengindikasikan bahwa

⁹⁹Samartha et al., “A Study on the Acceptance of Mobile-Banking Applications in India—Unified Theory of Acceptance and Sustainable Use of Technology Model (UTAUT).”

		Mobile Banking Saat Pandemi COVID-19 (Modifikasi Model UTAUT 2)		masyarakat memiliki niat yang baik dan merasa kemudahan menggunakan QRIS pada masa pandemi. ¹⁰⁰
10.	Konteos/ International Journal of Business and Management (2022)	<i>An Extended UTAUT Model to Explore the Influential Factors towards M-Banking Apps' Use</i>	<i>Factor analysis and discriminant analysis</i>	Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi berdampak positif pada penggunaan aplikasi m-banking (MBA). Semakin inovatif seseorang, semakin tinggi kemungkinannya untuk mengadopsi dan menggunakan MBA. Kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, kepercayaan, dan pengaruh sosial merupakan faktor penting dalam adopsi MBA. Bank perlu menekankan kegunaan aplikasi mereka kepada non-pengguna untuk mendorong beralih ke MBA. Promosi fitur-fitur seperti transaksi cepat, keandalan, dan kepatuhan pada ketentuan penggunaan adalah kunci untuk menarik pengguna baru. Selain itu, memanfaatkan pengaruh sosial dari pengguna yang sudah ada juga penting dalam kampanye

¹⁰⁰Saibil, Sodik, and Mardiah, "Faktor Mempengaruhi Niat Menggunakan QRIS Pada Sharia Mobile Banking Saat Pandemi COVID-19 (Modifikasi Model UTAUT 2)."

				pemasaran untuk menggaet non-pengguna. ¹⁰¹
11.	Jadil, dkk./Journal of Business Research (2021)	<i>A meta-analysis of the UTAUT model in the mobile banking literature: The moderating role of sample size and culture</i>	<i>Meta-analysis</i>	Penelitian ini mencatat peningkatan pesat dalam studi adopsi m-banking selama 16 tahun terakhir. Namun, terdapat perbedaan dan kontradiksi dalam hasil-hasilnya. Untuk menyelesaikan hal ini, penelitian ini melakukan meta-analisis, analisis bobot, dan analisis moderator terhadap 127 studi m-banking berbasis UTAUT. Variabel UTAUT seperti PE, EE, dan SI banyak digunakan dalam model teoritis, dengan PE menjadi pendorong utama niat penggunaan. UI juga teridentifikasi sebagai faktor utama dalam perilaku penggunaan sebelum faktor memfasilitasi. Analisis sub kelompok menyoroti bahwa ukuran sampel dan budaya mempengaruhi dampak FC pada UI, EE pada UI, dan UI pada UB. ¹⁰²
12.	Chaidir, dkk./Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan (2021)	Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Pada Bank Konvensional dan	<i>SEM-PLS</i>	Hasil penelitian membuktikan bahwa bahwa dari 4 variabel yakni harapan kinerja, harapan usaha, dukungan sosial, dan kondisi fasilitas, hanya harapan usaha yang tidak

¹⁰¹Konteos et al., "An Extended UTAUT Model to Explore the Influential Factors towards M-Banking Apps' Use."

¹⁰²Jadil, Rana, and Dwivedi, "A Meta-Analysis of the UTAUT Model in the Mobile Banking Literature: The Moderating Role of Sample Size and Culture."

		Bank Syariah di Nusa Tenggara Barat: Pembuktian Model <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)</i>		berpengaruh signifikan, sedangkan harapan kinerja, dukungan sosial, dan kondisi fasilitas berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku menggunakan m-banking. Efek moderasi jenis kelamin dan usia tidak berpengaruh terhadap niat berperilaku dan perilaku menggunakan m-banking. Adapun niat berperilaku berpengaruh signifikan terhadap perilaku menggunakan m-banking pada bank konvensional dan bank syariah di Provinsi NTB. ¹⁰³
13.	Gunasinghe, dkk./ Interactive Technology and Smart Education (2020)	<i>The adequacy of UTAUT-3 in interpreting academicians' adoption to e-Learning in higher education environments</i>	<i>Structured equation modeling</i>	Terungkap bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan dan motivasi hedonis berpengaruh signifikan terhadap adopsi akademisi terhadap e-Learning. Namun, pengaruh sosial dan inovasi pribadi di bidang TI bukanlah prediktor e-Learning yang signifikan. ¹⁰⁴
14.	Gunasinghe, dkk./ International Journal of Technology Enhanced	<i>The viability of UTAUT-3 in understanding the</i>	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	Ditemukan bahwa ekspektasi kinerja (PE), ekspektasi upaya (EE), kondisi yang memfasilitasi (FC), kebiasaan (HB) dan motivasi hedonis (HM)

¹⁰³Chaidir, Ro'is, and Jufri, "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)."

¹⁰⁴Gunasinghe et al., "The Adequacy of UTAUT-3 in Interpreting Academician's Adoption to e-Learning in Higher Education Environments," November 22, 2019.

	Learning (2020)	<i>lecturer's acceptance and use of virtual learning environments</i>	berpengaruh signifikan terhadap penerimaan dosen terhadap VLE. Namun, Pengaruh Sosial dan Inovasi Pribadi di bidang TI (PI) bukan merupakan penentu signifikan penerimaan VLE dalam konteks penelitian. ¹⁰⁵
--	-----------------	---	--

Pada penelitian ini terdapat persamaan dan perbedaan terhadap penelitian terdahulu, yaitu penelitian ini mengenai adopsi model UTAUT-3 pada nasabah pengguna mobile banking perbankan syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara memiliki fokus pada perilaku pengguna mobile banking khususnya dalam konteks perbankan syariah di wilayah tersebut. Untuk memahami perbedaan dan persamaannya dengan penelitian sebelumnya, kita dapat mengamati pendekatan, variabel yang diteliti, dan implikasi penelitian.

1. Fokus Penelitian

Penelitian sebelumnya, masing-masing penelitian memiliki fokus yang berbeda-beda tergantung pada konteksnya, seperti adopsi *m-commerce*, aplikasi *mobile banking*, *e-Learning*, dan sebagainya. Penelitian ini, Menyelidiki adopsi model UTAUT-3 pada nasabah yang menggunakan mobile banking di perbankan syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara.

2. Konteks Penelitian

Penelitian sebelumnya, konteks penelitian berbeda-beda tergantung pada tempat dan industri yang diteliti (seperti industri perbankan

¹⁰⁵Gunasinghe et al., "The Viability of UTAUT-3 in Understanding the Lecturer's Acceptance and Use of Virtual Learning Environments."

Indonesia, UKM Malaysia, India, lingkungan pendidikan tinggi, dll.). Penelitian ini terfokus pada adopsi mobile banking dalam lingkungan perbankan syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara.

3. Variabel yang Dikaji

Penelitian sebelumnya: Masing-masing penelitian menggunakan variabel yang sesuai dengan konteksnya, seperti ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, kemudahan penggunaan, dan lainnya, sesuai dengan model UTAUT-3. Penelitian ini akan memperhatikan variabel-variabel UTAUT-3 yang beberapa serupa atau berbeda dengan penelitian terdahulu sesuai dengan tujuan khususnya dalam mengkaji perilaku pengguna mobile banking di perbankan syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara.

4. Implikasi Penelitian

Implikasi penelitian sebelumnya disesuaikan dengan konteksnya, seperti rekomendasi untuk bank atau institusi dalam meningkatkan adopsi teknologi atau strategi pemasaran yang lebih efektif. Penelitian ini berpotensi memberikan rekomendasi yang spesifik dan relevan bagi perbankan syariah di wilayah tersebut dalam meningkatkan adopsi mobile banking berdasarkan hasil penelitian yang lebih terfokus pada konteks lokal tersebut.

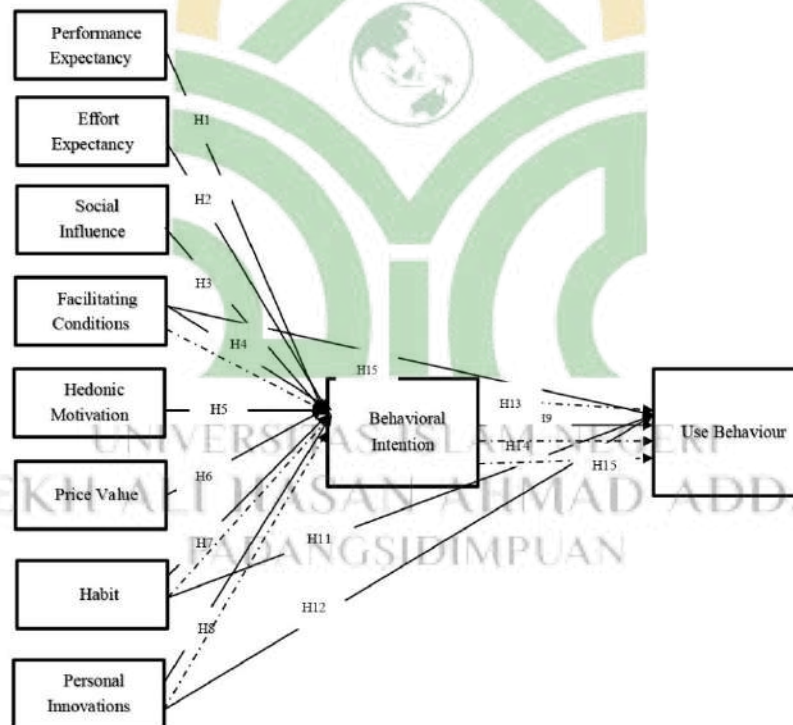
Dengan melihat perbedaan dan persamaan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih spesifik dan relevan terhadap perilaku pengguna mobile banking di perbankan syariah di

Kabupaten Padang Lawas Utara, dan implikasinya untuk pengembangan layanan perbankan di wilayah tersebut.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting. Adapun kerangka pikir dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar II.1
Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi.¹⁰⁶

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H₁: Terdapat pengaruh ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), terhadap niat berperilaku menggunakan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara
- H₂: Terdapat pengaruh ekspektasi usaha (*effort expectancy*) terhadap niat berperilaku menggunakan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara
- H₃: Terdapat pengaruh pengaruh sosial (*social influence*) terhadap niat berperilaku menggunakan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara
- H₄: Terdapat pengaruh kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) terhadap niat berperilaku menggunakan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara
- H₅: Terdapat pengaruh motivasi hedonis (*hedonic motivation*) terhadap niat berperilaku menggunakan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara

¹⁰⁶Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009).hlm. 59.

- H₆: Terdapat pengaruh nilai harga (*price value*) terhadap niat berperilaku menggunakan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara
- H₇: Terdapat pengaruh kebiasaan (*habit*) terhadap niat berperilaku menggunakan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara
- H₈: Terdapat pengaruh inovasi personal (*personal innovativeness*) terhadap niat berperilaku menggunakan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara
- H₉: Terdapat pengaruh niat berperilaku terhadap perilaku pengguna mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara
- H₁₀: Terdapat pengaruh kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) terhadap perilaku pengguna mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara
- H₁₁: Terdapat pengaruh kebiasaan (*habit*) terhadap perilaku pengguna mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara
- H₁₂: Terdapat pengaruh inovasi personal (*personal innovativeness*) terhadap perilaku pengguna mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara
- H₁₃: Niat berperilaku memediasi kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) terhadap perilaku pengguna mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara

H₁₄: Niat berperilaku memediasi kebiasaan (*habit*) terhadap perilaku pengguna mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara

H₁₅: Niat berperilaku memediasi inovasi personal (*personal innovativeness*) terhadap perilaku pengguna mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengeksplorasi adopsi mobile banking di Kabupaten Padang Lawas Utara, Provinsi Sumatera Utara. Wilayah ini memiliki kendala akses dan adopsi layanan keuangan, terutama di perbankan syariah, karena jumlah nasabah yang rendah dan akses terbatas ke layanan keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi keuangan, khususnya mobile banking, dalam lingkungan perbankan syariah menggunakan model UTAUT-3.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan dari awal November 2023 hingga Maret 2024, selama kurun waktu lima bulan. Rentang waktu tersebut digunakan untuk mengumpulkan data dan analisis data terkait adopsi Model UTAUT 3 pada nasabah yang menggunakan layanan mobile banking di perbankan syariah Kabupaten Padang Lawas Utara.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menggunakan data berbasis angka untuk mengukur variabel dan mencari

hubungan antara variabel tersebut.¹⁰⁷ Dalam penelitian yang menggunakan model UTAUT-3 untuk memahami adopsi mobile banking, pengumpulan data mungkin melibatkan survei yang menggunakan kuesioner terstruktur untuk mengukur variabel yang terdefinisi dengan jelas, seperti ekspektasi kinerja, motivasi, atau faktor-faktor lain yang menjadi bagian dari model tersebut. Analisis statistik kemudian digunakan untuk mengevaluasi hubungan antar variabel dan menguji signifikansi hasilnya. Jadi, penelitian ini cenderung menggunakan pendekatan kuantitatif untuk analisis data.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah suatu kelompok dari elemen penelitian, dimana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan.¹⁰⁸ Dalam penelitian mengenai Adopsi Model UTAUT 3 Pada Nasabah Pengguna Mobile Banking Perbankan Syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara, populasi akan menjadi keseluruhan kelompok nasabah perbankan syariah di wilayah tersebut, yaitu terdapat 260.720 orang.¹⁰⁹

¹⁰⁷Oberiri Destiny Apuke, "Quantitative Research Methods : A Synopsis Approach," *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review* 6, no. 11 (September 2017): 40–47, <https://doi.org/10.12816/0040336>.

¹⁰⁸Mudrajad Kuncoro and Wibi Hardani, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi Bagaimana Meneliti Dan Menulis Tesis* (Jakarta: Erlangga, 2013).

¹⁰⁹Badan Pusat Statistik Kabupaten Padang Lawas Utara, "Jumlah Penduduk Kabupaten Padang Lawas Utara Tahun 2020," Badan Pusat Statistik Kabupaten Padang Lawas Utara, Badan Pusat Statistik Kabupaten Padang Lawas Utara, 2023, <https://palutakab.bps.go.id/subject/12/kependudukan.html#subjekViewTab3>.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.¹¹⁰ Sampel penelitian terdiri dari sejumlah nasabah perbankan syariah di wilayah tersebut yang menggunakan layanan mobile banking. Dari total populasi nasabah perbankan syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara, peneliti memilih secara acak sejumlah nasabah yang aktif menggunakan layanan mobile banking untuk dijadikan sampel penelitian. Jumlah sampel ini kemudian akan menjadi fokus analisis dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi keuangan di kalangan nasabah perbankan syariah di wilayah tersebut.

Teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampling yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang *representative*. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik sampling purposif yaitu teknik penarikan dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tersebut berdasarkan pada kepentingan atau tujuan penelitian. Penentuan jumlah minimum sampel yang diperlukan untuk mendapatkan hasil yang representatif atau

¹¹⁰Mudrajad Kuncoro and Wibi Hardani, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi Bagaimana Meneliti Dan Menulis Tesis*.

signifikan adalah sekitar 200 responden.¹¹¹ Jadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 200 responden pada nasabah pengguna mobile banking perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara.

D. Instrumen Pengumpulan Data

Data Instrumen adalah suatu alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaan lebih mudah dan hasilnya lebih baik. Dalam arti cermat, lengkap, dan sistematis.¹¹² Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan angket/kuisisioner yang akan diberikan kepada responden, serta wawancara terhadap individu yang informasinya diperlukan untuk kelengkapan data pada penelitian ini. Angket/kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan ataupun pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.¹¹³ Data yang dihimpun melalui angket/kuisisioner merupakan data primer (utama) atau sebagai penunjang dalam permasalahan.

1. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya

¹¹¹ Jon W. Hoelter, "The Analysis of Covariance Structures: Goodness-of-Fit Indices," *Sociological Methods & Research* 11, no. 3 (February 1983): 325–44, <https://doi.org/10.1177/0049124183011003003>.

¹¹²Budi Gautama and Ali Hardana, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (Medan: Merdeka Kreasi Group, 2021).

¹¹³Budi Gautama and Ali Hardana.

sedikit/kecil. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) dan menggunakan *google form*.¹¹⁴

2. Angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain agar bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan penggunaan. Tujuan penyebaran angket adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir jika responden memberikan jawaban.¹¹⁵
3. Studi Kepustakaan, adapun studi kepustakaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersumber dari skripsi, jurnal, dan buku-buku yang berkaitan dengan perbankan syariah atau buku-buku yang terkait dengan variabel penelitian yang dicantumkan dalam landasan teori.
4. Data dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data atau oleh pihak lain.

Tabel III.1 Skala Likert

Skala Likert	Nilai Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Adapun kisi-kisi angket variabel dalam penelitian ini yaitu:

¹¹⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010), Hlm.137.

¹¹⁵Boedi Abdullah Dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2014), Hlm. 215.

Tabel III.2 Kisi-Kisi Angket Penelitian

No	Variabel	Indikator	Kisi-Kisi
1	Niat Berperilaku (Y)	1. Niat adopsi teknologi 2. Niat merekomendasikan adopsi teknologi kepada orang lain	1, 2, 3, 4, 5
2	Perilaku Pengguna (Z)	1. Kemudahan Penggunaan 2. Kepuasan Penggunaan 3. Intensi Penggunaan	1, 2, 3, 4, 5
3	Ekspektasi Kinerja (X ₁)	1. Manfaat dalam aktivitas sehari-hari 2. Meningkatkan efisiensi 3. Meningkatkan peluang 4. Peningkatan produktivitas	1, 2, 3, 4, 5
4	Ekspektasi Usaha (X ₂)	1. Kemudahan dan keadilan dalam penggunaan 2. Keterbacaan dan kemudahan belajar 3. Antarmuka yang ramah pengguna 4. Keterpahaman yang mudah	1, 2, 3, 4, 5
5	Pengaruh Sosial (X ₃)	1. Pengaruh dari orang-orang penting 2. Faktor-faktor sosial 3. Partisipasi dari individu lain	1, 2, 3, 4, 5
6	Kondisi yang Memfasilitasi (X ₄)	1. Ketersediaan sumber daya 2. Pengetahuan yang tersedia 3. Infrastruktur dan bantuan yang ada	1, 2, 3, 4, 5
7	Motivasi Hedonis (X ₅)	1. Hiburan 2. Daya tarik dan kegembiraan 3. Membuat pengguna merasa senang	1, 2, 3, 4, 5
8	Nilai Harga (X ₆)	1. Harga yang terjangkau 2. Keseimbangan nilai dengan harga 3. Memberikan manfaat yang sepadan dengan harga	1, 2, 3, 4, 5

9	Kebiasaan (X_7)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsistensi dalam kebiasaan 2. Penggunaan yang berlebihan 3. Ketergantungan yang wajar 4. Kebiasaan yang dapat diterima secara umum 	1, 2, 3, 4, 5
10	Inovasi Personal (X_8)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fitur-fitur baru dan canggih 2. Kemajuan teknologi 3. Teknologi yang inovatif 	1, 2, 3, 4, 5

E. Analisis Deskriptif

Teknik analisis data adalah salah satu cara yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian untuk mencapai suatu kesimpulan. Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel dan populasi sebagaimana adanya. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan frekuensi masing-masing item variabel dengan skala pengukuran satu sampai lima untuk mengetahui kategori rata-rata skor dari responden. Untuk mengetahui kategori jawaban responden dari masing-masing variabel tergolong tinggi, sedang atau rendah maka ditentukan skala intervalnya dengan cara sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang skor} &= \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Banyaknya bilangan}} \\
 &= \frac{5-1}{5} \\
 &= 0,8
 \end{aligned}$$

Sehingga dengan demikian dapat diketahui kategori jawaban responden Masing-masing variabel yaitu:

Skor Kategori Sangat Baik	: 4,20 – 5,00
Skor Untuk Kategori Baik	: 3,40 – 4,19
Skor Untuk Kurang Baik	: 2,60 – 3,39
Skor Untuk Tidak Baik	: 1,80 – 2,59
Skor Untuk Kategori Sangat Tidak Baik	: 1,00 – 1,7

F. Teknik Analisis Data

Setelah mengumpulkan data, dilakukan pengolahan atau analisis data. Metode yang digunakan adalah SEM-PLS menggunakan WarpPLS 7.0. Teknik analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah:

1. *Outer Model*

Penilaian atas *outer model* terdiri dari faktor pemuatan, AVE (*average variance extracted*), dan nilai alpha. Kriteria Model Luar adalah serangkaian pedoman yang diterapkan dalam *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menilai reliabilitas dan keabsahan konstruk yang diukur dalam suatu penelitian. Dalam tabel tersebut, ada tiga kriteria utama yang dipakai untuk mengevaluasi Model Luar.

- a. Validitas Konvergen mengukur sejauh mana indikator yang mengukur suatu konstruk sesuai dengan konstruk itu sendiri. Kriteria ini menekankan bahwa nilai faktor pemuatan (*loading factor*) dari

indikator harus minimal 0,5, menunjukkan representasi yang memadai terhadap konstruk yang diukur. Selain itu, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) sebaiknya minimal 0,5, menandakan bahwa sebagian besar varians konstruk dijelaskan oleh indikatornya.

- b. Validitas Diskriminan memeriksa kemampuan membedakan konstruk yang berbeda dalam model. Ini diukur dengan membandingkan akar AVE (akar kuadrat dari AVE) dengan korelasi antar konstruk. Kriteria ini menegaskan bahwa akar AVE dari setiap konstruk harus melebihi korelasi antara konstruknya, mengindikasikan perbedaan yang signifikan antar konstruk tersebut.
- c. Uji Reliabilitas menilai seberapa dapat diandalkan indikator yang mengukur konstruk. Dalam hal ini, Reliabilitas Komposit seharusnya minimal 0,6. Ini menunjukkan bahwa konstruk memiliki tingkat konsistensi yang baik dan indikatornya dapat diandalkan dalam pengukuran.

Kriteria *outer model* ini sangat penting untuk memastikan bahwa model pengukuran yang digunakan dalam SEM valid, dapat dipercaya, dan mampu membedakan antara konstruk. Dengan memenuhi standar ini, penelitian dapat memastikan bahwa data yang dianalisis berkualitas dan konstruk yang diukur mencerminkan fenomena yang sebenarnya.

2. *Inner Model*

Penilaian terhadap *inner model* adalah evaluasi terhadap persamaan struktural yang terbentuk dari model yang telah dibuat. Kompleksitas model tersebut menentukan jumlah persamaan struktural yang dihasilkan. Indikator seperti koefisien determinasi (R^2) dan predictive relevance (Q^2) digunakan untuk mengevaluasi kualitas Model Struktural (Inner Model) dalam analisis Structural Equation Modeling (SEM). Model struktural menggambarkan hubungan antara variabel dalam suatu model penelitian. Evaluasi ini penting untuk memahami sejauh mana model menjelaskan fenomena yang diteliti.

- a. Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa baik model struktural menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1, semakin tinggi nilainya, semakin baik model menjelaskan variasi dalam variabel dependen.
- b. *Predictive Relevance* (Q^2) menilai seberapa baik model struktural dapat memprediksi variabel dependen. Q^2 positif menandakan kemampuan prediksi yang baik, sementara nilai negatif menunjukkan prediksi yang buruk.
- c. *Effect size* (f^2) juga digunakan untuk mengevaluasi dampak variabel independen pada variabel dependen. Nilai f^2 menunjukkan seberapa besar peran variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen.

Indikator-indikator ini membantu peneliti memahami sejauh mana model sesuai dengan data, pengaruh variabel independen pada variabel dependen, dan kemampuan model untuk memprediksi data uji. Penilaian *inner model* melibatkan R^2 , effect size (f^2), dan Q^2 . Ini memvalidasi model struktural terkait kualitasnya dalam konteks penelitian. Persamaan model struktural dalam penelitian ini adalah:

Berikut persamaan model struktural dalam penelitian ini adalah:

$$BI = a + b1PE + b2EE + b3SI + b4FC + b5HM + b6PV + b7HB + b8PI + b9UB + e \dots\dots\dots(i)$$

$$UB = a + b1FC + b2HB + b3PI + e \dots\dots\dots(ii)$$

Keterangan:

PPM : Perilaku Penggunaan Mobile Banking

NBP : Niat Berperilaku

PE : Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

EE : Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)

SI : Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

FC : Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*)

HM : Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*)

PV : Nilai Harga (*Price Value*)

HB : Kebiasaan (*Habit*)

PI : Inovasi Personal (*Personal Innovativeness*)

a : Konstanta

b : Koefisien

e : *Errors*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat Kabupaten Padang Lawas Utara

Gambaran umum kondisi Padang Lawas Utara menjelaskan tentang kondisi geografi dan demografi, kesejahteraan masyarakat, pelayanan umum dan daya saling serta indikator capaian kinerja penyelenggaraan Pemerintah Kabupaten Padang Lawas Utara. Pada dasarnya selain sangat potensial sebagai daerah pertanian, peternakan dan perkebunan, juga sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai daerah transit dan jasa perdagangan khususnya hasil pertanian dan perkebunan karena posisi strategisnya berada pada jalur lintas Sumatera. Potensi ini sangat penting sehingga perlu dibuat terobosan peningkatan kualitas dan kuantitas produksi pertanian.

2. Letak Geografis

Secara astronomis, Kabupaten Padang Lawas Utara terletak antara $1^{\circ}13'50''$ - $2^{\circ}2'32''$ Lintang Utara dan antara $99^{\circ}20'44''$ - $100^{\circ}19'10''$ Bujur Timur. Berdasarkan posisi geografisnya, Kabupaten Padang Lawas Utara memiliki batas-batas:

- a. Sebelah Utara - Kabupaten Labuhan Batu
- b. Sebelah Selatan - Kabupaten Padang Lawas
- c. Sebelah Barat - Kabupaten Tapanuli Selatan

d. Sebelah Timur - Provinsi Riau

Kabupaten Padang Lawas Utara di Provinsi Sumatera Utara terdiri dari 9 kecamatan yang kemudian dimekarkan menjadi 9 kecamatan pada tahun 2008. Pada Tahun 2016 dimekarkan lagi menjadi 12 Kecamatan antara lain: Kecamatan Batang Onang, Kecamatan Padang Bolak Julu, Kecamatan Padang Bolak, Kecamatan Portibi, Kecamatan Simangambat, Kecamatan Halongonan, kecamatan Dolok, Kecamatan Dolok Sigompulon, Kecamatan Hulu Sihapas, Kecamatan Ujung Batu, Kecamatan Padang Bolak tenggara, Kecamatan Halongonan Timur, yang terdiri dari 386 desa dan 2 kelurahan.

B. Deskripsi Data Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden Penelitian

Deskripsi dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara. Terdapat 200 responden yang memiliki *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang lawas Utara yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini. Adapun responden yang diwawancarai dalam penelitian ini adalah masyarakat Padang Lawas Utara, staff dan pegawai puskesmas Aek Godang, staff dan pegawai puskesmas Pasar Matanggor, staff dan pegawai Pondok Pesantren Mustafa Nauli dan staff dan pegawai Kantor Kementerian Agama Padang Lawas Utara yang menggunakan *mobile*

banking perbankan syariah. Terdapat 5 karakteristik yang digunakan seperti jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Untuk melihat penyajian berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebagai berikut:

Tabel IV. 1 Karakteristik Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	%
(1)	(2)	(3)
Laki-laki	75	37,5
Perempuan	125	62,5
Jumlah	200	100

Berdasarkan tabel IV.1 mengenai deskripsi responden berdasarkan karakteristik jenis kelamin, ternyata responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak yaitu sebesar 61,5%, sedangkan laki-laki sebesar 37,5%.

Tabel IV. 2 Karakteristik Usia

Usia	Jumlah	%
(1)	(2)	(3)
20-30	127	63,5
31-40	48	24
40 >	25	12,5
Jumlah	200	100

Berdasarkan tabel IV.2 mengenai deskripsi responden berdasarkan karakteristik usia, ternyata responden dengan usia 20-30 tahun memiliki persentase paling banyak menggunakan *mobile banking* perbankan syariah. Sedangkan responden dengan usia 30-40 tahun memiliki persentase 24% dan responden dengan usia 40 tahun ke atas hanya

memiliki 12,5% nasabah yang menggunakan *mobile banking* perbankan syariah di Padang Lawas Utara.

Tabel IV. 3 Karakteristik Pekerjaan

Profesi	Jumlah	%
(1)	(2)	(3)
Mahasiswa	89	44,5
Pegawai	66	33
Wiraswasta	45	22,5
Jumlah	200	100

Berdasarkan tabel IV.3 mengenai deskripsi responden berdasarkan karakteristik usia, ternyata responden dengan profesi mahasiswa memiliki persentase 44,5%, responden dengan profesi pegawai memiliki persentase 33% sedangkan responden dengan profesi wiraswasta memiliki persentase 22,5%.

2. Penilaian Responden Terhadap Variabel Niat Berperilaku

Niat merupakan faktor motivasi yang mempengaruhi suatu perilaku seseorang, jadi niat pada dasarnya adalah indikator dari perilaku penggunaan yang sebenarnya. Niat penggunaan merupakan tingkat keinginan pengguna dalam menggunakan layanan *mobile banking* untuk dapat menggunakan suatu teknologi informasi. Niat penggunaan digunakan untuk mengukur seberapa besar keinginan pengguna dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel *behavioral intentions* terdapat pada tabel IV.4.

Tabel IV.4
Penilaian Responden Pengguna Mobile Banking Perbankan Syariah
di Kabupaten Padang Lawas Utara Variabel Niat Berperilaku

No	ITEM PERNYATAAN	Rata-Rata	Keterangan
Niat adopsi teknologi			
1	Saya berniat menggunakan <i>mobile banking</i> syariah dimasa yang akan mendatang.	4.38	Sangat Baik
Niat merekomendasikan adopsi teknologi			
2	Saya bersedia merekomendasikan <i>mobile banking</i> bank syariah yang saya gunakan kepada orang lain.	4.12	Baik
Rerata nilai <i>behavioral intention</i>		4.25	Sangat Baik

Berdasarkan tabel IV.4 dapat dijelaskan bahwa rata-rata penilaian responden pernyataan variabel *behavioral intention* berdasarkan indikator niat adopsi teknologi dan niat merekomendasikan adopsi teknologi. Nilai rerata penilaian responden terhadap variabel *behavioral intention* sebesar 4,25 yang termasuk dengan kategori sangat baik. Hal ini berarti responden mempersepsikan bahwa niat menggunakan *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara termasuk dalam kategori sangat baik. Rata-rata nilai pada indikator niat adopsi teknologi adalah sebesar 4,38 yang termasuk dalam kategori sangat baik. Sedangkan rata-rata nilai pada indikator niat merekomendasikan adopsi teknologi adalah sebesar 4,12 dalam kategori sangat baik. Hal ini juga berarti bahwa responden mempersepsikan bahwa niat untuk merekomendasikan *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara dalam kategori baik.

3. Penilaian Responden Terhadap Variabel *User Behaviour*

Dalam penelitian ini, perilaku konsumen menggunakan perilaku penggunaan (*user behavior*). Perilaku penggunaan adalah cara individu atau kelompok berinteraksi dengan produk, layanan, atau teknologi, termasuk aktivitas, kebiasaan, dan pola penggunaan, mencakup frekuensi, metode, dan tingkat pemanfaatan dalam kegiatan sehari-hari. Perilaku penggunaan *mobile banking* merujuk pada cara individu atau kelompok menggunakan layanan perbankan melalui aplikasi *mobile*, termasuk frekuensi penggunaan, jenis transaksi yang dilakukan, dan tingkat keterlibatan dalam aktivitas keuangan melalui platform tersebut di Padang Lawas Utara. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel *user behavior* terdapat pada tabel IV.5.

Tabel IV.5

Penilaian Responden Pengguna *Mobile Banking* Perbankan Syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara Variabel *User Behaviour*

No	ITEM PERNYATAAN	Rata-Rata	Keterangan
Kemudahan penggunaan			
1	Saya telah menggunakan <i>mobile banking</i> bank syariah.	4.32	Sangat Baik
2	Saya telah bertransaksi melalui <i>mobile banking</i> bank syariah.	4.28	Sangat Baik
Rerata nilai kemudahan penggunaan		4,30	Sangat baik
Intensi penggunaan			
3	Saya merasa bahwa <i>mobile banking</i> syariah memberikan akses lebih mudah dan cepat terhadap informasi tentang rekening dan transaksi saya.	4.10	Baik
Kepuasan penggunaan			

4	Saya merasa puas dengan kemudahan akses yang diberikan oleh teknologi mobile banking syariah terhadap informasi rekening dan transaksi keuangan.	4.01	Baik
Rerata Nilai <i>User Behavior</i>		4,01	Baik

Berdasarkan tabel IV.5 dapat dijelaskan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap pernyataan pada variabel *user behaviour* berdasarkan indikator kemudahan penggunaan, intensi penggunaan dan kepuasan penggunaan. Nilai rerata penilaian responden terhadap *user behavior* sebesar 4,01 yang termasuk dalam kategori baik. Hal ini berarti responden mempersepsikan bahwa pengaruh *user behavior* bahwa niat menggunakan mobile banking perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara termasuk dalam kategori baik.

Rata-rata penilaian tertinggi untuk variabel *user behavior* adalah indikator kemudahan penggunaan sebesar 4,30 yang termasuk dalam kategori sangat baik. Selain itu dua indikator lainnya juga termasuk dalam kategori baik yaitu intensi penggunaan dan kepuasan penggunaan. Sedangkan rata-rata penilaian terendah untuk variabel *user behaviour* adalah indikator kepuasan penggunaan sebesar 4,01 yang termasuk dalam kategori baik dan masih perlu ditingkatkan.

4. Penilaian Responden Terhadap Variabel *Performance Expectancy*

Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*) adalah keyakinan individu akan seberapa besar teknologi atau layanan tersebut akan

meningkatkan kinerja atau produktivitas mereka dalam melakukan aktivitas tertentu.¹¹⁶ Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*) adalah keyakinan nasabah akan seberapa besar teknologi atau layanan mobile banking akan meningkatkan kinerja atau produktivitas mereka dalam melakukan aktivitas tertentu di Padang Lawas Utara. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel *performance expectancy* terdapat pada tabel IV.6.

Tabel IV.6
Penilaian Responden Pengguna Mobile Banking Perbankan Syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara Variabel *Performance Expectancy*

No	ITEM PERNYATAAN	Rata-Rata	Keterangan
Manfaat Dalam Aktivitas Sehari-hari			
1	Menggunakan teknologi <i>mobile banking</i> syariah membantu saya melakukan transaksi perbankan secara efisien tanpa harus pergi ke bank langsung.	4.23	Sangat Baik
2	Dengan menggunakan <i>mobile banking</i> syariah, saya menjadi lebih produktif.	4.06	Baik
	Nilai rerata manfaat dalam aktivitas sehari-hari	4.14	Baik
Meningkatkan Efisiensi			
3	Fitur-fitur seperti pembayaran tagihan dan transfer dana antar rekening pada <i>mobile banking</i> syariah membantu meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan keuangan sehari-hari saya.	3.84	Baik
Meningkatkan Peluang			
4	Penggunaan teknologi <i>mobile banking</i> syariah memberikan saya akses lebih luas terhadap produk dan layanan perbankan syariah, meningkatkan peluang untuk melakukan investasi yang sesuai dengan prinsip syariah.	3.83	Baik

¹¹⁶Venkatesh, Thong, and Xu, "Consumer Acceptance and Use of Information Technology."

Meningkatkan Produktivitas			
5	Dengan menggunakan teknologi <i>mobile banking</i> syariah, saya dapat melakukan transaksi perbankan dengan cepat, yang meningkatkan produktivitas saya dalam mengelola keuangan.	3.76	Baik
Nilai Rerata <i>Performance Expectancy</i>		3.94	Baik

Berdasarkan tabel IV.6 dapat dijelaskan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap pernyataan pada variabel *performance expectancy* berdasarkan indikator manfaat, meningkatkan efisiensi, meningkatkan peluang dan meningkatkan produktivitas. Nilai rerata penilaian terhadap variabel *performance expectancy* sebesar 3,94 yang termasuk dalam kategori baik. Hal ini berarti responden mempersepsikan bahwa pengaruh *performance expectancy* terhadap niat menggunakan mobile banking perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara termasuk dalam kategori baik.

Rata-rata penilaian tertinggi untuk variabel *performance expectancy* adalah manfaat aktivitas sehari-hari sebesar 4,14 yang termasuk dalam kategori baik. Selain itu tiga indikator lainnya juga termasuk dalam kategori baik yaitu meningkatkan efisiensi, meningkatkan peluang dan meningkatkan produktivitas. Sedangkan rata-rata penilaian terendah untuk variabel *performance expectancy* adalah indikator meningkatkan produktivitas yang termasuk dalam kategori baik dan masih perlu ditingkatkan.

5. Penilaian Responden Terhadap Variabel *Effort Expectancy*

Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*) adalah kemudahan yang diantisipasi individu dalam menggunakan mobile banking syariah, seperti tingkat kesulitan atau usaha yang diperlukan untuk memahami dan menggunakan dengan lancar di Padang Lawas Utara. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel *effort expectancy* terdapat pada tabel IV.7.

Tabel IV.7
Penilaian Responden Pengguna Mobile Banking Perbankan Syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara Variabel *Effort Expectancy*

No	ITEM PERNYATAAN	Rata-Rata	Keterangan
Kemudahan dan keadilan dalam penggunaan			
1	Fitur-fitur seperti pemantauan transaksi <i>real-time</i> dan notifikasi pembayaran tagihan memberikan keadilan dalam memberikan informasi yang adil dan setara kepada semua pengguna.	4	Baik
Keterbacaan dan kemudahan belajar			
2	Fitur-fitur panduan dan bantuan pada <i>mobile banking</i> syariah membantu meningkatkan keterbacaan dan kemudahan belajar tentang cara menggunakan aplikasi.	3.85	Baik
Antar muka yang ramah pengguna			
3	Saya merasa antarmuka pengguna pada aplikasi <i>mobile banking</i> syariah sangat intuitif dan mudah dimengerti.	3.84	Baik
Rerata Nilai <i>Effort Expectancy</i>		3.89	Baik

Berdasarkan tabel IV.7 dijelaskan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap pernyataan pada variabel *effort expectancy* berdasarkan indikator kemudahan dan keadilan dalam penggunaan, keterbacaan dan kemudahan belajar dan antarmuka yang ramah pengguna. Nilai rerata penilaian

variabel *effort expectancy* sebesar 3,89 termasuk dalam kategori baik. Hal ini berarti responden mempersepsikan bahwa pengaruh *effort expectancy* terhadap niat menggunakan mobile banking perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara termasuk dalam kategori baik.

Rata-rata untuk penilaian tertinggi pada variabel *effort expectancy* adalah kemudahan dan keadilan dalam penggunaan sebesar 4 yang termasuk dalam kategori baik. Sedangkan rata-rata penilaian terendah untuk variabel *effort expectancy* adalah indikator antar muka yang ramah pengguna sebesar 3,84 termasuk dalam kategori baik dan masih perlu ditingkatkan.

6. Penilaian Responden Terhadap Variabel *Social Influence*

Pengaruh Sosial (*Social Influence*) adalah dampak atau pengaruh dari lingkungan sosial, termasuk orang-orang penting, kelompok atau masyarakat sekitarnya, yang mempengaruhi sikap dan perilaku individu terhadap penggunaan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel *social influence* terdapat pada tabel IV.8.

Tabel IV.8
Penilaian Responden Pengguna Mobile Banking Perbankan Syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara Variabel *Social Influence*

No	ITEM PERNYATAAN	Rata-Rata	Keterangan
Pengaruh dari orang-orang penting			
1	Saya merasa terdorong untuk menggunakan teknologi <i>mobile banking</i> syariah karena	3.87	Baik

	mendapatkan rekomendasi positif dari orang-orang terdekat atau keluarga.		
Faktor sosial			
2	Saya merasa teknologi <i>mobile banking</i> syariah membantu saya untuk tetap terhubung dengan komunitas dan teman-teman yang memiliki minat serupa terkait keuangan syariah.	3.95	Baik
Partisipasi dari individu lain			
3	Saya merasa termotivasi untuk menggunakan teknologi <i>mobile banking</i> syariah setelah melihat partisipasi aktif teman-teman atau rekan kerja dalam memanfaatkannya.	3.89	Baik
Rerata Nilai Social Influence		3.90	Baik

Berdasarkan IV.8 dapat dijelaskan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap pernyataan pada variabel *social influence* berdasarkan indikator pengaruh dari orang-orang penting, faktor sosial dan partisipasi individu lain. Nilai rerata penilaian responden terhadap variabel *social influence* sebesar 3,90 dalam kategori baik. Hal ini berarti responden mempersepsikan bahwa pengaruh *social influence* terhadap niat menggunakan *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara termasuk dalam kategori baik.

Rata-rata penilaian tertinggi pada variabel *social influence* adalah faktor sosial sebesar 3,95 yang termasuk dalam kategori baik. Selain itu dua indikator lainnya juga termasuk dalam kategori baik yaitu pengaruh dari orang-orang penting dan partisipasi individu lain. Sedangkan nilai

variabel terendah untuk variabel *social influence* adalah indikator pengaruh dari orang-orang penting sebesar sebesar 3,87 yang termasuk dalam kategori baik dan masih perlu ditingkatkan.

7. Penilaian Responden Terhadap Variabel *Facilitating Conditions*

Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*) adalah Faktor-faktor yang memengaruhi ketersediaan sumber daya, pengetahuan, atau dukungan infrastruktur yang memudahkan atau mendukung penggunaan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel *facilitating conditions* terdapat pada tabel IV.9.

Tabel IV.9
Penilaian Responden Pengguna Mobile Banking Perbankan Syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara Variabel *Facilitating Conditions*

No	ITEM PERNYATAAN	Rata-Rata	Keterangan
Ketersediaan sumber daya			
1	Saya merasa bahwa ketersediaan sumber daya seperti panduan penggunaan dan tutorial online sangat membantu dalam memahami dan menggunakan fitur-fitur <i>mobile banking</i> syariah.	3.79	Baik
Pengetahuan yang tersedia			
2	Informasi yang terdapat dalam panduan penggunaan atau tutorial <i>mobile banking</i> syariah memberikan pengetahuan yang cukup bagi saya untuk mengoptimalkan penggunaan fitur-fitur tersebut.	3.91	Baik
Infrastruktur dan bantuan yang ada			
3	Infrastruktur teknologi yang ada pada <i>mobile banking</i> syariah	3.74	Baik

	sangat memadai, memastikan ketersediaan layanan secara stabil dan tanpa hambatan teknis berarti.		
Rerata Nilai <i>Facilitating Conditions</i>		3.81	Baik

Berdasarkan tabel IV.9 dapat dijelaskan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap pernyataan pada variabel *facilitating conditions* berdasarkan indikator ketersediaan sumber daya, pengetahuan yang tersedia dan infrastruktur dan bantuan yang ada. Nilai rerata penilaian responden terhadap variabel *facilitating conditions* sebesar 3,81 termasuk dalam kategori baik. Hal ini berarti responden mempersepsikan bahwa pengaruh *facilitating conditions* terhadap niat menggunakan mobile banking perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara termasuk dalam kategori baik.

Rata-rata variabel tertinggi untuk variabel *facilitating conditions* adalah pengetahuan yang tersedia sebesar 3,91 yang termasuk dalam kategori baik. Selain itu dua indikator lainnya juga termasuk dalam kategori baik yaitu ketersediaan sumber daya dan infrastruktur dan bantuan yang ada. Sedangkan nilai terendah untuk variabel *facilitating conditions* adalah infrastruktur dan bantuan yang ada sebesar 3,74 termasuk dalam kategori baik dan masih perlu ditingkatkan.

8. Penilaian Responden Terhadap Variabel *Hedonic Motivation*

Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*) adalah dorongan atau motivasi individu yang berkaitan dengan kesenangan, kegembiraan, atau

kepuasan emosional yang mereka harapkan dari penggunaan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel *hedonic motivation* terdapat pada tabel IV.10.

Tabel IV.10
Penilaian Responden Pengguna Mobile Banking Perbankan Syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara Variabel *Hedonic Motivation*

No	ITEM PERNYATAAN	Rata-Rata	Keterangan
Hiburan			
1	Adanya fitur-fitur inovatif pada <i>mobile banking</i> syariah, seperti pembelian produk keuangan atau investasi syariah, membuat aktivitas keuangan lebih menarik dan bermanfaat secara edukatif.	3.99	Baik
Daya tarik dan kegembiraan			
2	Saya merasa daya tarik dari fitur-fitur inovatif pada teknologi <i>mobile banking</i> syariah, seperti investasi syariah atau pengelolaan keuangan yang lebih efisien.	3.82	Baik
3	Saya merasa senang dan puas dengan kemudahan transaksi yang diberikan oleh teknologi <i>mobile banking</i> syariah.	3.88	Baik
4	Beberapa kendala teknis atau kesulitan dalam menggunakan fitur-fitur tertentu pada <i>mobile banking</i> syariah dapat membuat pengalaman pengguna kurang menyenangkan.	3.83	Baik
Rerata nilai daya tarik dan kegembiraan		3.84	Baik
Rerata Nilai <i>Hedonic Motivation</i>		3.89	Baik

Berdasarkan tabel IV.10 dapat dijelaskan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap pernyataan pada variabel *hedonic motivation* berdasarkan indikator hiburan, daya tarik dan kegembiraan. Nilai rerata penilaian responden terhadap *hedonic motivation* sebesar 3,89 yang

termasuk dalam kategori baik. Hal ini berarti responden mempersepsikan bahwa pengaruh *hedonic motivation* terhadap niat menggunakan mobile banking perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara termasuk dalam kategori baik.

Rata-rata penilaian tertinggi untuk variabel *hedonic motivation* adalah hiburan sebesar 3,99 yang termasuk dalam kategori baik. Sedangkan rata-rata penilaian terendah untuk variabel *hedonic motivation* adalah indikator daya tarik dan kegembiraan sebesar 3,84 yang termasuk dalam kategori baik dan masih perlu ditingkatkan.

9. Penilaian Responden Terhadap Variabel *Price Value*

Nilai Harga (*Price Value*) adalah penilaian individu terhadap seimbangannya nilai yang mereka terima dari penggunaan teknologi atau layanan dengan harga atau biaya yang mereka bayarkan dari penggunaan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel *price value* terdapat pada tabel IV.11.

Tabel IV.11
Penilaian Responden Pengguna Mobile Banking Perbankan Syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara Variabel Variabel *Price Value*

No	ITEM PERNYATAAN	Rata-Rata	Keterangan
Harga yang terjangkau			
1	Saya merasa bahwa biaya atau tarif yang dikenakan pada transaksi menggunakan <i>mobile banking</i> syariah sangat terjangkau dan adil.	3.96	Baik
Keseimbangan nilai dengan harga			
2	Saya merasa bahwa nilai atau manfaat yang saya dapatkan dari	3.83	Baik

	penggunaan <i>mobile banking</i> syariah sebanding dengan harga atau biaya yang dikenakan.		
3	Fitur-fitur unggulan pada <i>mobile banking</i> syariah memberikan manfaat yang signifikan, membuat saya merasa puas dengan nilai yang saya dapatkan sebanding dengan harga yang dibayarkan.	3,8	Baik
	Rerata nilai keseimbangan nilai dengan harga	3,81	Baik
	Rerata Nilai <i>Price Value</i>	3,86	Baik

Berdasarkan tabel IV.11 dapat dijelaskan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap pernyataan *price value* berdasarkan indikator harga yang terjangkau dan nilai keseimbangan dengan harga. Nilai rerata penilaian responden terhadap variabel *price value* sebesar 3,86 yang termasuk dalam kategori baik. Hal ini berarti responden mempersepsikan bahwa pengaruh *price value* terhadap niat menggunakan *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara termasuk dalam kategori baik. Rata-rata penilaian tertinggi untuk variabel *price value* adalah harga yang terjangkau sebesar 3,96 yang termasuk dalam kategori baik. Sedangkan rata-rata penilaian terendah untuk variabel *price value* adalah indikator nilai keseimbangan dengan harga sebesar 3,81 termasuk dalam kategori baik dan masih perlu ditingkatkan.

10. Penilaian Responden Terhadap Variabel *Habit*

Kebiasaan (*Habit*) adalah tindakan atau pola yang konsisten dilakukan individu secara otomatis atau tanpa disadari dan telah terbentuk dalam

penggunaan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel *habit* terdapat pada tabel IV.12.

Tabel IV.12
Penilaian Responden Pengguna Mobile Banking Perbankan Syariah
di Kabupaten Padang Lawas Utara Variabel *habit*

No	ITEM PERNYATAAN	Rata-Rata	Keterangan
Konsistensi dalam kebiasaan			
1	Saya merasa konsisten dalam menggunakan <i>mobile banking</i> syariah sebagai kebiasaan karena antarmuka yang ramah pengguna dan fitur-fitur yang memudahkan.	3.94	Baik
Penggunaan yang berlebihan			
2	Saya merasa bahwa penggunaan <i>mobile banking</i> syariah secara rutin memberikan efisiensi dalam pengelolaan keuangan tanpa memunculkan dampak negatif.	3.78	Baik
Ketergantungan yang wajar			
3	Saya merasa ketergantungan saya pada <i>mobile banking</i> syariah adalah hal yang wajar karena memberikan kemudahan dan efisiensi dalam pengelolaan keuangan.	3.81	Baik
Kebiasaan yang dapat diterima secara wajar			
4	Saya merasa bahwa kebiasaan menggunakan <i>mobile banking</i> syariah adalah hal yang umum dan dapat diterima di masyarakat karena semakin banyak orang yang mengadopsi teknologi ini.	3.82	Baik
Rerata Nilai <i>Habit</i>		3,85	Baik

Berdasarkan tabel IV.12 dapat dijelaskan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap pernyataan pada variabel *habit*. Berdasarkan indikator konsistensi dalam kebiasaan, penggunaan yang berlebihan, ketergantungan yang wajar dan kebiasaan yang dapat diterima secara

wajar. Nilai rerata penilaian responden terhadap variabel *habit* sebesar 3,85 yang termasuk dalam kategori baik. Hal ini berarti responden mempersepsikan bahwa pengaruh *habit* terhadap niat menggunakan mobile banking perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara termasuk dalam kategori baik.

Rata-rata penilaian tertinggi untuk variabel *habit* adalah indikator konsistensi dalam kebiasaan sebesar 3,94 yang termasuk dalam kategori baik. Selain itu tiga indikator lainnya juga termasuk dalam kategori baik yaitu penggunaan yang berlebihan, ketergantungan yang wajar dan kebiasaan yang dapat diterima secara wajar sedangkan rata-rata penilaian terendah untuk variabel *habit* adalah indikator penggunaan yang berlebihan sebesar 3,78 yang termasuk dalam kategori baik dan masih perlu ditingkatkan.

11. Penilaian Responden Terhadap *Personal Innovation*

Inovasi Personal (*Personal Innovativeness*) adalah tingkat keterbukaan individu terhadap adopsi atau penerimaan teknologi baru dan kemampuan untuk mencoba hal-hal baru dalam konteks penggunaan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel *personal innovation* terdapat pada tabel IV.13.

Tabel IV.13
Penilaian Responden Pengguna Mobile Banking Perbankan Syariah
di Kabupaten Padang Lawas Utara Variabel *Personal Innovation*

No	ITEM PERNYATAAN	Rata-Rata	Keterangan
Fitur-fitur baru dan canggih			
1	Fitur-fitur canggih seperti analisis pengeluaran, pengelolaan portofolio investasi, dan notifikasi real-time menjadikan <i>mobile banking</i> syariah lebih menarik dan bermanfaat.	3.98	Baik
Kemajuan Teknologi			
2	Saya merasa bahwa kemajuan teknologi pada <i>mobile banking</i> syariah memberikan keuntungan besar dalam hal kecepatan, ketepatan, dan kenyamanan dalam pengelolaan keuangan sehari-hari.	3.96	Baik
Teknologi yang inovatif			
3	Saya sangat senang dengan teknologi yang inovatif pada <i>mobile banking</i> syariah, seperti fitur pengenalan wajah atau sidik jari yang meningkatkan keamanan.	4.01	Baik
4	Penggunaan teknologi inovatif pada <i>mobile banking</i> syariah dapat menciptakan tantangan baru terkait dengan keamanan dan privasi, membuat sebagian pengguna ragu untuk mengadopsinya.	3.87	Baik
Rerata nilai teknologi yang inovatif		3,94	Baik
Rerata Nilai <i>Personal Innovations</i>		3.95	Baik

Berdasarkan tabel IV.13 dapat dijelaskan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap pernyataan pada variabel *personal innovations*

berdasarkan indikator fitur-fitur baru dan canggih, kemajuan teknologi dan teknologi yang inovatif. Nilai rerata penilaian responden terhadap variabel *personal innovations* sebesar 3,95 yang termasuk dalam kategori baik. Hal ini berarti responden mempersepsikan bahwa pengaruh *personal innovations* terhadap niat menggunakan mobile banking perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara termasuk dalam kategori baik.

Rata-rata penilaian tertinggi untuk variabel *personal innovations* adalah indikator fitur-fitur baru dan canggih sebesar 3,98 yang termasuk dalam kategori baik. Selain itu dua indikator lainnya juga termasuk dalam kategori baik yaitu kemajuan teknologi dan teknologi yang inovatif. Sedangkan rata-rata penilaian terendah untuk variabel *personal innovations* adalah indikator nilai teknologi yang inovatif sebesar 3,94 yang termasuk dalam kategori baik dan masih perlu ditingkatkan.

C. Hasil Analisis Data Penelitian

1. Hasil Uji *Outer Model*

a. Uji Validitas Konvergen

1) Uji *Loading Factor*

Uji Validitas Konvergen menilai sejauh mana variabel pengukuran mencerminkan konsep yang diukur. Melalui *loading factor*, evaluasi hubungan indikator dengan konstruk dilakukan untuk memahami representasi keseluruhan variabel.

Tabel IV.14 Hasil Uji Loading Factor Validitas Konvergen

Konstruk	Indikator	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y	Z	Titik Kritis	Kesimpulan
<i>Performance Expectancy</i>	PE1	0.819	0.658	0.616	0.569	0.574	0.517	0.520	0.632	0.622	0.343	0.060	Valid
	PE2	0.819	0.639	0.620	0.545	0.584	0.561	0.592	0.650	0.543	0.341	0.060	Valid
	PE3	0.880	0.688	0.650	0.574	0.608	0.581	0.626	0.672	0.560	0.381	0.060	Valid
	PE4	0.823	0.642	0.581	0.508	0.525	0.477	0.527	0.490	0.488	0.341	0.060	Valid
	PE5	0.818	0.732	0.635	0.552	0.590	0.544	0.601	0.553	0.528	0.358	0.060	Valid
<i>Effort Expectancy</i>	EE1	0.661	0.812	0.581	0.566	0.552	0.517	0.570	0.580	0.526	0.262	0.060	Valid
	EE2	0.679	0.891	0.619	0.569	0.618	0.592	0.636	0.610	0.500	0.338	0.060	Valid
	EE3	0.701	0.863	0.712	0.542	0.617	0.671	0.657	0.612	0.565	0.362	0.060	Valid
	EE4	0.665	0.779	0.679	0.523	0.517	0.583	0.533	0.626	0.495	0.320	0.061	Valid
<i>Social Influence</i>	SI1	0.722	0.742	0.880	0.665	0.636	0.654	0.665	0.708	0.578	0.316	0.060	Valid
	SI2	0.644	0.690	0.895	0.546	0.552	0.644	0.605	0.622	0.544	0.279	0.060	Valid
	SI3	0.572	0.574	0.827	0.597	0.558	0.662	0.523	0.70	0.61	0.448	0.060	Valid
<i>Facilitating Conditions</i>	FC1	0.555	0.539	0.592	0.855	0.570	0.422	0.450	0.493	0.489	0.200	0.060	Valid
	FC2	0.530	0.550	0.604	0.894	0.598	0.448	0.472	0.459	0.383	0.249	0.059	Valid
	PC3	0.618	0.601	0.588	0.819	0.519	0.446	0.594	0.594	0.426	0.319	0.060	Valid
<i>Hedonic Motivation</i>	HM1	0.638	0.641	0.642	0.687	0.853	0.570	0.597	0.627	0.584	0.276	0.060	Valid
	HM2	0.613	0.631	0.625	0.646	0.872	0.615	0.629	0.621	0.454	0.300	0.060	Valid
	HM3	0.518	0.561	0.524	0.606	0.870	0.559	0.577	0.538	0.412	0.235	0.060	Valid
	HM4	0.522	0.432	0.410	0.466	0.702	0.507	0.549	0.496	0.336	0.172	0.062	Valid
<i>Price Value</i>	Pv2	0.585	0.642	0.650	0.511	0.605	0.917	0.754	0.690	0.512	0.203	0.060	Valid
	PV3	0.569	0.608	0.566	0.668	0.618	0.90	0.746	0.637	0.447	0.279	0.059	Valid
	PV1	0.586	0.656	0.615	0.502	0.616	0.891	0.883	0.682	0.539	0.278	0.060	Valid
<i>Habit</i>	H1	0.637	0.653	0.620	0.509	0.626	0.743	0.892	0.699	0.474	0.181	0.060	Valid

	H2	0.5 58	0.5 88	0.5 45	0.4 96	0.5 93	0.6 58	0.8 44	0.5 83	0.4 22	0.2 14	0.06 0	Valid
	H3	0.5 48	0.5 84	0.5 79	0.4 50	0.5 86	0.7 16	0.8 87	0.5 90	0.4 27	0.2 03	0.06 0	Valid
	H4	0.6 51	0.6 67	0.6 53	0.5 90	0.6 66	0.6 91	0.8 48	0.6 70	0.4 70	0.2 60	0.06 0	Valid
<i>Personal Innovative ness</i>	PI1	0.5 56	0.5 44	0.4 94	0.4 67	0.5 82	0.6 70	0.6 12	0.8 03	0.5 21	0.2 06	0.06 0	Valid
	PI2	0.6 77	0.6 66	0.6 38	0.4 95	0.5 74	0.6 40	0.6 14	0.8 63	0.5 24	0.2 94	0.06 0	Valid
	PI3	0.5 72	0.5 89	0.5 77	0.4 80	0.5 68	0.5 93	0.5 95	0.8 43	0.4 58	0.2 01	0.06 0	Valid
	PI4	0.5 69	0.5 84	0.5 75	0.5 36	0.5 56	0.5 49	0.5 94	0.7 84	0.4 46	0.1 54	0.06 1	Valid
<i>Behavioral Intentions</i>	BI1	0.6 10	0.5 80	0.5 59	0.4 60	0.5 37	0.5 14	0.4 70	0.5 73	0.9 06	0.2 47	0.05 9	Valid
	BI2	0.5 84	0.5 49	0.5 45	0.4 54	0.4 48	0.4 92	0.4 66	0.4 99	0.9 06	0.3 41	0.05 9	Valid
<i>User Behavior</i>	UB1	0.2 72	0.2 56	0.2 08	0.1 46	0.1 82	0.2 30	0.1 53	0.2 45	0.2 56	0.7 15	0.06 0	Valid
	UB2	0.2 45	0.2 39	0.2 61	0.1 98	0.1 52	0.2 17	0.1 77	0.2 27	0.2 31	0.7 66	0.06 0	Valid
	UB3	0.3 92	0.3 24	0.2 47	0.3 03	0.3 31	0.2 19	0.2 24	0.2 97	0.1 57	0.7 21	0.06 0	Valid
	UB4	0.3 38	0.3 06	0.2 33	0.2 25	0.2 18	0.1 59	0.1 68	0.0 96	0.2 08	0.7 26	0.06 0	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel IV.14 hasil uji *loading factor* untuk mengevaluasi validitas konvergen dari indikator terhadap konstruk yang diukur, seperti *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, *habit*, *personal innovation*, *behavioral intentions* dan *user behavior*.

Melalui koefisien *loading factor*, tabel ini menggambarkan mayoritas indikator dari setiap konstruk mendemonstrasikan koefisien loading yang melebihi titik kritis yang ditetapkan, menandakan bahwa indikator tersebut valid dalam mencerminkan konstruk yang diukur.

2) Uji *Average Variance Extracted* (AVE)

Setelah memverifikasi setiap penanda dalam model, langkah evaluasi berikutnya adalah uji konvergensi. Uji ini menilai nilai AVE dari variabel tersembunyi, yang mencerminkan sejauh mana variabel tersebut mampu menjelaskan sebagian besar variasi dari kumpulan penanda yang ada. Nilai AVE yang diharapkan umumnya adalah lebih dari 0,5. Berikut hasil nilai AVE dari variabel tersembunyi yang telah diamati:

Tabel IV.15 Hasil Uji AVE

Variabel	AVE	Titik Kritis	Kesimpulan
<i>Performance Expectancy</i>	0.692	0,5	Reliabel
<i>Effort Expectancy</i>	0.701	0,5	Reliabel
<i>Social Influence</i>	0.753	0,5	Reliabel
<i>Facilitating Conditions</i>	0.734	0,5	Reliabel
<i>Hedonic Motivation</i>	0.684	0,5	Reliabel
<i>Price Value</i>	0.809	0,5	Reliabel
<i>Habit</i>	0.754	0,5	Reliabel
<i>Inovasi Personal</i>	0.679	0,5	Reliabel
<i>Behavioral Intentions</i>	0.821	0,5	Reliabel
<i>User Behavior</i>	0.536	0,5	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel IV.15 adalah hasil dari uji *Average Variance Extracted* (AVE) yang mengevaluasi seberapa baik variabel tersembunyi mampu menjelaskan variasi dari indikator yang ada dalam model. Hasil nilai AVE dari variabel seperti *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, *habit*, *personal innovation*, *behavioral intentions* dan *user behavior* menunjukkan nilai AVE yang cukup tinggi, melebihi nilai titik kritis yang ditetapkan pada 0,5. Hal ini

menandakan bahwa semua variabel tersebut reliabel dalam menjelaskan variasi dari kumpulan indikator yang terkait.

b. Uji Validitas Diskriminan

1) Uji Cross Loading

Uji Validitas Diskriminan, khususnya Uji Cross Loading, difokuskan pada perbedaan antara konstruk yang diukur dalam hubungan antar konstruk. Uji ini mengevaluasi sejauh mana indikator pada suatu konstruk menunjukkan korelasi yang lebih tinggi dengan konstruk lainnya, memastikan perbedaan antar konstruk yang terukur.

Tabel IV.16 Hasil Uji Cross Loading

Konstruk	Indikator	Nilai	Titik Kritis	Kesimpulan
<i>Performance Expectancy</i>	PE1	0.819	0.7	Baik
	PE2	0.819	0.7	Baik
	PE3	0.880	0.7	Baik
	PE4	0.823	0.7	Baik
	PE5	0.818	0.7	Baik
<i>Effort Expectancy</i>	EE1	0.812	0.7	Baik
	EE2	0.891	0.7	Baik
	EE3	0.863	0.7	Baik
	EE4	0.779	0.7	Baik
<i>Social Influence</i>	SI1	0.880	0.7	Baik
	SI2	0.895	0.7	Baik
	SI3	0.827	0.7	Baik
<i>Facilitating Conditions</i>	FC1	0.855	0.7	Baik
	FC2	0.894	0.7	Baik
	FC3	0.819	0.7	Baik

<i>Hedonic Motivation</i>	HM1	0.853	0.7	Baik
	HM2	0.872	0.7	Baik
	HM3	0.870	0.7	Baik
	HM4	0.702	0.7	Baik
<i>Price Value</i>	PV1	0.917	0.7	Baik
	Pv2	0.890	0.7	Baik
	PV3	0.891	0.7	Baik
<i>Habit</i>	H1	0.892	0.7	Baik
	H2	0.844	0.7	Baik
	H3	0.887	0.7	Baik
	H4	0.848	0.7	Baik
<i>Innovativeness</i>	PI1	0.803	0.7	Baik
	PI2	0.863	0.7	Baik
	PI3	0.843	0.7	Baik
	PI4	0.784	0.7	Baik
<i>Behavioral Intentions</i>	BI1	0.906	0.7	Baik
	BI2	0.906	0.7	Baik
<i>User Behavior</i>	UB1	0.715	0.7	Baik
	UB2	0.766	0.7	Baik
	UB3	0.721	0.7	Baik
	UB4	0.726	0.7	Baik

Sumber: Data diolah, 2024
Personal

dari Uji Cross Loading pada menunjukkan semua nilai dalam tabel tersebut menunjukkan hasil yang baik, di mana setiap indikator dari konstruk *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, *habit*, *inovasi personal*, *behavioral intentions* dan *user behavior* memiliki nilai korelasi yang memadai dengan konstruk lainnya, melebihi nilai titik kritis yang telah ditetapkan pada 0,7. Ini menegaskan bahwa indikator pada masing-masing konstruk memiliki korelasi yang lebih kuat

dengan konstruk yang seharusnya diukur daripada dengan konstruk lainnya, mengkonfirmasi perbedaan yang jelas antar konstruk yang terukur.

2) Uji *Fornell-Larcker Criterion*

Uji Validitas Diskriminan bertujuan membedakan seberapa jauh konstruk yang diukur berbeda dari konstruk lain dalam hubungan antar konstruk. Uji korelasi Fornell-Larcker, membantu memastikan bahwa varians konstruk yang diukur lebih dominan dibandingkan varians yang diukur oleh variabel lain. Uji ini juga mengevaluasi korelasi antara konstruk, memverifikasi bahwa varians konstruk lebih dominan daripada korelasi antar konstruk.

Tabel IV.17 Hasil Uji *Fornell-Larcker Criterion*

Indikator	PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB
PE	0.832									
EE	0.807	0.837								
SI	0.746	0.772	0.868							
FC	0.661	0.657	0.694	0.857						
HM	0.693	0.689	0.670	0.732	0.827					
PV	0.645	0.706	0.679	0.549	0.681	0.900				
H	0.689	0.717	0.690	0.588	0.711	0.809	0.868			
PI	0.721	0.724	0.694	0.599	0.691	0.744	0.732	0.824		
BI	0.659	0.623	0.609	0.504	0.544	0.555	0.516	0.592	0.906	
UB	0.424	0.383	0.324	0.297	0.300	0.281	0.247	0.262	0.324	0.732

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil Uji Fornell-Larcker Criterion menunjukkan evaluasi terhadap validitas diskriminan antara konstruk yang diukur. Tabel tersebut memperlihatkan korelasi antara setiap konstruk. Hasilnya menunjukkan bahwa nilai di diagonal utama lebih besar daripada nilai di luar diagonal utama. Hal ini mengindikasikan bahwa

konstruk memiliki varian yang lebih besar daripada korelasi antara konstruk lainnya, mengonfirmasi bahwa konstruk yang diukur berbeda secara signifikan dari konstruk lainnya dalam model tersebut.

c. Reliabilitas

Uji Reliabilitas (*Composite Reliability*) menilai keandalan dan konsistensi indikator dalam mengukur suatu konstruk. *Composite reliability* lebih disukai karena memperhitungkan bobot loading dan error measurement, dengan nilai di atas 0,70 menandakan reliabilitas yang baik dalam pengukuran konstruk.

Tabel IV.18 Hasil Uji *Composite Reliability*

Variabel	<i>Composite reliability</i>	Titik Kritis	Kesimpulan
<i>Performance Expectancy</i>	0.918	0,7	Reliabel
<i>Effort Expectancy</i>	0.904	0,7	Reliabel
<i>Social Influence</i>	0.901	0,7	Reliabel
<i>Facilitating Conditions</i>	0.892	0,7	Reliabel
<i>Hedonic Motivation</i>	0.896	0,7	Reliabel
<i>Price Value</i>	0.927	0,7	Reliabel
<i>Habit</i>	0.924	0,7	Reliabel
<i>Inovasi Personal</i>	0.894	0,7	Reliabel
<i>Behavioral Intentions</i>	0.902	0,7	Reliabel
<i>User Behavior</i>	0.822	0,7	Reliabel

Sumber: data diolah, 2024

Tabel IV.18 menampilkan hasil Uji *Composite Reliability* untuk setiap variabel dalam mengukur konstruk tertentu. Nilai *Composite reliability* yang tinggi seperti 0,918 untuk *performance expectancy*, 0,904 untuk *effort expectancy*, 0,901 untuk *social*

influence, 0,892 untuk *facilitating conditions*, 0,896 untuk *hedonic motivation*, 0,927 untuk *price value*, 0,924 untuk *habit*, 0,894 untuk *inovasi personal*, 0,902 untuk *behavioral intentions* dan 0,822 untuk *user behavior*.

2. Hasil Uji Inner Model

a. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

R-squared (R^2) mengukur seberapa besar variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Dalam penelitian ini, *behavioral intentions* dan *user behavior* merupakan variabel laten yang memiliki nilai R^2 . Terdapat tiga kriteria pengukuran Koefisien determinasi R^2 : tinggi (0,67), moderat (0,33), dan rendah (0,19). Berikut nilai-nilai R^2 yang relevan dalam penelitian ini.

Tabel IV.19 Hasil Pengukuran Koefisien Determinasi (R^2)

<i>Variabel</i>	Koefisien Determinasi	Nilai	Kriteria
<i>Behavioral Intentions</i>	R-square	0.740	Tinggi
	Adjust R-square	0.729	Tinggi
<i>User Behavior</i>	R-square	0.296	Rendah
	Adjust R-square	0.281	Rendah

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel IV.19 hasil Uji *R-squared* (R^2) menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,740 untuk *behavioral Intentions* menunjukkan bahwa sekitar 74% variasi dalam *behavioral intentions* dapat dijelaskan oleh variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*,

social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, habit, inovasi personal, behavioral intentions dan user behavior dalam model. Sementara itu, *Adjusted R-square* sebesar 0,729 mengindikasikan sekitar 72,9% variasi dapat dijelaskan oleh variabel independen setelah mempertimbangkan jumlah variabel independen yang digunakan dalam model.

Hasil Uji *R-squared* (R^2) menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,296 untuk *user behavior* menunjukkan bahwa sekitar 29,6% variasi dalam *behavioral intentions* dapat dijelaskan oleh variabel *facilitating conditions, habit, personal innovation, behavioral intentions dan user behavior* dalam model. Sementara itu, *Adjusted R-square* sebesar 0,281 mengindikasikan sekitar 28,1 % variasi dapat dijelaskan oleh variabel independen setelah mempertimbangkan jumlah variabel independen yang digunakan dalam model. Kedua nilai tersebut berada pada kategori tinggi dan rendah, menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan variasi dalam *behavioral intentions* dan *user behavior* meskipun tidak menjelaskan keseluruhan variabilitas.

b. Analisis *Predictive Relevance* (Q^2)

Predictive Relevance (Q^2) adalah ukuran seberapa baik hal itu dilakukan dalam memberikan hasil pada model penelitian. Nilai *Q-Square* (Q^2) berkisar antara 0 (nol) hingga 1 (satu), semakin

mendekati 0 nilai *Q-Square Predictive Relevance* (Q^2), memberikan indikasi bahwa model penelitian semakin buruk, sedangkan sebaliknya semakin jauh dari 0 (nol) dan semakin mendekati nilai 1 (satu), hal ini berarti model penelitian semakin baik.

Tabel IV.20
Nilai *Q-Predictive Relevance*

	Q^2
<i>Behavioral Intention</i>	0.507
<i>User Behavior</i>	0.296

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel IV.20 dapat diketahui bahwa variabel endogen dalam penelitian ini memiliki nilai $Q^2 > 0$. Hal tersebut menunjukkan bahwa model dalam penelitian ini memiliki *predictive relevance* yang baik.

c. Analisis Effect Size (f^2)

Effect size (f^2) mengukur seberapa besar variabel independen memengaruhi variabel dependen dalam model. Nilai f^2 menandakan sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, kategori f^2 dibagi menjadi tiga: $<0,02$ sebagai pengaruh lemah, $0,15$ sebagai pengaruh sedang, dan $>0,35$ sebagai pengaruh kuat. Berikut nilai-nilai f^2 dalam penelitian ini:

Tabel IV.21 Hasil Pengukuran *Effect size* (f^2)

Variabel	<i>Effect size</i> (f^2)	Kriteria
<i>Performance Expectancy</i>	0.363	<i>Big effect</i>
<i>Effort Expectancy</i>	0.021	<i>Low effect</i>
<i>Social Influence</i>	0.010	<i>Low Effect</i>
<i>Facilitating Conditions</i>	0.046	<i>Low effect</i>
<i>Hedonic Motivation</i>	0.011	<i>Low Effect</i>
<i>Price Value</i>	0.127	<i>Low Effect</i>
<i>Habit</i>	0.152	<i>Moderate Effect</i>
<i>Inovasi Personal</i>	0.101	<i>Low Effect</i>

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel IV.21 menunjukkan hasil pengukuran *Effect size* (f^2) untuk beberapa variabel dalam model. Hasil pengukuran *Effect size* (f^2) pada tabel menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam model. Variabel *performance expectancy* memiliki pengaruh besar, variabel *effort expectancy* memiliki pengaruh rendah, *social influence* memiliki pengaruh rendah, variabel *facilitating conditions* memiliki pengaruh rendah, *hedonic motivation* memiliki pengaruh rendah, variabel *price value* memiliki pengaruh rendah, variabel *habit* memiliki pengaruh sedang dan variabel *inovasi personal* memiliki pengaruh rendah.

d. Analisis GoodnessOf Fit (GoF)

Goodness of Fit (GoF) merupakan ukuran kecocokan suatu model. Semakin tinggi nilai GoF, semakin baik model tersebut cocok dengan data. Terdapat tiga kategori nilai GoF: $> 0,1$ (lemah), $> 0,25$ (moderat), dan $> 0,36$ (besar). Ketika nilai GoF besar, itu

menunjukkan kesesuaian yang baik antara model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*), menandakan validitas model. Nilai-nilai GoF diinterpretasikan dari hasil uji goodness of Fit pada data yang dianalisis.

Tabel IV.22 Hasil Pengukuran *Goodness of Fit* (GoF)

Variabel	Nilai GoF	Kriteria
<i>Behavioral Intentions</i>	0.609	<i>Big Effect</i>

Sumber: Data diolah, 2024

Dari tabel IV.22, variabel *behavioral intentions* memiliki nilai GoF sebesar 0,638 menunjukkan bahwa ada efek yang besar dalam penyesuaian model. Ini menandakan tingkat kesesuaian yang besar antara model yang dibuat dengan data yang diamati dalam konteks variabel *behavioral intentions*.

e. Analisis Hipotesis

Dalam penelitian ini, hipotesis diuji menggunakan analisis model menggunakan teknik PLS. Pengujian hipotesis dilakukan pada tingkat signifikansi 0,05 dengan pendekatan satu arah (1-tailed). Detail dari hasil pengujian hipotesis ini akan dipaparkan dalam tabel yang akan disajikan berikut:

Tabel IV.23 Hasil Analisis Hipotesis

No	Hipotesis	<i>Path Coefficient</i>	<i>P-Values</i>	Keterangan
1	X1→Y	0.508	<0.001	Terkonfirmasi
2	X2→Y	0.031	0.331	Tidak Terkonfirmasi
3	X3→Y	0.016	0.410	Tidak Terkonfirmasi

4	X4→Y	-0.083	0.117	Tidak Terkonfirmasi
5	X5→Y	0.017	0.405	Tidak Terkonfirmasi
6	X6→Y	0.200	0.002	Terkonfirmasi
7	X7→Y	0.248	<0.001	Terkonfirmasi
8	X8→Y	0.152	0.014	Terkonfirmasi
9	Y→Z	0.293	<0.001	Terkonfirmasi
10	X4→Z	0.234	<0.001	Terkonfirmasi
11	X7→Z	0.136	0.024	Terkonfirmasi
12	X8→Z	0.104	0.068	Tidak Terkonfirmasi
13	X4→Y→Z	-0.024	0.312	Tidak ada Mediasi
14	X7→Y→Z	0.073	0.071	Tidak ada Mediasi
15	X8→Y→Z	0.045	0.185	Tidak ada Mediasi

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji hipotesis, maka dapat disimpulkan hasil analisis hipotesis sebagai berikut:

Jika P-value < 0,05 maka hipotesis terkonfirmasi,

Jika P-value > 0,05 maka hipotesis tidak terkonfirmasi sebagai berikut:

- 1) Pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara

Berdasarkan hasil estimasi pada tabel IV.23 diatas, hubungan antara *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara memiliki nilai *p-value* sebesar <0.001 (<0,05) sehingga hipotesis (H1) yaitu *performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* didukung oleh data penelitian ini. Berdasarkan nilai koefisien sebesar 0,508 dapat disimpulkan

bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Dengan demikian hipotesis pertama terkonfirmasi dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy* terbukti secara signifikan dapat meningkatkan *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara. Pengguna dengan ekspektasi kinerja yang tinggi cenderung lebih cenderung untuk menggunakan *mobile banking* secara berkelanjutan. Keyakinan mereka akan manfaat dan kinerja teknologi akan membantu mempertahankan niat untuk menggunakan *mobile banking* perbankan syariah dari waktu ke waktu.

- 2) Pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara.

Hasil estimasi parameter menunjukkan bahwa hubungan antara *effort expectancy* dan *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara memiliki nilai *p-value* sebesar 0,331 ($>0,05$) sehingga hipotesis (H2) yaitu *effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* tidak didukung oleh data penelitian ini.

Dengan demikian hipotesis kedua tidak terkonfirmasi dalam penelitian ini.

Hasil temuan ini menunjukkan bahwa *effort expectancy* tidak terbukti dapat meningkatkan *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara. Pengguna mungkin memiliki tingkat pengalaman yang berbeda dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Mungkin pengguna yang lebih berpengalaman menganggap *effort expectancy* sebagai hal yang tidak relevan karena mereka telah mengatasi hambatan tersebut dalam pengalaman penggunaan sebelumnya.

- 3) Pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara

Hasil estimasi parameter menunjukkan bahwa hubungan antara *social influence* dan *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara memiliki nilai *p-value* sebesar 0,410 ($>0,05$) sehingga hipotesis (H3) yaitu *social influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* tidak didukung oleh data penelitian ini. Dengan demikian hipotesis ketiga tidak terkonfirmasi dalam penelitian ini.

- 4) Pengaruh *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara

Hasil estimasi parameter menunjukkan bahwa hubungan antara *facilitating conditions* dan *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara memiliki nilai *p-value* sebesar 0,117 ($>0,05$) sehingga hipotesis (H4) yaitu *social influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* tidak didukung oleh data penelitian ini. Dengan demikian hipotesis keempat tidak terkonfirmasi dalam penelitian ini.

- 5) Pengaruh *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara

Hasil estimasi parameter menunjukkan bahwa hubungan antara *hedonic motivation* dan *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara memiliki nilai *p-value* sebesar 0,405 ($>0,05$) sehingga hipotesis (H5) yaitu *hedonic motivation* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* tidak didukung oleh data penelitian ini. Dengan demikian hipotesis kelima tidak terkonfirmasi dalam penelitian ini.

6) Pengaruh *price value* terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara

Berdasarkan hasil estimasi parameter hubungan antara *price value* terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara memiliki nilai *p-value* sebesar <0.001 ($<0,05$) sehingga hipotesis (H6) yaitu *price value* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* didukung oleh data penelitian ini. Berdasarkan nilai koefisien sebesar 0,200 dapat disimpulkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Dengan demikian hipotesis keenam terkonfirmasi dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *price value* terbukti secara signifikan dapat meningkatkan *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara. Jika pengguna percaya bahwa manfaat yang mereka dapatkan dari *mobile banking* (seperti kenyamanan, aksesibilitas, dan efisiensi) melebihi biaya yang mereka bayar, maka mereka lebih cenderung untuk memiliki niat yang tinggi untuk menggunakan layanan tersebut. Jika pengguna percaya bahwa biaya yang terkait dengan penggunaan *mobile banking* relatif

rendah atau bahkan gratis, hal ini dapat meningkatkan niat mereka untuk mengadopsi layanan tersebut.

7) Pengaruh *habit* terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara

Berdasarkan hasil estimasi parameter hubungan antara *habit* terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara memiliki nilai *p-value* sebesar $<0,001$ ($<0,05$) sehingga hipotesis (H7) yaitu *habit* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* didukung oleh data penelitian ini. Berdasarkan nilai koefisien sebesar 0,293 dapat disimpulkan bahwa *habit* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Dengan demikian hipotesis ketujuh terkonfirmasi dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *price value* terbukti secara signifikan dapat meningkatkan *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara. Penggunaan *mobile banking* sering kali menjadi kebiasaan karena kemudahan dan kenyamanannya. Pengguna dapat dengan mudah melakukan transaksi keuangan kapan saja dan di mana saja menggunakan perangkat *mobile* mereka, tanpa harus pergi ke bank atau ATM. Kebiasaan ini terbentuk karena pengguna

merasakan manfaat dari kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan oleh mobile banking.

- 8) Pengaruh *personal innovations* terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara

Berdasarkan hasil estimasi parameter hubungan antara *personal innovations* terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara memiliki nilai *p-value* sebesar 0,014 ($<0,05$) sehingga hipotesis (H8) yaitu *personal innovations* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* didukung oleh data penelitian ini. Berdasarkan nilai koefisien sebesar 0,152 dapat disimpulkan bahwa *personal innovations* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Dengan demikian hipotesis kedelapan terkonfirmasi dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal innovations* terbukti secara signifikan dapat meningkatkan *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara. Pengguna yang memiliki tingkat inovasi personal yang tinggi cenderung tertarik pada teknologi baru dan inovasi dalam industri perbankan. Mereka lebih terbuka terhadap mencoba layanan-layanan baru seperti mobile banking dan

memiliki keinginan yang kuat untuk mengadopsinya. Individu yang cenderung inovatif secara personal sering memiliki keinginan untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan dalam kehidupan sehari-hari.

- 9) Pengaruh *behavioral intention* terhadap *user behaviour* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara

Berdasarkan hasil estimasi parameter hubungan antara *behavioral intention* terhadap *user behaviour* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara memiliki nilai *p-value* sebesar $<0,001$ ($<0,05$) sehingga hipotesis (H9) yaitu *behavioral intention* berpengaruh positif terhadap *user behaviour* didukung oleh data penelitian ini. Berdasarkan nilai koefisien sebesar 0,293 dapat disimpulkan bahwa *behavioral intention* berpengaruh positif terhadap *user behaviour*. Dengan demikian hipotesis kesembilan terkonfirmasi dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *behavioral intention* terbukti secara signifikan dapat meningkatkan *user behaviour* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara. Dalam UTAUT-3, *behavioral intention* memiliki pengaruh langsung terhadap *user behavior*. Ini berarti bahwa

semakin kuat niat perilaku yang dimiliki oleh individu untuk menggunakan mobile banking perbankan syariah, semakin tinggi pula kemungkinan mereka untuk melakukan perilaku yang sesuai dengan niat tersebut.

10) Pengaruh *facilitating conditions* terhadap *user behaviour* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara

Berdasarkan hasil estimasi parameter hubungan antara *facilitating conditions* terhadap *user behaviour* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara memiliki nilai *p-value* sebesar <0.001 ($<0,05$) sehingga hipotesis (H10) yaitu *facilitating conditions* berpengaruh positif terhadap *user behaviour* didukung oleh data penelitian ini. Berdasarkan nilai koefisien sebesar 0,234 dapat disimpulkan bahwa *facilitating conditions* berpengaruh positif terhadap *user behaviour*. Dengan demikian hipotesis kesepuluh terkonfirmasi dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *facilitating conditions* terbukti secara signifikan dapat meningkatkan *user behaviour* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara. *Facilitating conditions* juga mencakup kemudahan akses dan penggunaan teknologi. Jika pengguna merasa bahwa

akses ke layanan mobile banking mudah dan nyaman, mereka lebih cenderung untuk menggunakan layanan tersebut secara aktif.

11) Pengaruh *habit* terhadap *user behaviour* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara

Berdasarkan hasil estimasi parameter hubungan antara *habit* terhadap *user behaviour* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara memiliki nilai *p-value* sebesar 0,024 ($<0,05$) sehingga hipotesis (H11) yaitu *habit* berpengaruh positif terhadap *user behaviour* didukung oleh data penelitian ini. Berdasarkan nilai koefisien sebesar 0,136 dapat disimpulkan bahwa *habit* berpengaruh positif terhadap *user behaviour*. Dengan demikian hipotesis kesebelas terkonfirmasi dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *habit* terbukti secara signifikan dapat meningkatkan *user behaviour* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara. Dalam UTAUT-3, *habit* memiliki pengaruh langsung terhadap *user behavior*. Ini berarti bahwa semakin kuat *habit* yang dimiliki oleh pengguna dalam menggunakan mobile banking perbankan syariah, semakin tinggi pula kemungkinan mereka untuk melakukan perilaku penggunaan teknologi tersebut secara konsisten dan berulang.

12) Pengaruh *personal innovations* terhadap *user behaviour* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara

Hasil estimasi parameter menunjukkan bahwa hubungan antara *personal innovations* dan *user behaviour* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara memiliki nilai *p-value* sebesar 0,068 ($>0,05$) sehingga hipotesis (H12) yaitu *personal innovations* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* tidak didukung oleh data penelitian ini. Dengan demikian hipotesis kedua belas tidak terkonfirmasi dalam penelitian ini.

13) *Behavioral intention* memediasi *facilitating conditions* terhadap *user behaviour* mobile banking perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara

Pengambilan keputusan untuk hipotesis ketiga belas dilakukan melalui analisis mediasi. Hasil perhitungan statistik dengan *p-value* 0,312 ($>0,05$) dan nilai koefisien sebesar -0,024. Hal ini berarti hipotesis (H13) yaitu *behavioral intention* tidak memediasi *facilitating conditions* terhadap *user behaviour* mobile banking perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara tidak didukung oleh data dalam penelitian ini. Dengan demikian hipotesis ketiga belas tidak terkonfirmasi dalam penelitian ini.

14) *Behavioral intention* memediasi kabupaten *habit* terhadap *user behaviour* mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara

Pengambilan keputusan untuk hipotesis keempat belas dilakukan melalui analisis mediasi. Hasil perhitungan statistik dengan *p-value* 0,071 ($>0,05$) dan nilai koefisien sebesar 0,073. Hal ini berarti hipotesis (H14) yaitu *behavioral intention* tidak memediasi *habit* terhadap *user behaviour* mobile banking perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara tidak didukung oleh data dalam penelitian ini. Dengan demikian hipotesis keempat belas tidak terkonfirmasi dalam penelitian ini.

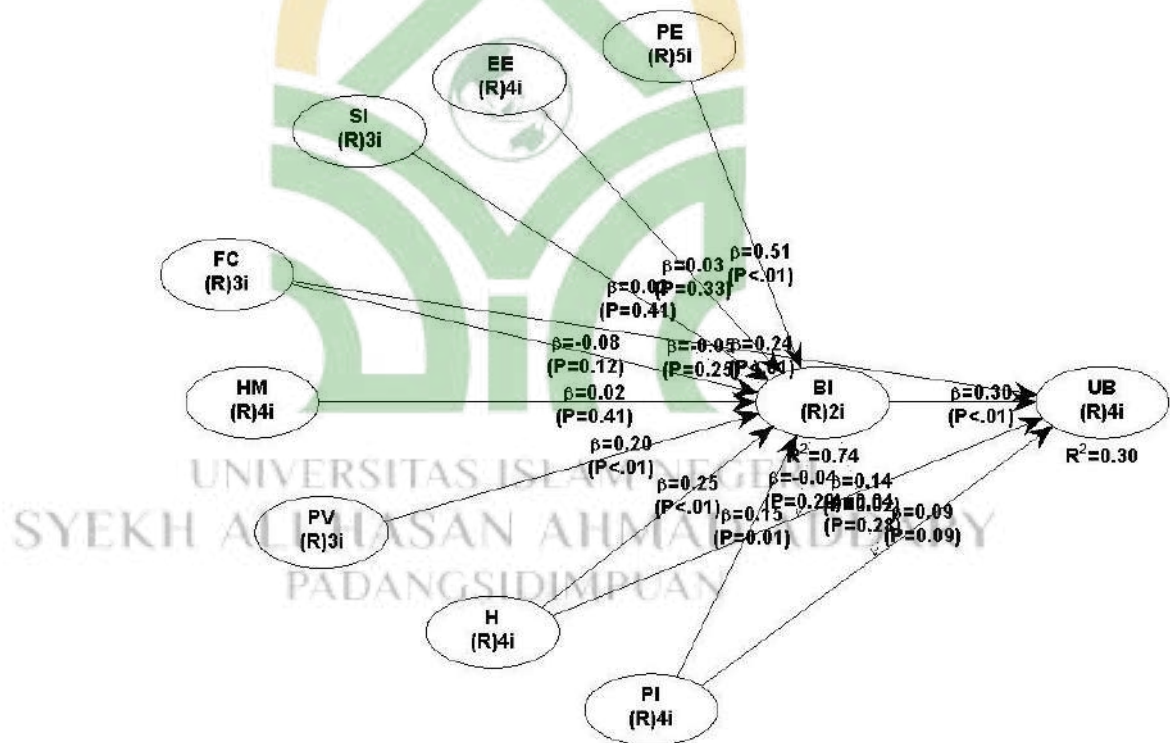
15) *Behavioral intention* memediasi *personal innovations* terhadap *user behaviour* mobile banking perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara

Pengambilan keputusan untuk hipotesis kelima belas dilakukan melalui analisis mediasi. Hasil perhitungan statistik dengan *p-value* 0,185 ($>0,05$) dan nilai koefisien sebesar 0,045. Hal ini berarti hipotesis (H15) yaitu *behavioral intention* tidak memediasi *personal innovations* terhadap *user behaviour* mobile banking perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara tidak didukung oleh data dalam penelitian ini. Dengan demikian hipotesis kelima belas tidak terkonfirmasi dalam penelitian ini.

f. Model Struktural Penelitian

Inner model adalah penilaian terhadap persamaan struktural yang timbul dari suatu model. Jumlah persamaan struktural yang terbentuk bergantung pada tingkat kompleksitas model yang disusun. Semakin rumit modelnya, semakin banyak pula persamaan struktural yang muncul. Dalam konteks penelitian ini, dijelaskan model struktural yang digunakan sebagai berikut:

Gambar IV.1 Model Struktural Penelitian



Berdasarkan hasil uji *inner model*, maka dapat disimpulkan model struktural dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned}
 BI = & 0,508 PE + 0,031 EE + 0,016 SI - 0,083 FC + \\
 & 0,017 HM + 0,200 PV + 0,248 HB + 0,152 PI + \\
 & 0,293 UB + e \dots\dots\dots(i)
 \end{aligned}$$

$$UB = 0,234 FC + 0,136 HB + 0,104 PI + e \dots\dots\dots(ii)$$

- 1) Jika *performance expectancy* mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan kenaikan *behavioral intention* sebesar 0,508 jika variabel lainnya dianggap konstan.
- 2) Jika *effort expectancy* mengalami penurunan sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan penurunan *behavioral intention* sebesar 0,031 jika variabel lainnya dianggap konstan.
- 3) Jika *social influence* mengalami penurunan sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan penurunan *behavioral intention* sebesar 0,016 jika variabel lainnya dianggap konstan.
- 4) Jika *facilitating* mengalami penurunan sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan penurunan *behavioral intention* sebesar -0,083 jika variabel lainnya dianggap konstan.
- 5) Jika *hedonic motivation* mengalami penurunan sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan penurunan *behavioral intention* sebesar 0,017 jika variabel lainnya dianggap konstan.

- 6) Jika *price value* mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan kenaikan *behavioral intention* sebesar 0,200 jika variabel lainnya dianggap konstan.
- 7) Jika *habit* mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan kenaikan *behavioral intention* sebesar 0,248 jika variabel lainnya dianggap konstan.
- 8) Jika *personal innovation* mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan kenaikan *behavioral intention* sebesar 0,152 jika variabel lainnya dianggap konstan.
- 9) Jika *behavioral intentions* mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan kenaikan *user behaviour* sebesar 0,293 jika variabel lainnya dianggap konstan.
- 10) Jika *facilitating conditions* mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan kenaikan *user behaviour* sebesar 0,234 jika variabel lainnya dianggap konstan.
- 11) Jika *habit* mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan kenaikan *user behaviour* sebesar 0,136 jika variabel lainnya dianggap konstan.
- 12) Jika *personal innovation* mengalami penurunan sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan penurunan *user behaviour* sebesar 0,104 jika variabel lainnya dianggap konstan.

- 13) Jika *facilitating conditions* dimediasi *behavioral intentions* mengalami penurunan sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan penurunan *user behaviour* sebesar -0,024 jika variabel lainnya dianggap konstan.
- 14) Jika *habit* dimediasi *behavioral intentions* mengalami penurunan sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan penurunan *user behavior* sebesar 0,073 jika variabel lainnya dianggap konstan.
- 15) Jika *personal innovation* dimediasi *behavioral intentions* mengalami penurunan sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan penurunan *user behaviour* sebesar 0,045 jika variabel lainnya dianggap konstan.

3. Pembahasan Hasil Penelitian

a. Pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara

Dalam konteks UTAUT dan UTAUT-3, ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) adalah faktor yang mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan teknologi. Ekspektasi kinerja mengacu pada persepsi individu tentang sejauh mana penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja mereka dalam melakukan tugas-tugas tertentu. Menurut UTAUT dan UTAUT-3, semakin tinggi ekspektasi kinerja yang dirasakan oleh pengguna terhadap *mobile banking*

perbankan syariah, semakin tinggi pula kemungkinan mereka memiliki niat untuk menggunakannya.¹¹⁷ Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi pengguna tentang kemampuan aplikasi mobile banking untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan dalam melakukan transaksi keuangan syariah akan mempengaruhi seberapa besar mereka berniat untuk mengadopsinya.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara. Jika pengguna memiliki ekspektasi kinerja yang tinggi terhadap mobile banking syariah, mereka cenderung memiliki niat yang lebih positif untuk menggunakan layanan tersebut. Ekspektasi kinerja yang positif membuat pengguna yakin bahwa penggunaan mobile banking akan memberikan manfaat yang signifikan dalam mengelola keuangan mereka dengan cara yang sesuai dengan prinsip syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian oleh Salimon dkk menunjukkan bahwa *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* dalam adopsi *m-commerce* pada UKM

¹¹⁷ Venkatesh et al., "User Acceptance of Information Technology."

Malaysia¹¹⁸ dan Panjaitan dkk¹¹⁹, menunjukkan bahwa variabel seperti ekspektasi kinerja, memiliki dampak yang signifikan terhadap niat dan perilaku adopsi teknologi. Hasil ini membantu memahami preferensi pengguna, strategi perbankan, dan kebutuhan pengguna dalam meningkatkan kinerja mobile banking.

Hasil penelitian Sholihah, dkk, juga menunjukkan bahwa *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* adopsi mobile banking BSI. Utari, dkk¹²⁰ juga menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja terhadap niat perilaku untuk menggunakan pembayaran zakat digital. Pengguna dengan ekspektasi kinerja yang tinggi cenderung lebih cenderung untuk menggunakan mobile banking secara berkelanjutan. Keyakinan mereka akan manfaat dan kinerja teknologi akan membantu mempertahankan niat untuk menggunakan mobile banking perbankan syariah dari waktu ke waktu.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan antara *performance expectancy* dengan *behavioral intentions* pada nasabah

¹¹⁸ Maruf Gbadebo Salimon et al., “Malaysian SMEs M-Commerce Adoption: TAM 3, UTAUT 2 and TOE Approach,” *Journal of Science and Technology Policy Management* 14, no. 1 (February 9, 2023): 98–126, <https://doi.org/10.1108/JSTPM-06-2019-0060>.

¹¹⁹ Sintya Lasma Putri Br Panjaitan, Stevi Chartinie Valiyenty, and Ignatius Edward Riantono, “User’s Acceptance and Intention of Blockchain Technology with UTAUT 3 Model: Beneficial or Detrimental in the Indonesian Banking Industry,” in *2023 IEEE 13th International Conference on Control System, Computing and Engineering (ICCSCE)* (2023 IEEE 13th International Conference on Control System, Computing and Engineering (ICCSCE), Penang, Malaysia: IEEE, 2023), 89–94, <https://doi.org/10.1109/ICCSCE58721.2023.10237147>.

¹²⁰ Utari Evy Cahyani, Dia Purnama Sari, and Ahmad Afandi, “Determinant of Behavioral Intention to Use Digital Zakat Payment: The Moderating Role of Knowledge of Zakat.”

bank syariah yang menggunakan mobile banking bank syariah di Padang Lawas Utara. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna mobile banking bank syariah memiliki waktu yang lebih banyak dengan adanya bantuan mobile banking, dengan demikian pengguna mobile banking tersebut dapat mengerjakan aktifitas lainnya yang berkaitan dengan kemampuan pengguna tersebut dan dapat melakukan pekerjaannya dengan lebih baik lagi dengan adanya waktu yang lebih banyak. Fitur yang sederhana membuat mobile banking pada bank syariah melalui ponsel sangat mudah untuk dimengerti. Semua instruksi diberikan secara mudah dan rinci sehingga efektif dari segi biaya.

Di masa sekarang ini, penggunaan mobile banking memang nyatanya telah membuat nasabah di beberapa segmen telah terbantu dalam hal mengelola setiap transaksi keuangan guna menciptakan kinerja yang lebih baik. Penggunaan alternatif lain seperti layanan mobile banking pun menjadi hal yang lebih ideal, praktis, dan cepat guna meningkatkan kinerja nasabah di beberapa segmen dalam menggunakan layanan perbankan syariahnya.

b. Pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara

Dalam UTAUT-3, ekspektasi usaha memiliki pengaruh langsung terhadap niat untuk menggunakan teknologi. Ini berarti bahwa semakin rendah ekspektasi usaha yang dirasakan oleh pengguna terhadap *mobile banking* perbankan syariah, semakin tinggi pula kemungkinan mereka memiliki niat yang kuat untuk menggunakannya. Dengan kata lain, jika pengguna merasa bahwa usaha yang diperlukan untuk menggunakan *mobile banking* perbankan syariah adalah rendah, mereka cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk menggunakannya. Sebaliknya, jika ekspektasi usaha tinggi, maka niat untuk menggunakan *mobile banking* perbankan syariah mungkin lebih rendah.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara. Jika pengguna yakin bahwa manfaat yang diperoleh dari menggunakan teknologi tersebut sebanding dengan usaha yang diperlukan, maka mereka mungkin tetap memiliki niat untuk menggunakan teknologi

tersebut meskipun *effort expectancy* rendah.¹²¹ Ketika pengguna telah memiliki pengalaman positif dengan tersebut, mereka mungkin tidak mempertimbangkan *effort expectancy* secara signifikan karena percaya bahwa penggunaan teknologi tersebut tidak akan memerlukan usaha yang berlebihan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Chaidir, dkk,¹²² menunjukkan bahwa ekspektasi usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku menggunakan *m-banking*. Panjaitan, dkk¹²³ menunjukkan bahwa ekspektasi usaha tidak berpengaruh terhadap niat berperilaku. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak adanya hubungan antara *effort expectancy* dengan *behavioral intention*. Ekspektasi usaha dalam menggunakan suatu sistem baru perbankan syariah belum tentu mudah diterima dan digunakan dengan baik oleh beberapa nasabah bank syariah di suatu daerah tertentu. Ada kalanya aplikasi mobile banking mengalami masalah saat akan digunakan oleh nasabah bank syariah. Misalnya saja, akses internet yang terganggu karena cuaca dan *maintenance* yang cukup sering terjadi, tak bisa melakukan akses masuk mobile

¹²¹ Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology."

¹²² Taufiq Chaidir, Ihsan Ro'is, and Akhmad Jufri, "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* 3, no. 1 (April 22, 2021): 61–76, <https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i1.37>.

¹²³ Panjaitan, Valiyenty, and Riantono, "User's Acceptance and Intention of Blockchain Technology with UTAUT 3 Model," 2023.

banking (login), kendala transfer uang ataupun kendala pembayaran tagihan.

c. Pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara

Pengaruh sosial menunjukkan sejauh mana individu memandang bahwa orang lain penting baginya dalam menggunakan sistem baru. Pengaruh orang lain menentukan dalam penggunaan sistem baru. Semakin banyak sistem digunakan oleh banyak orang maka dorongan individu untuk menggunakan semakin besar. Tidak terkecuali di kantor. Semakin banyak rekan kerja yang sudah bisa dan terbiasa menggunakan, maka individu yang belum bisa akan lebih termotivasi untuk dapat menggunakan sistem tersebut.¹²⁴ Dalam konteks penggunaan mobile banking perbankan syariah, *social influence* dapat diartikan sebagai faktor-faktor sosial atau lingkungan yang mempengaruhi keputusan individu untuk menggunakan layanan tersebut. Ini mungkin termasuk norma sosial dalam masyarakat terkait penggunaan layanan keuangan syariah, pengaruh dari lingkungan sekitar, atau dukungan dari keluarga dan teman.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *social influence* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile*

¹²⁴ Venkatesh et al., “User Acceptance of Information Technology.”

banking perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara. Keputusan untuk menggunakan mobile banking sering kali dipengaruhi oleh pengalaman pribadi dengan layanan tersebut, bukan hanya oleh rekomendasi atau penggunaan oleh orang lain. Jika seseorang memiliki pengalaman positif dengan mobile banking dan merasa nyaman dengan teknologi tersebut, mereka mungkin lebih cenderung untuk menggunakan layanan tersebut tanpa memperhitungkan norma sosial. Keputusan terkait dengan keuangan pribadi seringkali dipandang sebagai hal yang sangat pribadi dan sensitif. Meskipun ada pengaruh sosial dari orang lain, keputusan untuk menggunakan mobile banking dapat lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor pribadi seperti kebutuhan, preferensi, dan keamanan finansial.¹²⁵

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Javed Sarfaraz¹²⁶, menunjukkan bahwa kondisi sosial tidak berpengaruh terhadap niat berperilaku adopsi layanan *mobile banking* di Tiongkok. Panjaitan, dkk¹²⁷ juga menunjukkan bahwa kondisi sosial tidak berpengaruh terhadap niat berperilaku teknologi *blockchain*.

¹²⁵ Venkatesh, Thong, and Xu, "Consumer Acceptance and Use of Information Technology."

¹²⁶ Javed Sarfaraz, "UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT) MODEL-MOBILE BANKING March 2018," *Journal of Internet Banking and Commerce* 22, no. 3 (2017): 1–16.

¹²⁷ Panjaitan, Valiyenty, and Riantono, "User's Acceptance and Intention of Blockchain Technology with UTAUT 3 Model," 2023.

Gunasinghe, dkk¹²⁸ menunjukkan bahwa bukan merupakan penentu signifikan penerimaan VLE.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak adanya hubungan antara *social influence* dengan *behavioral intention*. Banyaknya jumlah penduduk Muslim di Padang Lawas Utara belum tentu menjadi pasar yang baik bagi perbankan syariah untuk mempromosikan produk-produk perbankan mereka. Selain itu, kurangnya pemahaman penggunaan teknologi perbankan syariah di Padang Lawas Utara juga menjadi salah satu faktor utama dalam pengaruh sosial yang mudah diterima suatu individu untuk menggunakan suatu teknologi, seperti Mobile Banking. Kemampuan Literasi Media juga berguna bagi Nasabah dalam menentukan kebutuhan dalam menggunakan aplikasi mobile banking dari bank syariah mana yang paling sesuai dengan kemampuannya dalam mengelolah, menggunakan, menganalisis dan mengevaluasi sebuah informasi dalam menggunakan media elektronik yang ditawarkan oleh Bank penerbit. Hal ini yang menjadi tugas bersama untuk meningkatkan literasi dan inklusi keuangan Syariah. Masyarakat yang kesulitan memperoleh informasi mengenai keuangan syariah seharusnya diberikan berbagai perbekalan pengetahuan mengenai

¹²⁸ Gunasinghe et al., "The Adequacy of UTAUT-3 in Interpreting Academician's Adoption to e-Learning in Higher Education Environments," November 22, 2019.

perbankan syariah dalam pengelolaan keuangannya, baik melalui jalur pendidikan umum ataupun media yang saat ini kian digemari oleh generasi milenial Indonesia.

d. Pengaruh *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara

Dalam konteks penggunaan mobile banking perbankan syariah, *facilitating conditions* dapat diartikan sebagai faktor-faktor yang ada dalam lingkungan pengguna dan dapat memfasilitasi atau menghambat kemampuan mereka untuk menggunakan layanan mobile banking. Ini mencakup akses ke infrastruktur teknologi yang diperlukan (seperti sinyal internet yang baik), dukungan dari lembaga perbankan syariah, tingkat literasi digital, dan ketersediaan pelatihan atau bantuan teknis untuk pengguna.¹²⁹

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *facilitating conditions* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara. Pengguna mobile banking mungkin memiliki kekhawatiran terkait risiko keamanan dan privasi dalam menggunakan teknologi tersebut. Meskipun *facilitating conditions* seperti ketersediaan perangkat dan akses internet memang penting, namun jika pengguna memiliki

¹²⁹ Venkatesh, Thong, and Xu, "Consumer Acceptance and Use of Information Technology."

persepsi risiko yang tinggi, mereka mungkin khawatir mengadopsi teknologi tersebut meskipun kondisi fasilitasi sudah memadai. Keyakinan diri (*self-efficacy*) pengguna dalam menggunakan teknologi mobile banking juga dapat mempengaruhi *behavioral intention* mereka.¹³⁰ Meskipun kondisi fasilitasi mungkin memadai, namun jika pengguna merasa tidak percaya diri atau tidak mampu menggunakan teknologi tersebut, maka mereka mungkin tidak memiliki niat untuk mengadopsinya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Panjaitan, dkk¹³¹ menunjukkan bahwa kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh terhadap niat berperilaku teknologi *blockchain*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan antara *facilitating conditions* dengan *behavioral intention*. Dengan kata lain, semakin kurang fasilitas yang tersedia nasabah atau yang dimiliki oleh bank syariah maka semakin rendah pula minat pengguna mobile banking untuk menggunakan teknologi tersebut.

¹³⁰ Ali Abdullah Alalwan, Yogesh Kumar Dwivedi, and Michael D. Williams, "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* 30, no. 6 (2017): 807–32.

¹³¹ Panjaitan, Valiyenty, and Riantono, "User's Acceptance and Intention of Blockchain Technology with UTAUT 3 Model," 2023.

e. Pengaruh *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara

Proses motivasi hedonis muncul ketika orang menyadari akan kebutuhannya yang belum terpenuhi. Menurut Solomon dkk, sifat hedonis dari konsumen merupakan salah satu aspek terpenting untuk membentuk pembelian secara impulsif.¹³² Saat pelanggan sudah memiliki rasa senang dan gembira saat membeli sebuah produk, maka pembelian secara tidak terencana dapat timbul secara sendirinya. Motif untuk memenuhi kebutuhan hedonis dipengaruhi oleh emosi yang berkaitan dengan perasaan, baik itu keindahan, gengsi, atau perasaan lain seperti marah, dan iba. Motif belanja hedonis yang didasarkan pada kebutuhan hedonis yaitu kebutuhan pengalaman yang menyenangkan pada saat berbelanja dan pembelian impulsif yang dilakukan secara spontan, keduanya sama-sama melibatkan aspek emosional yaitu aspek yang berkaitan dengan perasaan, keindahan, gengsi, dan lain sebagainya.

Dalam hasil penelitian ini *hedonic motivation* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang

¹³² Michael R. Solomon, Gary J. Bamossy, and Søren Askegaard, *Consumer Behaviour: A European Perspective*, Nachdr. (New York Munich: Prentice Hall Europe, 2000).

Lawas Utara. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kambiz Heidarzadeh Hanzaee, dkk¹³³ yang menyebutkan bahwa tidak terdapat pengaruh motivasi hedonis terhadap Niat Berperilaku, menurutnya nilai utilitarian menunjukkan pengaruh yang lebih besar terhadap niat berperilaku daripada nilai hedonis. Begitu pula dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Panjaitan, dkk¹³⁴ yang menyebutkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel motivasi hedonis terhadap niat berperilaku.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak adanya hubungan antara *hedonic motivation* dengan *behavioral intention*. Sikap hedonis ini dapat mempengaruhi nasabah dalam menggunakan aplikasi mobile banking apabila sistem digitalisasi, promosi payment, dan kolaborasi dengan *fintech* dan *e-commerce* berjalan dengan baik, seperti halnya dengan nasabah bank konvensional yang telah banyak memanjakan nasabah dengan beragam program dan promosi yang menggiurkan nasabah untuk berbelanja melalui mobile banking nya. Pengembangan digital juga tidak hanya dilakukan pada bisnis proses maupun aplikasi

¹³³ Kambiz Heidarzadeh Hanzaee and Arezu Javanbakht, "The Effects of Shopping Environment on Consumption Emotions, Perceived Values and Behavioral Intentions," *Management Science Letters*, September 1, 2013, 2501–12, <https://doi.org/10.5267/j.msl.2013.08.012>.

¹³⁴ Panjaitan, Valiyenty, and Riantono, "User's Acceptance and Intention of Blockchain Technology with UTAUT 3 Model," 2023.

mobile banking, tetapi juga melalui kolaborasi dengan *fintech* dan *e-commerce*.

f. Pengaruh *price value* terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara

Dalam konteks penggunaan mobile banking perbankan syariah, *price value* atau nilai harga dapat diinterpretasikan sebagai persepsi pengguna tentang hubungan antara biaya penggunaan mobile banking dan manfaat yang mereka terima dari layanan tersebut. Ini mencakup biaya langsung seperti biaya transaksi atau biaya administrasi, serta biaya tidak langsung seperti waktu dan upaya yang diperlukan untuk menggunakan aplikasi. *Price Value* didefinisikan sebagai pertukaran antara kognitif pengguna dengan manfaat yang dirasakan dari aplikasi dan biaya moneter untuk menggunakannya. Terdapat 2 dimensi dalam *Price Value*, yaitu *reasonable* yang berarti sistem memiliki harga yang masuk akal, dan *worth-it* yang berarti nilai yang didapat dari menggunakan sistem sebanding dengan harga yang dibayarkan.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *price value* berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara. Pengguna mobile banking mempertimbangkan manfaat yang mereka peroleh dari penggunaan layanan tersebut dalam kaitannya dengan

biaya yang mereka bayar. Jika pengguna percaya bahwa manfaat yang mereka dapatkan dari mobile banking (seperti kenyamanan, aksesibilitas, dan efisiensi) melebihi biaya yang mereka bayar, maka mereka lebih cenderung untuk memiliki niat yang tinggi untuk menggunakan layanan tersebut. Jika pengguna percaya bahwa biaya yang terkait dengan penggunaan mobile banking relatif rendah atau bahkan gratis, hal ini dapat meningkatkan niat mereka untuk mengadopsi layanan tersebut.¹³⁵ Banyak bank menawarkan layanan mobile banking kepada pelanggan mereka tanpa biaya tambahan, atau dengan biaya yang sangat kecil, sehingga persepsi biaya rendah dapat menjadi pendorong untuk adopsi mobile banking.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan antara *price value* dengan *behavioral intention*. Karena nilai harga yang akan dikeluarkan oleh nasabah bank syariah seharusnya dapat lebih disesuaikan dengan nasabah yang sudah terbiasa dengan layanan bank konvensional, sehingga timbul niat berperilaku dalam menggunakan Mobile Banking pada bank syariah di Padang Lawas Utara. Nasabah bank syariah menggunakan layanan mobile banking perbankan syariah yang lebih hemat biaya dibandingkan bank umum konvensional.

¹³⁵ Venkatesh, Thong, and Xu, "Consumer Acceptance and Use of Information Technology."

g. Pengaruh *habit* terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara

Dalam konteks sistem informasi, *habit* adalah kebiasaan user dalam melakukan kebiasaan dalam menggunakan sistem informasi secara otomatis karena telah melewati proses pembelajaran. Terdapat 2 dimensi dalam *habit* yaitu *addictiveness* dan *must*. *Addictiveness* adalah tingkat kecanduan yang didapat oleh pengguna dengan menggunakan sistem. *Must* adalah perasaan keharusan dari pengguna untuk menggunakan sistem. Dalam UTAUT-3, *price value* memiliki pengaruh langsung terhadap niat pengguna untuk menggunakan teknologi. Ini berarti bahwa semakin rendah persepsi biaya yang dirasakan oleh pengguna terhadap penggunaan *mobile banking* perbankan syariah, semakin tinggi pula kemungkinan mereka memiliki niat yang kuat untuk menggunakannya.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *habit* berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara. Penggunaan *mobile banking* sering kali menjadi kebiasaan karena kemudahan dan kenyamanannya. Pengguna dapat dengan mudah melakukan transaksi keuangan kapan saja dan di mana saja menggunakan perangkat *mobile* mereka, tanpa harus pergi ke bank atau ATM. Kebiasaan ini

terbentuk karena pengguna merasakan manfaat dari kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan oleh mobile banking.¹³⁶ terbentuk melalui pengulangan perilaku. Pengguna yang secara teratur menggunakan mobile banking untuk melakukan transaksi keuangan cenderung terus melakukannya karena telah membentuk kebiasaan tersebut. Kebiasaan ini menjadi faktor penting dalam membentuk behavioral intention karena pengguna cenderung untuk melakukan apa yang biasa mereka lakukan secara otomatis.

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Maulani, dkk¹³⁷ menunjukkan bahwa kebiasaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku *mobile banking* di Wilayah Jabodetabek. Penelitian Pinto, dkk¹³⁸ menunjukkan bahwa kebiasaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku menilai adopsi mobile *augmented reality* dalam Pariwisata (MART). Penelitian Gunasinghe,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

¹³⁶ Pin Luarn and Hsin-Hui Lin, "Toward an Understanding of the Behavioral Intention to Use Mobile Banking," *Computers in Human Behavior* 21, no. 6 (November 2005): 873–91, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2004.03.003>.

¹³⁷ Maulani and Handayani, "Analysis of the Application of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 (UTAUT-3) Model on Intention and Use Behavior of Users of Mobile Banking Applications in the Jabodetabek Region."

¹³⁸ Agostinho Sousa Pinto et al., "Augmented Reality for a New Reality: Using UTAUT-3 to Assess the Adoption of Mobile Augmented Reality in Tourism (MART)," *Journal of Information Systems Engineering and Management* 7, no. 2-In Progress (April 14, 2022): 14550, <https://doi.org/10.55267/iadt.07.12012>.

dkk¹³⁹ menunjukkan bahwa kebiasaan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan dosen terhadap VLE.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan antara *habit* dengan *behavioral intention* dalam menentukan niat menggunakan mobile banking bank syariah. Faktor yang dapat mempengaruhi kebiasaan terhadap niat penggunaan mobile banking adalah rasa kepercayaan dan rasa kenyamanan nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking. Rasa kepercayaan pada penggunaan layanan bank syariah adalah tergantung pada alasan individu memilih bank syariah tersebut. Jika nasabah memiliki pengetahuan khusus mengenai literasi keuangan syariah, maka nasabah tersebut pastinya akan terbiasa dalam penggunaan layanan mobile bankingnya tanpa memandang resiko dan berbagai pengaruh sosial yang mendesaknya. Begitupun dengan kenyamanan dalam penggunaannya, nasabah yang telah nyaman pastinya akan terbiasa untuk menggunakannya.

¹³⁹ Asanka Gunasinghe et al., "The Adequacy of UTAUT-3 in Interpreting Academician's Adoption to e-Learning in Higher Education Environments," *Interactive Technology and Smart Education* 17, no. 1 (November 22, 2019): 86–106, <https://doi.org/10.1108/ITSE-05-2019-0020>.

h. Pengaruh *personal innovation* terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara

Inovasi Personal merupakan ketertarikan untuk mencoba suatu hal yang baru, konsep baru, dan produk atau jasa yang baru. Dalam konteks penggunaan *mobile banking* perbankan syariah, *personal innovation* adalah kemampuan individu untuk menerima dan mengadopsi inovasi teknologi baru, seperti *mobile banking*, serta kemauan mereka untuk mencoba dan menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi. Dalam UTAUT-3, *personal innovation* memiliki pengaruh langsung terhadap niat pengguna untuk menggunakan teknologi. Ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat *personal innovation* yang dimiliki oleh individu, semakin tinggi pula kemungkinan mereka memiliki niat yang kuat untuk menggunakannya.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *personal innovation* berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara. Pengguna yang memiliki tingkat inovasi personal yang tinggi cenderung tertarik pada teknologi baru dan inovasi dalam industri perbankan. Mereka lebih terbuka terhadap mencoba layanan-layanan baru seperti *mobile banking* dan memiliki keinginan yang kuat untuk

mengadopsinya. Individu yang cenderung inovatif secara personal sering memiliki keinginan untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan dalam kehidupan sehari-hari. Mereka melihat mobile banking sebagai sarana untuk melakukan transaksi keuangan dengan lebih cepat dan mudah, sehingga mereka lebih cenderung memiliki niat untuk menggunakannya.¹⁴⁰

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Panjaitan, dkk¹⁴¹ menunjukkan bahwa inovasi personal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat berperilaku penggunaan teknologi blockchain. Penelitian Maulani, dkk,¹⁴² menunjukkan bahwa bahwa inovasi personal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat berperilaku *mobile banking* di Wilayah Jabodetabek. Pengguna dengan tingkat inovasi personal yang tinggi cenderung lebih terbuka terhadap perubahan dalam teknologi dan perilaku. Mereka lebih siap untuk mengubah cara mereka melakukan transaksi keuangan jika mereka melihat manfaat yang signifikan dalam menggunakan mobile banking, yang pada gilirannya mempengaruhi *behavioral intention* mereka.

¹⁴⁰ Ritu Agarwal and Jayesh Prasad, "Are Individual Differences Germane to the Acceptance of New Information Technologies?," *Decision Sciences* 30, no. 2 (March 1999): 361–91, <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.1999.tb01614.x>.

¹⁴¹ Panjaitan, Valiyenty, and Riantono, "User's Acceptance and Intention of Blockchain Technology with UTAUT 3 Model," 2023.

¹⁴² Maulani and Handayani, "Analysis of the Application of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 (UTAUT-3) Model on Intention and Use Behavior of Users of Mobile Banking Applications in the Jabodetabek Region."

i. Pengaruh *behavioral intention* terhadap terhadap *user behaviour* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara

Behavioral intention didefinisikan sebagai kemungkinan yang dirasakan seseorang (*person's perceived likelihood*) atau kemungkinan subjektif bahwa seseorang akan terlibat dalam perilaku yang diberikan. Terdapat dua dimensi dalam *behavioral intention*. Pertama adalah *intention*, tingkat niat pengguna untuk tetap menggunakan sistem. Kedua adalah *continuation* yang diartikan sebagai sejauh mana rencana pengguna untuk tetap menggunakan system.¹⁴³ Dalam UTAUT-3, *behavioral intention* memiliki pengaruh langsung terhadap *user behavior*. Ini berarti bahwa semakin kuat niat perilaku yang dimiliki oleh individu untuk menggunakan mobile banking perbankan syariah, semakin tinggi pula kemungkinan mereka untuk melakukan perilaku yang sesuai dengan niat tersebut.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *behavioral intention* berpengaruh terhadap *user behaviour* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara. Pengguna yang memiliki tingkat niat yang tinggi cenderung tertarik pada teknologi baru dan inovasi dalam industri perbankan. Mereka lebih terbuka

¹⁴³ Paul Juinn Bing Tan, "Applying the UTAUT to Understand Factors Affecting the Use of English E-Learning Websites in Taiwan," *SAGE Open* 3, no. 4 (January 1, 2013): 215824401350383, <https://doi.org/10.1177/2158244013503837>.

terhadap mencoba layanan-layanan baru seperti mobile banking dan memiliki keinginan yang kuat untuk mengadopsinya. Individu yang cenderung inovatif secara personal sering memiliki keinginan untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan dalam kehidupan sehari-hari. Mereka melihat mobile banking sebagai sarana untuk melakukan transaksi keuangan dengan lebih cepat dan mudah, sehingga mereka lebih cenderung memiliki niat untuk menggunakannya.¹⁴⁴

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Chaidir, dkk,¹⁴⁵ menunjukkan bahwa terdapat pengaruh niat berperilaku terhadap perilaku pengguna *m-banking* pada bank konvensional dan bank syariah di Provinsi NTB. Maulani, dkk,¹⁴⁶ menunjukkan bahwa terdapat pengaruh niat berperilaku terhadap perilaku pengguna *mobile banking* di Wilayah Jabodetabek. Inovasi personal sering kali dikaitkan dengan tingkat penerimaan risiko yang lebih tinggi. Pengguna dengan tingkat inovasi yang tinggi mungkin lebih siap untuk mengambil risiko terkait dengan menggunakan teknologi baru seperti mobile banking, terutama jika mereka melihat potensi manfaat yang besar dari penggunaannya.

¹⁴⁴ Gary C. Moore and Izak Benbasat, "Development of an Instrument to Measure the Perceptions of Adopting an Information Technology Innovation," *Information Systems Research* 2, no. 3 (September 1991): 192–222, <https://doi.org/10.1287/isre.2.3.192>.

¹⁴⁵ Chaidir, Ro'is, and Akhmad Jufri, "Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Pada Bank Konvensional Dan Bank Syariah Di Nusa Tenggara Barat."

¹⁴⁶ Maulani and Handayani, "Analysis of the Application of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 (UTAUT-3) Model on Intention and Use Behavior of Users of Mobile Banking Applications in the Jabodetabek Region."

Sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan antara *behavioral intentions* dengan *user behaviour*. Timbulnya niat yang kuat dalam menggunakan layanan mobile banking perbankan syariah kemudian mendorong nasabah dalam menggunakan layanan perbankan tersebut. Kebutuhan akan layanan perbankan melalui digital banking di masa sekarang ini memungkinkan sebagian nasabah pada beberapa segmen semakin dimudahkan dalam segala urusannya, terutama dalam bertransaksi menggunakan layanan mobile banking perbankan syariah.

j. Pengaruh *facilitating conditions* terhadap *user behaviour* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara

Pada pengaruhnya kondisi yang memfasilitasi merupakan suatu faktor penting untuk menentukan seberapa besarnya penggunaan suatu teknologi tertentu. *User behavior* adalah tingkat variasi dan frekuensi dari penggunaan teknologi oleh consumer. Terdapat 2 dimensi dalam *User behavior*, pertama adalah *Depth of use*, yang diartikan sebagai frekuensi penggunaan teknologi oleh pengguna. Kedua adalah *Breadth of use* yang adalah sejauh mana teknologi bisa memberikan peningkatan pengetahuan dan keterampilan pada pengguna.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *facilitating conditions* berpengaruh terhadap *user behaviour* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara. *Facilitating conditions* juga mencakup kemudahan akses dan penggunaan teknologi.¹⁴⁷ Kondisi ekonomi dan sosial, seperti tingkat pendapatan, tingkat literasi digital, dan akses ke layanan perbankan tradisional, juga dapat mempengaruhi penggunaan *mobile banking*. Jika kondisi ekonomi dan sosial memungkinkan atau mendukung penggunaan *mobile banking*, pengguna lebih cenderung untuk mengadopsi dan menggunakan layanan tersebut.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian Maulani, dkk,¹⁴⁸ menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kondisi yang memfasilitasi terhadap perilaku pengguna *mobile banking* di Wilayah Jabodetabek. Jadil, dkk,¹⁴⁹ menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kondisi yang memfasilitasi terhadap perilaku pengguna. *Facilitating conditions* juga mencakup kemudahan akses dan penggunaan teknologi.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan antara *facilitating conditions* dengan *user behaviour* untuk menggunakan

¹⁴⁷ Venkatesh et al., "User Acceptance of Information Technology."

¹⁴⁸ Maulani and Handayani, "Analysis of the Application of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 (UTAUT-3) Model on Intention and Use Behavior of Users of Mobile Banking Applications in the Jabodetabek Region."

¹⁴⁹ Yassine Jadil, Nripendra P. Rana, and Yogesh K. Dwivedi, "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 (August 2021): 354–72, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.052>.

mobile banking perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas utara. Karena, jika pengguna merasa bahwa akses ke layanan mobile banking mudah dan nyaman, mereka lebih cenderung untuk menggunakan layanan tersebut secara aktif. Sebaliknya, jika akses dan penggunaan layanan tersebut sulit atau rumit, pengguna mungkin akan enggan untuk menggunakan atau memilih alternatif lain.

k. Pengaruh *habit* terhadap *user behaviour* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara

Pada variabel ini tolak ukur dari *habit* adalah apakah kerutinan yang terus dilakukan seseorang dalam menggunakan teknologi dapat terus memberi ketagihan untuk terus menggunakan teknologi tersebut. Artinya kebiasaan yang sering dilakukan seseorang dalam menggunakan teknologi *Mobile Banking* bank syariah ini juga bisa saja mempengaruhi perilaku penggunaannya. Dalam UTAUT-3, *habit* memiliki pengaruh langsung terhadap *user behavior*. Ini berarti bahwa semakin kuat *habit* yang dimiliki oleh pengguna dalam menggunakan mobile banking perbankan syariah, semakin tinggi pula kemungkinan mereka untuk melakukan perilaku penggunaan teknologi tersebut secara konsisten dan berulang.¹⁵⁰

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *habit* berpengaruh terhadap *user behaviour* pada pengguna *mobile banking* perbankan

¹⁵⁰ Venkatesh, "Adoption and Use of AI Tools: A Research Agenda Grounded in UTAUT."

syariah di kabupaten Padang Lawas Utara. Ketika kondisi fasilitasi seperti akses internet yang stabil, perangkat mobile yang memadai, dan infrastruktur teknologi yang baik tersedia, pengguna akan lebih mudah untuk mengakses layanan mobile banking. Kemudahan akses ini mendorong pengguna untuk secara aktif menggunakan layanan tersebut, karena mereka dapat mengaksesnya dengan cepat dan tanpa hambatan. Ketersediaan dukungan teknis dan bantuan pelanggan yang efektif juga memengaruhi perilaku pengguna. Jika pengguna merasa bahwa mereka mendapatkan dukungan yang memadai saat menghadapi masalah atau kesulitan dalam menggunakan layanan, mereka akan lebih cenderung untuk tetap menggunakan layanan tersebut daripada beralih ke alternatif lain.¹⁵¹

1. Pengaruh *personal innovation* terhadap *user behaviour* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara

Personal innovation merupakan kecenderungan pengambilan resiko yang lebih tinggi pada individu tertentu. Perkembangan teori difusi inovasi ini kemudian mulai dikaitkan dengan perkembangan teknologi. *Inovasi Personal* merupakan kecenderungan pengambilan resiko yang lebih tinggi pada individu tertentu. Variabel ini berasal dari *Innovation Diffusion Theory* (IDT). Sebagaimana telah diuraikan

¹⁵¹ Venkatesh, "Adoption and Use of AI Tools," January 2022.

sebelumnya, difusi merupakan bentuk komunikasi yang berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan gagasan baru. Sedangkan inovasi merupakan awal untuk terjadinya perubahan sosial. Perkembangan teori difusi inovasi ini kemudian mulai dikaitkan dengan perkembangan teknologi. Dalam UTAUT-3, personal innovation memiliki pengaruh langsung terhadap user behavior. Ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat personal innovation yang dimiliki oleh pengguna, semakin besar kemungkinan mereka akan aktif dalam menggunakan fitur-fitur aplikasi mobile banking dan melakukan berbagai transaksi atau aktivitas keuangan.¹⁵²

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *personal innovations* tidak berpengaruh terhadap *user behaviour* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara. Pengguna yang memiliki tingkat inovasi personal yang tinggi cenderung tertarik pada teknologi baru dan inovasi dalam industri perbankan. Mereka lebih terbuka terhadap mencoba layanan-layanan baru seperti mobile banking dan memiliki keinginan yang kuat untuk mengadopsinya. Individu yang cenderung inovatif secara personal sering memiliki keinginan untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan dalam kehidupan sehari-hari. Mereka melihat mobile banking sebagai sarana untuk melakukan transaksi keuangan dengan

¹⁵² Venkatesh, "Adoption and Use of AI Tools," January 2022.

lebih cepat dan mudah, sehingga mereka lebih cenderung memiliki niat untuk menggunakannya.¹⁵³

m. Behavioral intention memediasi facilitating conditions terhadap user behaviour mobile banking perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *facilitating conditions* tidak berpengaruh terhadap perilaku pengguna *mobile banking* perbankan syariah melalui niat berperilaku. Hubungan mediasi tidak memiliki pengaruh *no-mediation* artinya niat berperilaku tidak mampu memediasi kondisi yang memfasilitasi terhadap perilaku pengguna. Hal ini dapat terjadi kemungkinan karena fasilitas yang dimiliki untuk menggunakan *mobile banking* tidak selalu membuat nasabah tertarik untuk menggunakannya. Selain itu, pengguna lebih mempertimbangkan faktor lainnya seperti niat berperilaku dan kondisi yang memfasilitasi *mobile banking* itu sendiri.

Hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan konsep dasar yang mendasari model penerimaan pengguna dalam UTAUT-3 yang dikembangkan oleh Farooq et al.,¹⁵⁴ dimana reaksi individu untuk menggunakan teknologi informasi memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap penggunaan aktual teknologi informasi.

¹⁵³ Venkatesakumar et al., "Distribution Characteristics of Star Ratings in Online Consumer Reviews."

¹⁵⁴ Farooq et al., "Acceptance and Use of Lecture Capture System (LCS) in Executive Business Studies."

Pengaruh tidak langsung ini tidak dimediasi oleh minat nasabah untuk menggunakan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.

n. Behavioral intention memediasi habit terhadap user behaviour mobile banking perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *habit* tidak berpengaruh terhadap perilaku pengguna *mobile banking* perbankan syariah melalui niat berperilaku. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kebiasaan yang dimediasi niat berperilaku tidak menimbulkan pengaruh terhadap meningkatnya Perilaku Penggunaan *mobile banking* perbankan syariah.

Hubungan mediasi ini memiliki pengaruh *no-mediation* artinya niat berperilaku tidak mampu memediasi kebiasaan terhadap perilaku penggunaan *mobile banking*. Kebiasaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat untuk menggunakannya yang kemudian memediasi terhadap penggunaan aktual *mobile banking* tersebut. Hal ini dapat terjadi kemungkinan karena pengguna tidak selalu mempertimbangkan kemudahan yang akan dirasakan dengan penggunaan *mobile bankingnya*.

Hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan konsep dasar yang mendasari model penerimaan pengguna dalam UTAUT-3 yang

dikembangkan oleh Farooq et al.,¹⁵⁵ dimana reaksi individu untuk menggunakan teknologi informasi memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap penggunaan aktual teknologi informasi. Pengaruh tidak langsung ini tidak dimediasi oleh minat nasabah untuk menggunakan mobile banking perbankan syariah di Padang Lawas Utara.

o. *Behavioral intention* memediasi *personal innovations* terhadap user *behaviour* mobile banking perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *habit* tidak berpengaruh terhadap perilaku pengguna *mobile banking* perbankan syariah melalui niat berperilaku. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi inovasi personal, yang dimediasi niat berperilaku tidak menimbulkan pengaruh terhadap meningkatnya perilaku penggunaan *mobile banking* perbankan syariah. Hubungan mediasi ini memiliki pengaruh *no-mediation* artinya niat berperilaku tidak mampu memediasi inovasi personal terhadap perilaku penggunaan *mobile banking*. Hal ini dapat terjadi kemungkinan karena pengguna tidak selalu mempertimbangkan kemudahan yang akan dirasakan dengan penggunaan mobile bankingnya. Selain itu, kemudahan yang dirasakan pengguna biasanya akan dirasakan di awal penggunaan sedangkan untuk penggunaan

¹⁵⁵ Farooq et al.

selanjutnya pengguna lebih mempertimbangkan faktor lainnya seperti niat berperilaku dan kondisi yang memfasilitasi *mobile banking* itu sendiri.

Hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan konsep dasar yang mendasari model penerimaan pengguna dalam UTAUT-3 yang dikembangkan oleh Farooq et al.,¹⁵⁶ dimana reaksi individu untuk menggunakan teknologi informasi memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap penggunaan aktual teknologi informasi. Pengaruh tidak langsung ini dimediasi oleh minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* perbankan syariah di Padang Lawas Utara.



¹⁵⁶ Farooq et al.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil maka dapat disimpulkan yaitu:

1. *Performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara.
2. *Effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara.
3. *Social Influence* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara.
4. *Facilitating conditions* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara.
5. *Hedonic motivation* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara.
6. *Price value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara.

7. *Habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara.
8. *Personal innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara.
9. *Behavioral intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *user behavior* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara.
10. *Facilitating conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *user behavior* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara.
11. *Habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *user behavior* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara.
12. *Personal innovation* tidak berpengaruh terhadap *user behavior* pada pengguna *mobile banking* perbankan syariah di Kabupaten Padang Lawas Utara.
13. *Behavioral intention* tidak memediasi *facilitating conditions* terhadap *user behaviour* mobile banking perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara.

14. *Behavioral intention* tidak memediasi *facilitating conditions* terhadap *user behaviour* mobile banking perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara.

15. *Behavioral intention* tidak memediasi *personal innovations* terhadap *user behaviour* mobile banking perbankan syariah di kabupaten Padang Lawas Utara.

B. Implikasi Hasil Penelitian

Secara umum pengetahuan yang terdiri adalah segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan mengetahui, mengerti yang memahami suatu hal. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi mobile banking, perbankan syariah dapat lebih baik dalam memahami preferensi dan perilaku pengguna mereka di Kabupaten Padang Lawas Utara. Ini memungkinkan mereka untuk merancang strategi yang sesuai untuk meningkatkan adopsi dan penggunaan mobile banking di wilayah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman, and Rizki Yudhi Dewantara. "PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SITUS JUAL BELI ONLINE (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Jual Beli 'Z')." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 52, no. 2 (2017): 1–7.
- Abdullah, Boedi, and Beni Ahmad Saebani. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia, 2014.
- Agarwal, Ritu, and Jayesh Prasad. "Are Individual Differences Germane to the Acceptance of New Information Technologies?" *Decision Sciences* 30, no. 2 (March 1999): 361–91. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.1999.tb01614.x>.
- Ali Abdullah Alalwan, Yogesh Kumar Dwivedi, and Michael D. Williams. "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* 30, no. 6 (2017): 807–32.
- Al-Suqri, Mohammed Nasser, and Ali Saif Al-Aufi, eds. *Information Seeking Behavior and Technology Adoption: Theories and Trends*. Advances in Knowledge Acquisition, Transfer, and Management. IGI Global, 2015. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-8156-9>.
- Apuke, Oberiri Destiny. "Quantitative Research Methods : A Synopsis Approach." *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review* 6, no. 11 (September 2017): 40–47. <https://doi.org/10.12816/0040336>.
- Azizah, Haifah Nabilatul, Purwanto Purwanto, Achmad Nur Alfianto, and Achmad Labib. "Niat Berperilaku Masyarakat Dalam Menggunakan Vaksin Halal : Penerapan Teori of Planned Behaviour." *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 4, no. 5 (February 21, 2022): 1365–79. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.942>.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Padang Lawas Utara. "Jumlah Penduduk Kabupaten Padang Lawas Utara Tahun 2020." Badan Pusat Statistik Kabupaten Padang Lawas Utara. Badan Pusat Statistik Kabupaten Padang Lawas Utara, 2023. <https://palutakab.bps.go.id/subject/12/kependudukan.html#subjekViewTab3>.
- Baidhowi, Baidhowi. "Sharia Banking Opportunities and Challenges in the Digital Era," 157–61. Atlantis Press, 2018. <https://doi.org/10.2991/icils-18.2018.30>.
- Baker, Hafez, Thair A. Kaddumi, Mahmoud Daoud Nassar, and Riham Suleiman Muqattash. "Impact of Financial Technology on Improvement of Banks' Financial Performance." *Journal of Risk and Financial Management* 16, no. 4 (April 2023): 230. <https://doi.org/10.3390/jrfm16040230>.
- Bilson Simamora. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Budi Gautama, and Ali Hardana. *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Medan: Merdeka Kreasi Group, 2021.

- Chaidir, Taufiq, Ihsan Ro'is, and Akhmad Jufri. "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* 3, no. 1 (April 22, 2021): 61–76. <https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i1.37>.
- Chaidir, Taufiq, Ihsan Ro'is, and Akhmad Jufri. "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* 3, no. 1 (2021): 61–76. <https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i1.37>.
- Darley, William K., Charles Blankson, and Denise J. Luethge. "Toward an Integrated Framework for Online Consumer Behavior and Decision Making Process: A Review." *Psychology & Marketing* 27, no. 2 (2010): 94–116. <https://doi.org/10.1002/mar.20322>.
- . "Toward an Integrated Framework for Online Consumer Behavior and Decision Making Process: A Review." *Psychology & Marketing* 27, no. 2 (February 2010): 94–116. <https://doi.org/10.1002/mar.20322>.
- Davis, Fred D. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly* 13, no. 3 (September 1989): 319. <https://doi.org/10.2307/249008>.
- Farooq, Muhammad Shoaib, Maimoona Salam, Norizan Jaafar, Alain Fayolle, Kartinah Ayupp, Mirjana Radovic-Markovic, and Ali Sajid. "Acceptance and Use of Lecture Capture System (LCS) in Executive Business Studies: Extending UTAUT2." *Interactive Technology and Smart Education* 14, no. 4 (November 20, 2017): 329–48. <https://doi.org/10.1108/ITSE-06-2016-0015>.
- Genkova, Diana. "Modeling of the Human Needs: An Economic Interpretation of Maslow's Theory of Motivation." *WSEAS TRANSACTIONS ON BUSINESS AND ECONOMICS* 18 (January 7, 2021): 253–64. <https://doi.org/10.37394/23207.2021.18.26>.
- Gunasinghe, Asanka, Junainah Abd Hamid, Ali Khatibi, and S.M. Ferdous Azam. "The Adequacy of UTAUT-3 in Interpreting Academician's Adoption to e-Learning in Higher Education Environments." *Interactive Technology and Smart Education* 17, no. 1 (November 22, 2019): 86–106. <https://doi.org/10.1108/ITSE-05-2019-0020>.
- . "The Adequacy of UTAUT-3 in Interpreting Academician's Adoption to e-Learning in Higher Education Environments." *Interactive Technology and Smart Education* 17, no. 1 (November 22, 2019): 86–106. <https://doi.org/10.1108/ITSE-05-2019-0020>.
- . "The Viability of UTAUT-3 in Understanding the Lecturer's Acceptance and Use of Virtual Learning Environments." *International Journal of Technology Enhanced Learning* 12, no. 4 (2020): 458. <https://doi.org/10.1504/IJTEL.2020.110056>.

- Hadi, Syamsul, and Novi Novi. "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN LAYANAN MOBILE BANKING." *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan* 5, no. 1 (March 1, 2015): 55. <https://doi.org/10.12928/optimum.v5i1.7840>.
- Harahap, Darwis, Ahmad Afandi, and Try Mahendra Siregar. "THE ISLAMIC BANKING CUSTOMERS' INTENTION TO USE DIGITAL BANKING SERVICES: AN INDONESIAN STUDY." *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance* 9, no. 3 (September 2, 2023): 533–58. <https://doi.org/10.21098/jimf.v9i3.1673>.
- Heidarzadeh Hanzaee, Kambiz, and Arezu Javanbakht. "The Effects of Shopping Environment on Consumption Emotions, Perceived Values and Behavioral Intentions." *Management Science Letters*, September 1, 2013, 2501–12. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2013.08.012>.
- Hidajat, Taofik. "Financial Technology in Islamic View." *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal* 4, no. 2 (October 10, 2020): 102–12. <https://doi.org/10.21070/perisai.v4i2.465>.
- Hoelter, Jon W. "The Analysis of Covariance Structures: Goodness-of-Fit Indices." *Sociological Methods & Research* 11, no. 3 (February 1983): 325–44. <https://doi.org/10.1177/0049124183011003003>.
- Jadil, Yassine, Nripendra P. Rana, and Yogesh K. Dwivedi. "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, no. Query date: 2023-11-14 09:44:40 (2021): 354–72. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.052>.
- . "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 (August 2021): 354–72. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.052>.
- Javed Sarfaraz. "UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT) MODEL-MOBILE BANKING March 2018." *Journal of Internet Banking and Commerce* 22, no. 3 (2017): 1–16.
- Jhon C Mowen, and Michael Minor. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga, 2002.
- Jogiyanto. *Sistem Informasi Keperilakuan*. I. Yogyakarta: Andi Press, 2007.
- Juwita, Ratna, Adam Darma Kusumah, Tiara Syahrani Aqila, Hanan Tsabitah, and Muhammad Farhan Syauqi. "The Intention to Use Mobile Banking as a Financial Technology Service among Islamic Bank Users." *Indonesian Capital Market Review* 15, no. 1 (2023). <https://doi.org/10.21002/icmr.v15i1.1166>.
- Kitsios, Fotis, Ioannis Giatsidis, and Maria Kamariotou. "Digital Transformation and Strategy in the Banking Sector: Evaluating the Acceptance Rate of E-Services." *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 7, no. 3 (September 2021): 204. <https://doi.org/10.3390/joitmc7030204>.

- Konteos, George, Vaggelis Saprikis, Giorgos Avlogiaris, and Aristides Papatthomas. "An Extended UTAUT Model to Explore the Influential Factors towards M-Banking Apps' Use." *International Journal of Business and Management* 17, no. 7 (2022): 29–29. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v17n7p29>.
- KUNCORO, MUDRAJAT. *METODE RISET UNTUK BISNIS DAN EKONOMI*. Jakarta: PENERBIT ERLANGGA, 2009.
- Luarn, Pin, and Hsin-Hui Lin. "Toward an Understanding of the Behavioral Intention to Use Mobile Banking." *Computers in Human Behavior* 21, no. 6 (November 2005): 873–91. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2004.03.003>.
- Management Association, Information Resources, ed. *Technology Adoption and Social Issues: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*. IGI Global, 2018. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-5201-7>.
- Maulani, Elin, and Sri Setya Handayani. "Analysis of the Application of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 (UTAUT-3) Model on Intention and Use Behavior of Users of Mobile Banking Applications in the Jabodetabek Region." *International Journal of Social Science and Human Research* 6, no. Query date: 2023-11-14 09:44:40 (2023). <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v6-i9-17>.
- Moore, Gary C., and Izak Benbasat. "Development of an Instrument to Measure the Perceptions of Adopting an Information Technology Innovation." *Information Systems Research* 2, no. 3 (September 1991): 192–222. <https://doi.org/10.1287/isre.2.3.192>.
- Mudrajad Kuncoro, and Wibi Hardani. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi Bagaimana Meneliti Dan Menulis Tesis*. Jakarta: Erlangga, 2013.
- Ni Wayan Dewi Mas Yogi Pertiwi, and Dodik Ariyanto. "PENERAPAN MODEL UTAUT2 UNTUK MENJELASKAN MINAT DAN PERILAKU PENGGUNAAN MOBILE BANKING DI KOTA DENPASAR." *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 18, no. 2 (2017): 1369–97.
- Nova Herli Briliyan Putri. "Analisis Faktor Adopsi Penggunaan Mobile Banking Pada UMKM Dengan Pendekatan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)." Undergraduate thesis, STIE Perbanas Surabaya, 2021.
- Otoritas Jasa Keuangan. "Statistik Perbankan Syariah - Agustus 2023." Otoritas Jasa Keuangan. Otoritas Jasa Keuangan, 2023. <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Agustus-2023.aspx>.
- Panjaitan, Sintya Lasma Putri Br, Stevi Chartinie Valiyenty, and Ignatius Edward Riantono. "User's Acceptance and Intention of Blockchain Technology with UTAUT 3 Model: Beneficial or Detrimental in the Indonesian Banking Industry." In *2023 IEEE 13th International Conference on Control System, Computing and Engineering (ICCSCE)*, 89–94. Penang, Malaysia: IEEE, 2023. <https://doi.org/10.1109/ICCSCE58721.2023.10237147>.

- . “User’s Acceptance and Intention of Blockchain Technology with UTAUT 3 Model: Beneficial or Detrimental in the Indonesian Banking Industry.” In *2023 IEEE 13th International Conference on Control System, Computing and Engineering (ICCSCE)*, 89–94. Penang, Malaysia: IEEE, 2023. <https://doi.org/10.1109/ICCSCE58721.2023.10237147>.
- Patil, Pushp P., Yogesh K. Dwivedi, and Nripendra P. Rana. “Digital Payments Adoption: An Analysis of Literature.” In *Digital Nations – Smart Cities, Innovation, and Sustainability*, edited by Arpan Kumar Kar, P. Vigneswara Ilavarasan, M.P. Gupta, Yogesh K. Dwivedi, Matti Mäntymäki, Marijn Janssen, Antonis Simintiras, and Salah Al-Sharhan, 10595:61–70. Lecture Notes in Computer Science. Cham: Springer International Publishing, 2017. https://doi.org/10.1007/978-3-319-68557-1_7.
- Peña-García, Nathalie, Irene Gil-Saura, Augusto Rodríguez-Orejuela, and José Ribamar Siqueira-Junior. “Purchase Intention and Purchase Behavior Online: A Cross-Cultural Approach.” *Heliyon* 6, no. 6 (June 1, 2020): e04284. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04284>.
- Pinto, Agostinho Sousa, António Abreu, Eusébio Costa, and Jerónimo Paiva. “Augmented Reality for a New Reality: Using UTAUT-3 to Assess the Adoption of Mobile Augmented Reality in Tourism (MART).” *Journal of Information Systems Engineering and Management* 7, no. 2-In Progress (April 14, 2022): 14550. <https://doi.org/10.55267/iadt.07.12012>.
- . “Augmented Reality for a New Reality: Using UTAUT-3 to Assess the Adoption of Mobile Augmented Reality in Tourism (MART).” *Journal of Information Systems Engineering and Management* 7, no. 2-In Progress (April 14, 2022): 14550. <https://doi.org/10.55267/iadt.07.12012>.
- Pitafi, Abdul Hameed, Shamsa Kanwal, Sadia Akhtar, and Muhammad Irfan. “Analysing UTAUT with Trust toward Mobile Banking Adoption in China and Pakistan: Extending with the Effect of Power Distance and Uncertainty Avoidance.” *International Journal of Financial Innovation in Banking* 2, no. 3 (2019): 183–183. <https://doi.org/10.1504/ijfib.2019.10023966>.
- Rofi’i, Agus, Dede Ridho Firdaus, and Irwan Moridu. “The Analysis of User Acceptance Using UTAUT and Delone & McLean Model: Study Case of Banking Mobile Application.” *Journal of Information System, Technology and Engineering* 1, no. 1 (2023): 21–25. <https://doi.org/10.61487/jiste.v1i1.11>.
- Saibil, Defi Insani, Fajar Sodik, and Andi Ainun Mardiah. “Faktor Mempengaruhi Niat Menggunakan QRIS Pada Sharia Mobile Banking Saat Pandemi COVID-19 (Modifikasi Model UTAUT 2).” *NISBAH: Jurnal Perbanka Syariah* 8, no. 2 (2022): 75–92. <https://doi.org/10.30997/jn.v8i2.6353>.
- Salimon, Maruf Gbadebo, Olanrewaju Kareem, Sany Sanuri Mohd Mokhtar, Olayemi Abdullateef Aliyu, Jibril Adewale Bamgbade, and Adekunle Qudus Adeleke. “Malaysian SMEs M-Commerce Adoption: TAM 3, UTAUT 2 and TOE

- Approach.” *Journal of Science and Technology Policy Management* 14, no. 1 (February 9, 2023): 98–126. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-06-2019-0060>.
- . “Malaysian SMEs M-Commerce Adoption: TAM 3, UTAUT 2 and TOE Approach.” *Journal of Science and Technology Policy Management* 14, no. 1 (February 9, 2023): 98–126. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-06-2019-0060>.
- Samartha, Vishal, Samarth Shenoy Basthikar, Iqbal Thonse Hawaldar, Cristi Spulbar, Ramona Birau, and Robert Dorin Filip. “A Study on the Acceptance of Mobile-Banking Applications in India—Unified Theory of Acceptance and Sustainable Use of Technology Model (UTAUT).” *Sustainability* 14, no. 21 (2022): 14506–14506. <https://doi.org/10.3390/su142114506>.
- Schiffman, Leon G., and Leslie Lazar Kanuk. *Consumer Behavior*. 7th ed. Upper Saddle River, N.J: Prentice Hall, 2000.
- Sholihah, Erlinda, Ika Septiana Windi Antari, Rizqi Fajar Rochimawati, and Ulwiyyah. “Determinants of BSI Mobile Banking Adoption Intentions: DeLone & McLean and UTAUT Model Integration with Religiosity.” *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, no. Query date: 2023-11-14 09:44:40 (2023): 1–17. <https://doi.org/10.20885/ajim.vol5.iss1.art1>.
- Solomon, Michael R., Gary J. Bamossy, and Søren Askegaard. *Consumer Behaviour: A European Perspective*. Nachdr. New York Munich: Prentice Hall Europe, 2000.
- Sudarsono, Heri, Muamar Nur Kholid, Aidha Trisanty, and Maisaroh Maisaroh. “The Intention of Muslim Customers to Adopt Mobile Banking: The Case of Islamic Banks in Indonesia.” *Cogent Business & Management* 9, no. 1 (December 31, 2022): 2154102. <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2154102>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Tan, Paul Juinn Bing. “Applying the UTAUT to Understand Factors Affecting the Use of English E-Learning Websites in Taiwan.” *SAGE Open* 3, no. 4 (January 1, 2013): 215824401350383. <https://doi.org/10.1177/2158244013503837>.
- Tay, Lee-Ying, Hen-Toong Tai, and Gek-Siang Tan. “Digital Financial Inclusion: A Gateway to Sustainable Development.” *Heliyon* 8, no. 6 (June 2022): e09766. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09766>.
- Utari Evy Cahyani, Dia Purnama Sari, and Ahmad Afandi. “Determinant of Behavioral Intention to Use Digital Zakat Payment: The Moderating Role of Knowledge of Zakat.” *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf* 9, no. 1 (2022): 1–6.
- Venkatesakumar, R., Sudhakar Vijayakumar, S. Riasudeen, S. Madhavan, and B. Rajeswari. “Distribution Characteristics of Star Ratings in Online Consumer Reviews.” *Vilakshan - XIMB Journal of Management* 18, no. 2 (July 27, 2021): 156–70. <https://doi.org/10.1108/XJM-10-2020-0171>.

- Venkatesh, Thong, and Xu. "Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology." *MIS Quarterly* 36, no. 1 (2012): 157. <https://doi.org/10.2307/41410412>.
- Venkatesh, Viswanath. "Adoption and Use of AI Tools: A Research Agenda Grounded in UTAUT." *Annals of Operations Research* 308, no. 1 (2021): 641–52. <https://doi.org/10.1007/s10479-020-03918-9>.
- . "Adoption and Use of AI Tools: A Research Agenda Grounded in UTAUT." *Annals of Operations Research* 308, no. 1–2 (January 2022): 641–52. <https://doi.org/10.1007/s10479-020-03918-9>.
- . "Adoption and Use of AI Tools: A Research Agenda Grounded in UTAUT." *Annals of Operations Research* 308, no. 1–2 (January 2022): 641–52. <https://doi.org/10.1007/s10479-020-03918-9>.
- Venkatesh, Viswanath, Michael G. Morris, Gordon B. Davis, and Fred D. Davis. "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View." *MIS Quarterly* 27, no. 3 (2003): 425–78. <https://doi.org/10.2307/30036540>.
- Yin, Bibo, Yajing Yu, and Xiaocang Xu. "Recent Advances in Consumer Behavior Theory: Shocks from the COVID-19 Pandemic." *Behavioral Sciences* 11, no. 12 (December 9, 2021): 171. <https://doi.org/10.3390/bs11120171>.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN



LAMPIRAN-LAMPIRAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : **NURFIA SINTIA DAULAY**
2. Tempat/Tgl.Lahir : Aek Nauli, 13 Oktober 2000
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Alamat : Desa Aek Nauli, Kec. Hulu Sihapas, Kab. Padang
Lawas Utara
6. Email : nurfiasintiadaulay9@gmail.com
7. No. Telepon : 0812-6057-2840



II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SDN 101880 Aek Godang 2007 – 2012
2. SMPN 1 Hulu Sihapas 2012 – 2015
3. SMAN 4 Padangsidempuan 2015 – 2018
4. Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan 2018 – 2022
5. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan 2022 - 2024

III. DATA ORANG TUA

1. Nama Ayah : Anwar Sofyan Daulay
2. Pekerjaan : Petani
3. Nama Ibu : Nurmahati Harahap
4. Pekerjaan : Petani

* General SEM analysis results *

General project information

Version of WarpPLS used: 7.0
License holder: Trial license (3 months)
Type of license: Trial license (3 months)
License start date: 15-Mar-2024
License end date: 13-Jun-2024
Project path (directory): C:\Users\ACER\Documents\
Project file: DATA FIA 26 MARET 2024.txt
Last changed: 22-Apr-2024 11:24:19
Last saved: Never (needs to be saved)
Raw data path (directory): C:\Users\ACER\Documents\
Raw data file: DATA FIA 26 MARET 2024.txt

Model fit and quality indices

Average path coefficient (APC)=0.169, P=0.004
Average R-squared (ARS)=0.518, P<0.001
Average adjusted R-squared (AARS)=0.505, P<0.001
Average block VIF (AVIF)=6.957, acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3
Average full collinearity VIF (AFVIF)=3.125, acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3
Tenenhaus GoF (GoF)=0.609, small ≥ 0.1 , medium ≥ 0.25 , large ≥ 0.36
Simpson's paradox ratio (SPR)=0.917, acceptable if ≥ 0.7 , ideally = 1
R-squared contribution ratio (RSCR)=0.959, acceptable if ≥ 0.9 , ideally = 1
Statistical suppression ratio (SSR)=1.000, acceptable if ≥ 0.7
Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)=1.000, acceptable if ≥ 0.7

General model elements

Missing data imputation algorithm: Arithmetic Mean Imputation
Outer model analysis algorithm: PLS Regression
Default inner model analysis algorithm: Warp3
Multiple inner model analysis algorithms used? No
Resampling method used in the analysis: Stable3
Number of data resamples used: 100
Number of cases (rows) in model data: 200
Number of latent variables in model: 10
Number of indicators used in model: 36
Number of iterations to obtain estimates: 6
Range restriction variable type: None
Range restriction variable: None
Range restriction variable min value: 0.000

Range restriction variable max value: 0.000
 Only ranked data used in analysis? No

 * Path coefficients and P values *

Path coefficients

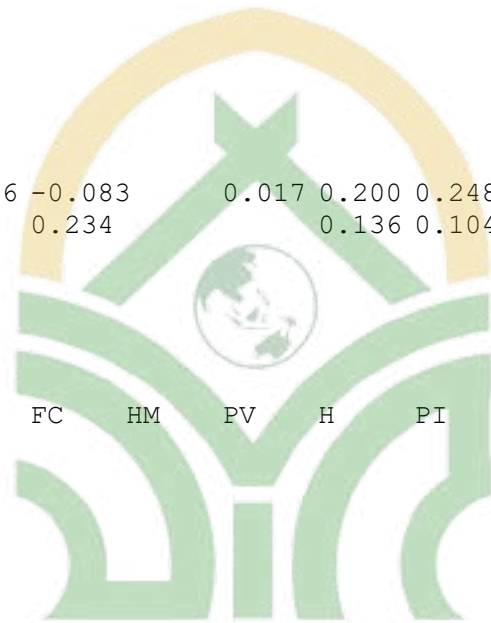
	PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB
BI	0.508	0.031	0.016	-0.083		0.017	0.200	0.248	0.152	
UB				0.234			0.136	0.104	0.293	

P values

	PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB
BI	<0.001		0.331	0.410	0.117	0.405	0.002	<0.001		0.014
UB				<0.001				0.025	0.068	<0.001

 * Standard errors for path coefficients *

	PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB
--	----	----	----	----	----	----	---	----	----	----



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ABADARY
 PADANGSIDIMPUAN

BI 0.064 0.070 0.070 0.070 0.070 0.068 0.067 0.069
 UB 0.068 0.069 0.069 0.067

 * Effect sizes for path coefficients *

PE EE SI FC HM PV H PI BI UB

BI 0.363 0.021 0.010 0.046 0.011 0.127 0.152 0.101
 UB 0.095 0.052 0.035 0.114

 * Combined loadings and cross-loadings *

	PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB	Type (a)
PE1	0.819	-0.120		0.023	0.094	-0.060		-0.032		-0.224	
	0.333	0.208	0.011	Reflect		0.060	<0.001				
PE2	0.819	-0.257		0.038	0.022	-0.058		0.026	-0.019		0.321
	0.017	0.034	Reflect		0.060	<0.001					
PE3	0.880	-0.185		0.039	-0.007		-0.036		-0.014		0.052
	0.143	-0.057		0.035	Reflect		0.060	<0.001			
PE4	0.823	0.126	-0.031		-0.041		0.048	0.033	0.056	-0.439	-
	0.096	-0.055	Reflect		0.060	<0.001					
PE5	0.818	0.449	-0.072		-0.067		0.108	-0.012		0.132	-0.367
	-0.067		-0.026		Reflect		0.060	<0.001			
EE1	0.005	0.812	-0.345		0.213	-0.112		-0.239		0.191	0.044
	0.130	-0.079		Reflect		0.060	<0.001				
EE2	-0.101		0.891	-0.297		0.020	0.116	-0.123		0.142	-0.071
	-0.034		0.009	Reflect		0.060	<0.001				
EE3	0.012	0.863	0.213	-0.169		0.104	0.166	0.011	-0.180		0.014
	0.038	Reflect		0.060	<0.001						
EE4	0.098	0.779	0.463	-0.057		-0.131		0.207	-0.373		0.235
	0.112	0.029	Reflect		0.061	<0.001					
SI1	0.004	0.110	0.880	0.124	-0.103		-0.021		0.033	0.228	0.020
	0.018	Reflect		0.060	<0.001						
SI2	-0.004		0.066	0.895	-0.153		-0.063		0.218	-0.112	-
	0.011	-0.008		-0.013	Reflect		0.060	<0.001			
SI3	-0.000		-0.189		0.827	0.034	0.178	-0.215		0.086	-0.232
	-0.013		-0.005		Reflect		0.060	<0.001			

FC1	0.005	-0.092	0.058	0.855	-0.219	-0.064	-0.041	
	0.073	0.204	-0.082	Reflect	0.060	<0.001		
FC2	-0.074	0.101	0.065	0.894	-0.069	0.068	-0.029	-0.186
	-0.072	-0.007	Reflect	0.060	<0.001			
PC3	0.076	-0.014	-0.131	0.819	0.305	-0.008	0.075	0.126
0.135	0.093	Reflect	0.060	<0.001				
HM1	-0.140	0.081	0.071	0.133	0.853	-0.180	-0.051	0.107
	0.238	-0.012	Reflect	0.060	<0.001			
HM2	-0.094	0.061	0.186	-0.033	0.872	0.026	-0.088	0.072
0.105	0.060	Reflect	0.060	<0.001				
HM3	-0.157	0.169	-0.049	-0.035	0.870	0.050	-0.041	-
0.169	-0.054	-0.003	Reflect	0.060	<0.001			
HM4	0.481	-0.382	-0.256	-0.077	0.702	0.124	0.222	-0.009
	-0.092	-0.055	Reflect	0.062	<0.001			
PV1	-0.057	0.081	-0.006	0.002	0.020	0.891	-0.233	0.093
	0.062	0.017	Reflect	0.060	<0.001			
Pv2	-0.027	-0.107	0.150	0.038	-0.123	0.917	0.043	0.064
	0.023	-0.056	Reflect	0.059	<0.001			
PV3	0.085	0.029	-0.148	-0.042	0.106	0.890	0.189	-0.158
0.085	0.041	Reflect	0.060	<0.001				
H1	0.041	0.053	-0.047	-0.050	-0.052	0.045	0.892	0.158
0.005	-0.059	Reflect	0.060	<0.001				
H2	0.005	-0.001	-0.144	0.067	0.020	-0.056	0.844	-0.106
	0.044	0.012	Reflect	0.060	<0.001			
H3	-0.047	-0.066	0.063	-0.084	-0.021	0.088	0.887	-
0.140	0.018	0.014	Reflect	0.060	<0.001			
H4	0.001	0.014	0.127	0.074	0.057	-0.084	0.848	0.086
	0.036	Reflect	0.060	<0.001				
PI1	0.035	-0.097	-0.366	0.052	0.097	0.362	-0.015	0.803
	0.163	-0.014	Reflect	0.061	<0.001			
PI2	0.158	0.070	0.177	-0.169	-0.018	0.045	-0.179	0.863
0.092	0.052	Reflect	0.060	<0.001				
PI3	-0.156	-0.034	0.113	-0.042	-0.015	-0.151		
	0.016	0.843	-0.032	0.032	Reflect	0.060	<0.001	
PI4	-0.043	0.060	0.059	0.177	-0.064	-0.259	0.196	0.784
0.032	-0.076	Reflect	0.061	<0.001				
BI1	0.042	0.078	-0.022	-0.110	0.203	-0.007	-0.123	
	0.024	0.906	-0.086	Reflect	0.059	<0.001		
BI2	-0.042	-0.078	0.022	0.110	-0.203	0.007	0.123	-0.024
	0.906	0.086	Reflect	0.059	<0.001			
UB1	-0.190	-0.137	0.049	-0.107	-0.134	0.114	-0.211	
	0.497	0.097	0.715	Reflect	0.062	<0.001		
UB2	-0.401	-0.249	0.311	0.079	-0.335	-0.035	0.033	
	0.483	0.050	0.766	Reflect	0.061	<0.001		
UB3	0.318	0.100	-0.261	0.049	0.321	-0.052	0.065	-0.383
0.055	0.721	Reflect	0.062	<0.001				
UB4	0.293	0.297	-0.117	-0.027	0.166	-0.023	0.108	-0.617
	-0.093	0.726	Reflect	0.061	<0.001			

Notes: Loadings are unrotated and cross-loadings are oblique-rotated. SEs and P values are for loadings. P values < 0.05 are desirable for reflective indicators.

SI2	-0.004	0.066	0.934	-0.153	-0.063	0.218	-0.112	-
0.011	-0.008	-0.013						
SI3	-0.000	-0.189	1.124	0.034	0.178	-0.215	0.086	-0.232
	-0.013	-0.005						
FC1	0.005	-0.092	0.058	0.983	-0.219	-0.064	-0.041	
	0.073	0.204	-0.082					
FC2	-0.074	0.101	0.065	1.027	-0.069	0.068	-0.029	-0.186
	-0.072	-0.007						
PC3	0.076	-0.014	-0.131	0.541	0.305	-0.008	0.075	0.126
0.135	0.093							
HM1	-0.140	0.081	0.071	0.133	0.700	-0.180	-0.051	0.107
	0.238	-0.012						
HM2	-0.094	0.061	0.186	-0.033	0.820	0.026	-0.088	0.072
0.105	0.060							
HM3	-0.157	0.169	-0.049	-0.035	1.083	0.050	-0.041	-
0.169	-0.054	-0.003						
HM4	0.481	-0.382	-0.256	-0.077	0.688	0.124	0.222	-0.009
	-0.092	-0.055						
PV1	-0.057	0.081	-0.006	0.002	0.020	0.947	-0.233	0.093
	0.062	0.017						
Pv2	-0.027	-0.107	0.150	0.038	-0.123	0.892	0.043	0.064
	0.023	-0.056						
PV3	0.085	0.029	-0.148	-0.042	0.106	0.860	0.189	-0.158
0.085	0.041							
H1	0.041	0.053	-0.047	-0.050	-0.052	0.045	0.784	0.158
0.005	-0.059							
H2	0.005	-0.001	-0.144	0.067	0.020	-0.056	0.996	-0.106
	0.044	0.012						
H3	-0.047	-0.066	0.063	-0.084	-0.021	0.088	1.016	-
0.140	0.018	0.014						
H4	0.001	0.014	0.127	0.074	0.057	-0.084	0.677	0.086
	0.036							
PI1	0.035	-0.097	-0.366	0.052	0.097	0.362	-0.015	0.624
	0.163	-0.014						
PI2	0.158	0.070	0.177	-0.169	-0.018	0.045	-0.179	0.826
0.092	0.052							
PI3	-0.156	-0.034	0.113	-0.042	-0.015	-0.151		
	0.016	1.090	-0.032	0.032				
PI4	-0.043	0.060	0.059	0.177	-0.064	-0.259	0.196	0.742
0.032	-0.076							
BI1	0.042	0.078	-0.022	-0.110	0.203	-0.007	-0.123	
	0.024	0.862	-0.086					
BI2	-0.042	-0.078	0.022	0.110	-0.203	0.007	0.123	-0.024
	0.950	0.086						
UB1	-0.190	-0.137	0.049	-0.107	-0.134	0.114	-0.211	
	0.497	0.097	0.767					
UB2	-0.401	-0.249	0.311	0.079	-0.335	-0.035	0.033	
	0.483	0.050	0.885					
UB3	0.318	0.100	-0.261	0.049	0.321	-0.052	0.065	-0.383
0.055	0.624							
UB4	0.293	0.297	-0.117	-0.027	0.166	-0.023	0.108	-0.617
	-0.093	0.646						

Note: Loadings and cross-loadings are oblique-rotated.

H2	0.005	-0.001		-0.142		0.066	0.020	-0.055		0.979	-0.104
	0.044	0.012									
H3	-0.045		-0.064		0.061	-0.081		-0.020		0.085	0.978
	0.135	0.017	0.013								
H4	0.001	0.020	0.179	0.105	0.080	-0.118			0.955	0.121	-0.081
	0.051										
PI1	0.042	-0.116		-0.436		0.062	0.115	0.432	-0.018		0.743
	0.195	-0.017									
PI2	0.175	0.077	0.196	-0.187		-0.020		0.050	-0.198		0.914
	0.102	0.057									
PI3	-0.140		-0.030		0.101	-0.037		-0.013			-0.135
	0.014	0.974	-0.029		0.029						
PI4	-0.051		0.071	0.070	0.210	-0.076			-0.308		0.233
	0.038	-0.091									0.883
BI1	0.046	0.085	-0.024		-0.120		0.223	-0.008			-0.135
	0.026	0.947	-0.094								
BI2	-0.042		-0.078		0.022	0.110	-0.205		0.007	0.124	-0.024
	0.956	0.087									
UB1	-0.191		-0.137		0.049	-0.107		-0.135		0.115	-0.212
	0.500	0.097	0.771								
UB2	-0.332		-0.206		0.257	0.065	-0.277		-0.029		0.027
	0.400	0.042	0.733								
UB3	0.349	0.110	-0.286		0.054	0.353	-0.058		0.072	-0.420	-
	0.061	0.684									
UB4	0.288	0.292	-0.115		-0.026		0.163	-0.023		0.106	-0.607
	-0.092		0.635								

Note: Loadings and cross-loadings shown are after oblique rotation and Kaiser normalization.

 * Structure loadings and cross-loadings *

	PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB
PE1	0.819	0.658	0.616	0.569	0.574	0.517	0.520	0.632	0.622	0.343
PE2	0.819	0.639	0.620	0.545	0.584	0.561	0.592	0.650	0.543	0.341
PE3	0.880	0.688	0.650	0.574	0.608	0.581	0.626	0.672	0.560	0.381
PE4	0.823	0.642	0.581	0.508	0.525	0.477	0.527	0.490	0.488	0.341
PE5	0.818	0.732	0.635	0.552	0.590	0.544	0.601	0.553	0.528	0.358
EE1	0.661	0.812	0.581	0.566	0.552	0.517	0.570	0.580	0.526	0.262
EE2	0.679	0.891	0.619	0.569	0.618	0.592	0.636	0.610	0.500	0.338
EE3	0.701	0.863	0.712	0.542	0.617	0.671	0.657	0.612	0.565	0.362
EE4	0.665	0.779	0.679	0.523	0.517	0.583	0.533	0.626	0.495	0.320
SI1	0.722	0.742	0.880	0.665	0.636	0.654	0.665	0.708	0.578	0.316
SI2	0.644	0.690	0.895	0.546	0.552	0.644	0.605	0.622	0.544	0.279
SI3	0.572	0.574	0.827	0.597	0.558	0.462	0.523	0.470	0.461	0.248
FC1	0.555	0.539	0.592	0.855	0.570	0.422	0.450	0.493	0.489	0.200
FC2	0.530	0.550	0.604	0.894	0.598	0.448	0.472	0.459	0.383	0.249
PC3	0.618	0.601	0.588	0.819	0.719	0.546	0.594	0.594	0.426	0.319
HM1	0.638	0.641	0.642	0.687	0.853	0.570	0.597	0.627	0.584	0.276
HM2	0.613	0.631	0.625	0.646	0.872	0.615	0.629	0.621	0.454	0.300
HM3	0.518	0.561	0.524	0.606	0.870	0.559	0.577	0.538	0.412	0.235

HM4	0.522	0.432	0.410	0.466	0.702	0.507	0.549	0.496	0.336	0.172
PV1	0.586	0.656	0.615	0.502	0.616	0.891	0.683	0.682	0.539	0.278
Pv2	0.585	0.642	0.650	0.511	0.605	0.917	0.754	0.690	0.512	0.203
PV3	0.569	0.608	0.566	0.468	0.618	0.890	0.746	0.637	0.447	0.279
H1	0.637	0.653	0.620	0.509	0.626	0.743	0.892	0.699	0.474	0.181
H2	0.558	0.588	0.545	0.496	0.593	0.658	0.844	0.583	0.422	0.214
H3	0.548	0.584	0.579	0.450	0.586	0.716	0.887	0.590	0.427	0.203
H4	0.651	0.667	0.653	0.590	0.666	0.691	0.848	0.670	0.470	0.260
PI1	0.556	0.544	0.494	0.467	0.582	0.670	0.612	0.803	0.521	0.206
PI2	0.677	0.666	0.638	0.495	0.574	0.640	0.614	0.863	0.524	0.294
PI3	0.572	0.589	0.577	0.480	0.568	0.593	0.595	0.843	0.458	0.201
PI4	0.569	0.584	0.575	0.536	0.556	0.549	0.594	0.784	0.446	0.154
BI1	0.610	0.580	0.559	0.460	0.537	0.514	0.470	0.573	0.906	0.247
BI2	0.584	0.549	0.545	0.454	0.448	0.492	0.466	0.499	0.906	0.341
UB1	0.272	0.256	0.208	0.146	0.182	0.230	0.153	0.245	0.256	0.715
UB2	0.245	0.239	0.261	0.198	0.152	0.217	0.177	0.227	0.231	0.766
UB3	0.392	0.324	0.247	0.303	0.331	0.219	0.224	0.197	0.257	0.721
UB4	0.338	0.306	0.233	0.225	0.218	0.159	0.168	0.096	0.208	0.726

Note: Loadings and cross-loadings are unrotated.

 * Normalized structure loadings and cross-loadings *

	PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB
PE1	0.433	0.348	0.326	0.301	0.303	0.273	0.275	0.334	0.329	0.182
PE2	0.432	0.337	0.327	0.287	0.308	0.296	0.312	0.342	0.286	0.180
PE3	0.439	0.344	0.325	0.287	0.303	0.290	0.312	0.336	0.280	0.190
PE4	0.471	0.367	0.332	0.291	0.300	0.273	0.301	0.280	0.279	0.195
PE5	0.429	0.384	0.333	0.290	0.310	0.286	0.315	0.290	0.277	0.188
EE1	0.362	0.445	0.318	0.310	0.302	0.283	0.312	0.318	0.288	0.143
EE2	0.346	0.455	0.316	0.291	0.316	0.302	0.325	0.311	0.256	0.173
EE3	0.345	0.425	0.350	0.267	0.304	0.330	0.324	0.302	0.278	0.178
EE4	0.360	0.422	0.367	0.283	0.280	0.316	0.288	0.339	0.268	0.173
SI1	0.341	0.350	0.415	0.314	0.300	0.308	0.314	0.334	0.272	0.149
SI2	0.329	0.352	0.457	0.279	0.282	0.329	0.309	0.318	0.278	0.142
SI3	0.331	0.332	0.478	0.345	0.323	0.267	0.303	0.272	0.267	0.143
FC1	0.325	0.316	0.347	0.501	0.334	0.247	0.264	0.289	0.287	0.117
FC2	0.309	0.320	0.352	0.521	0.349	0.261	0.275	0.268	0.223	0.145
PC3	0.327	0.318	0.312	0.434	0.381	0.289	0.315	0.314	0.226	0.169
HM1	0.322	0.324	0.324	0.347	0.431	0.288	0.302	0.316	0.295	0.140
HM2	0.315	0.324	0.321	0.331	0.447	0.316	0.323	0.319	0.233	0.154
HM3	0.292	0.316	0.295	0.342	0.491	0.315	0.326	0.303	0.233	0.133
HM4	0.346	0.286	0.271	0.308	0.465	0.335	0.363	0.328	0.222	0.113
PV1	0.298	0.333	0.312	0.255	0.313	0.453	0.347	0.346	0.274	0.141
Pv2	0.293	0.321	0.325	0.256	0.303	0.459	0.378	0.345	0.256	0.102
PV3	0.298	0.318	0.296	0.245	0.323	0.466	0.391	0.334	0.234	0.146
H1	0.320	0.328	0.311	0.256	0.315	0.373	0.448	0.351	0.238	0.091
H2	0.309	0.326	0.302	0.275	0.328	0.364	0.467	0.323	0.234	0.118
H3	0.297	0.317	0.314	0.244	0.318	0.389	0.482	0.320	0.232	0.110
H4	0.325	0.333	0.326	0.294	0.332	0.345	0.423	0.334	0.234	0.130
PI1	0.311	0.305	0.277	0.262	0.326	0.375	0.343	0.450	0.292	0.115

PI2	0.348	0.343	0.328	0.255	0.295	0.330	0.316	0.444	0.270	0.151
PI3	0.318	0.328	0.321	0.267	0.316	0.330	0.331	0.470	0.255	0.112
PI4	0.324	0.332	0.328	0.305	0.317	0.313	0.338	0.446	0.254	0.088
BI1	0.340	0.323	0.312	0.256	0.299	0.287	0.262	0.320	0.505	0.138
BI2	0.338	0.317	0.315	0.262	0.259	0.285	0.269	0.289	0.524	0.197
UB1	0.279	0.263	0.213	0.150	0.187	0.236	0.157	0.252	0.263	0.733
UB2	0.243	0.237	0.259	0.196	0.151	0.215	0.176	0.225	0.229	0.759
UB3	0.351	0.291	0.221	0.271	0.297	0.196	0.201	0.177	0.230	0.647
UB4	0.339	0.307	0.234	0.225	0.219	0.160	0.169	0.096	0.208	0.729

Note: Loadings and cross-loadings shown are unrotated and after Kaiser normalization.

 * Indicator weights *

	PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB	Type (a)
	SE	P value		VIF	WLS	ES					
PE1	0.236	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect
	0.068	<0.001		2.323	1	0.194					
PE2	0.237	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect
	0.068	<0.001		2.355	1	0.194					
PE3	0.254	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect
	0.067	<0.001		2.794	1	0.224					
PE4	0.238	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect
	0.068	<0.001		2.583	1	0.196					
PE5	0.236	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect
	0.068	<0.001		2.379	1	0.193					
EE1	0.000	0.289	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect
	0.067	<0.001		2.098	1	0.235					
EE2	0.000	0.318	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect
	0.067	<0.001		2.902	1	0.283					
EE3	0.000	0.308	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect
	0.067	<0.001		2.408	1	0.266					
EE4	0.000	0.278	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect
	0.067	<0.001		1.754	1	0.216					
SI1	0.000	0.000	0.390	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect
	0.066	<0.001		2.171	1	0.343					
SI2	0.000	0.000	0.396	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect
	0.066	<0.001		2.313	1	0.355					
SI3	0.000	0.000	0.366	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect
	0.066	<0.001		1.676	1	0.302					
FC1	0.000	0.000	0.000	0.388	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect
	0.066	<0.001		1.900	1	0.332					
FC2	0.000	0.000	0.000	0.406	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect
	0.065	<0.001		2.201	1	0.363					
PC3	0.000	0.000	0.000	0.372	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect
	0.066	<0.001		1.637	1	0.305					
HM1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.312	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect
	0.067	<0.001		2.188	1	0.266					
HM2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.318	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect
	0.067	<0.001		2.396	1	0.278					

HM3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.318	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect
	0.067	<0.001		2.278	1	0.276					
HM4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.257	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect
	0.067	<0.001		1.404	1	0.180					
PV1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.367	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect
	0.066	<0.001		2.375	1	0.327					
Pv2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.378	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect
	0.066	<0.001		2.830	1	0.346					
PV3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.367	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect
	0.066	<0.001		2.360	1	0.326					
H1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.296	0.000	0.000	0.000	Reflect
	0.067	<0.001		2.781	1	0.264					
H2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.280	0.000	0.000	0.000	Reflect
	0.067	<0.001		2.142	1	0.236					
H3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.294	0.000	0.000	0.000	Reflect
	0.067	<0.001		2.696	1	0.261					
H4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.281	0.000	0.000	0.000	Reflect
	0.067	<0.001		2.176	1	0.239					
PI1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.296	0.000	0.000	Reflect
	0.067	<0.001		1.726	1	0.237					
PI2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.318	0.000	0.000	Reflect
	0.067	<0.001		2.215	1	0.274					
PI3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.311	0.000	0.000	Reflect
	0.067	<0.001		2.058	1	0.262					
PI4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.289	0.000	0.000	Reflect
	0.067	<0.001		1.636	1	0.226					
BI1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.552	0.000	Reflect
	0.064	<0.001		1.704	1	0.500					
BI2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.552	0.000	Reflect
	0.064	<0.001		1.704	1	0.500					
UB1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.333	Reflect
	0.066	<0.001		1.646	1	0.238					
UB2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.357	Reflect
	0.066	<0.001		1.721	1	0.273					
UB3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.336	Reflect
	0.066	<0.001		1.605	1	0.243					
UB4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.339	Reflect
	0.066	<0.001		1.586	1	0.246					

Notes: P values < 0.05 and VIFs < 2.5 are desirable for formative indicators; VIF = indicator variance inflation factor;
WLS = indicator weight-loading sign (-1 = Simpson's paradox in l.v.);
ES = indicator effect size.

* Latent variable coefficients *

R-squared coefficients

PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB
								0.740	0.296

Adjusted R-squared coefficients

PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB
								0.729	0.281

Composite reliability coefficients

PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB
0.918	0.904	0.901	0.892	0.896	0.927	0.924	0.894	0.902	0.822

Cronbach's alpha coefficients

PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB
0.889	0.857	0.836	0.818	0.843	0.882	0.891	0.842	0.783	0.712

Average variances extracted

PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB
0.692	0.701	0.753	0.734	0.684	0.809	0.754	0.679	0.821	0.536

Full collinearity VIFs

PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB
4.034	4.051	3.380	2.654	3.207	3.671	3.798	3.221	1.972	1.260

Q-squared coefficients

PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB
								0.507	0.296

Minimum and maximum values

PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB	
-4.526		-4.289		-4.359		-4.274		-4.436		-4.167
4.136	-4.709		-4.329		-3.214					
1.621	1.645	1.698	1.833	1.713	1.644	1.684	1.611	0.981	1.845	

Medians (top) and modes (bottom)

PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB	
0.084	0.162	0.184	0.307	0.175	0.191	0.229	0.031	-0.346		0.097
0.084	0.162	0.184	0.307	0.175	0.191	0.229	0.031	-0.346		-0.424

Skewness (top) and exc. kurtosis (bottom) coefficients

SI	<0.001	<0.001	1.000	<0.001	<0.001	<0.001
	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001		
FC	<0.001	<0.001	<0.001	1.000	<0.001	<0.001
	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001		
HM	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	1.000	<0.001
	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001		
PV	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	1.000
	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001		
H	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001
	1.000	<0.001	<0.001	<0.001		
PI	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001
	<0.001	1.000	<0.001	<0.001		
BI	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001
	<0.001	<0.001	1.000	<0.001		
UB	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001
	<0.001	<0.001	<0.001	1.000		

Correlations among l.v. error terms with VIFs

	(e)BI	(e)UB
(e)BI	1.006	-0.078
(e)UB	-0.078	1.006

Notes: Variance inflation factors (VIFs) shown on diagonal. Error terms included (a.k.a. residuals) are for endogenous l.vs.

P values for correlations

	(e)BI	(e)UB
(e)BI	1.000	0.275
(e)UB	0.275	1.000

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEBRIAH HAJAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

	PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB
BI	11.521		16.823		7.407	3.865	7.916	10.021		11.786
	8.127									
UB				1.405			1.902	1.653	1.064	

Note: These VIFs are for the latent variables on each column (predictors), with reference to the latent variables on each row (criteria).

 * Indirect and total effects *

Indirect effects for paths with 2 segments

 PE EE SI FC HM PV H PI BI UB

UB 0.149 0.009 0.005 -0.024 0.005 0.059 0.073 0.045

Number of paths with 2 segments

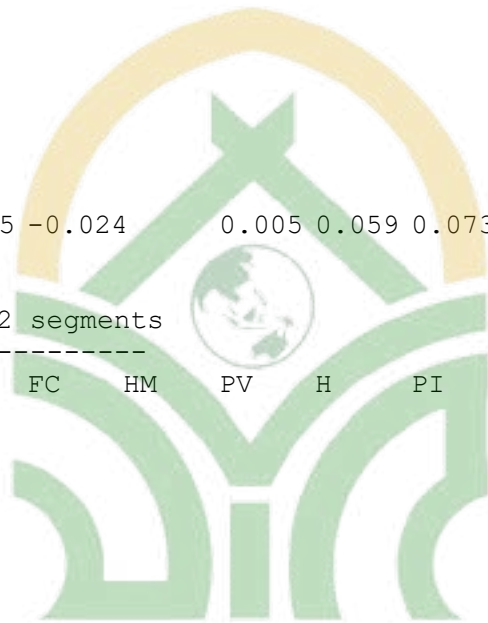
 PE EE SI FC HM PV H PI BI UB

UB 1 1 1 1 1 1 1 1

P values of indirect effects for paths with 2 segments

 PE EE SI FC HM PV H PI BI UB

UB 0.001 0.429 0.463 0.312 0.460 0.118 0.071 0.185



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

Standard errors of indirect effects for paths with 2 segments

	PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB
UB	0.049	0.050	0.050	0.050	0.050	0.049	0.049	0.050		

Effect sizes of indirect effects for paths with 2 segments

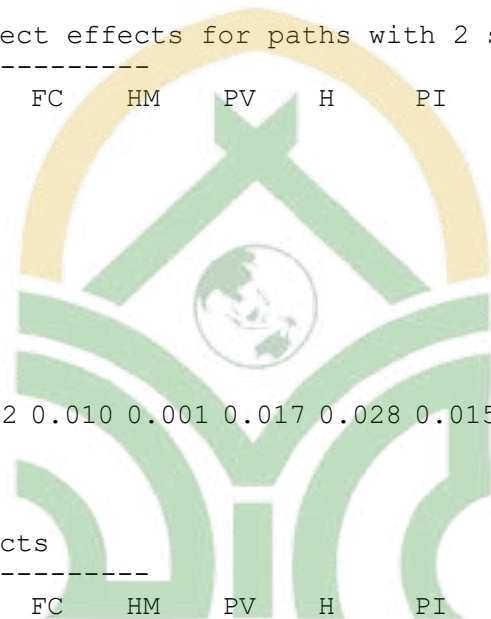
	PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB
UB	0.063	0.003	0.002	0.010	0.001	0.017	0.028	0.015		

Sums of indirect effects

	PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB
UB	0.149	0.009	0.005	-0.024		0.005	0.059	0.073	0.045	

Number of paths for indirect effects

	PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

UB 1 1 1 1 1 1 1 1 1

P values for sums of indirect effects

 PE EE SI FC HM PV H PI BI UB

UB 0.001 0.429 0.463 0.312 0.460 0.118 0.071 0.185

Standard errors for sums of indirect effects

 PE EE SI FC HM PV H PI BI UB

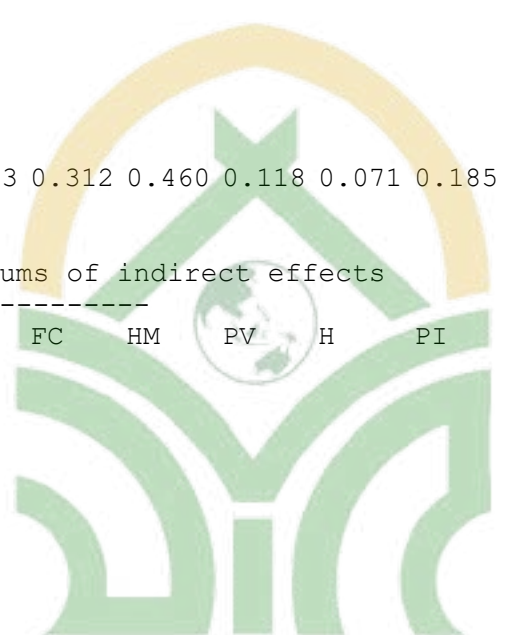
UB 0.049 0.050 0.050 0.050 0.050 0.049 0.049 0.050

Effect sizes for sums of indirect effects

 PE EE SI FC HM PV H PI BI UB

UB 0.063 0.003 0.002 0.010 0.001 0.017 0.028 0.015

Total effects



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYERIF ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDEMPURAN

 PE EE SI FC HM PV H PI BI UB

BI 0.508 0.031 0.016 -0.083 0.017 0.200 0.248 0.152
 UB 0.149 0.009 0.005 0.210 0.005 0.059 0.209 0.148 0.293

Number of paths for total effects

 PE EE SI FC HM PV H PI BI UB

BI 1 1 1 1 1 1 1 1
 UB 1 1 1 2 1 1 2 2 1

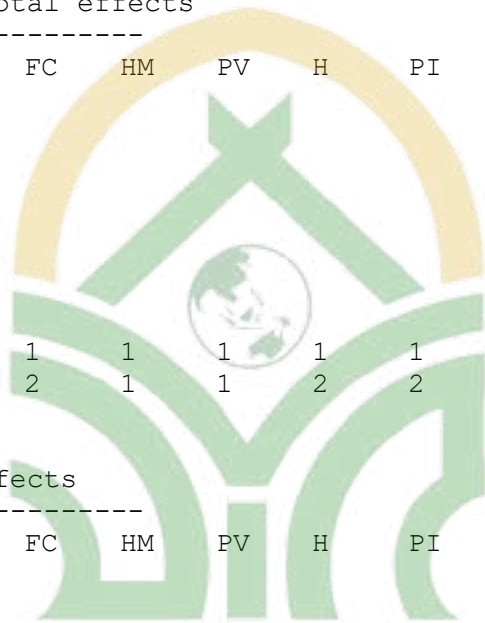
P values for total effects

 PE EE SI FC HM PV H PI BI UB

BI <0.001 0.331 0.410 0.117 0.405 0.002 <0.001 0.014
 UB 0.001 0.429 0.463 0.001 0.460 0.118 0.001 0.016 <0.001

Standard errors for total effects

 PE EE SI FC HM PV H PI BI UB



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

BI	0.064	0.070	0.070	0.070	0.070	0.068	0.067	0.069		
UB	0.049	0.050	0.050	0.068	0.050	0.049	0.068	0.069	0.067	

Effect sizes for total effects

	PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB
--	----	----	----	----	----	----	---	----	----	----

BI	0.363	0.021	0.010	0.046	0.011	0.127	0.152	0.101		
UB	0.063	0.003	0.002	0.085	0.001	0.017	0.080	0.051	0.114	

 * Causality assessment coefficients *

Path-correlation signs

	PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB
--	----	----	----	----	----	----	---	----	----	----

BI	1	1	1	-1	1	1	1	1	1	
UB				1			1	1	1	1

Notes: path-correlation signs; negative sign (i.e., -1) = Simpson's paradox.

R-squared contributions

	PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB
--	----	----	----	----	----	----	---	----	----	----

BI	0.363	0.021	0.010	-0.046		0.011	0.127	0.152	0.101
UB				0.095			0.052	0.035	0.114

Notes: R-squared contributions of predictor lat. vars.; columns = predictor lat. vars.; rows = criteria lat. vars.; negative sign = reduction in R-squared.

Path-correlation ratios

	PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB
--	----	----	----	----	----	----	---	----	----	----

BI	0.711	0.045	0.024	0.150	0.027	0.315	0.402	0.229		
UB				0.580			0.355	0.304	0.756	

Notes: absolute path-correlation ratios; ratio > 1 indicates statistical suppression; 1 < ratio <= 1.3: weak suppression; 1.3 < ratio <= 1.7: medium; 1.7 < ratio: strong.

Path-correlation differences

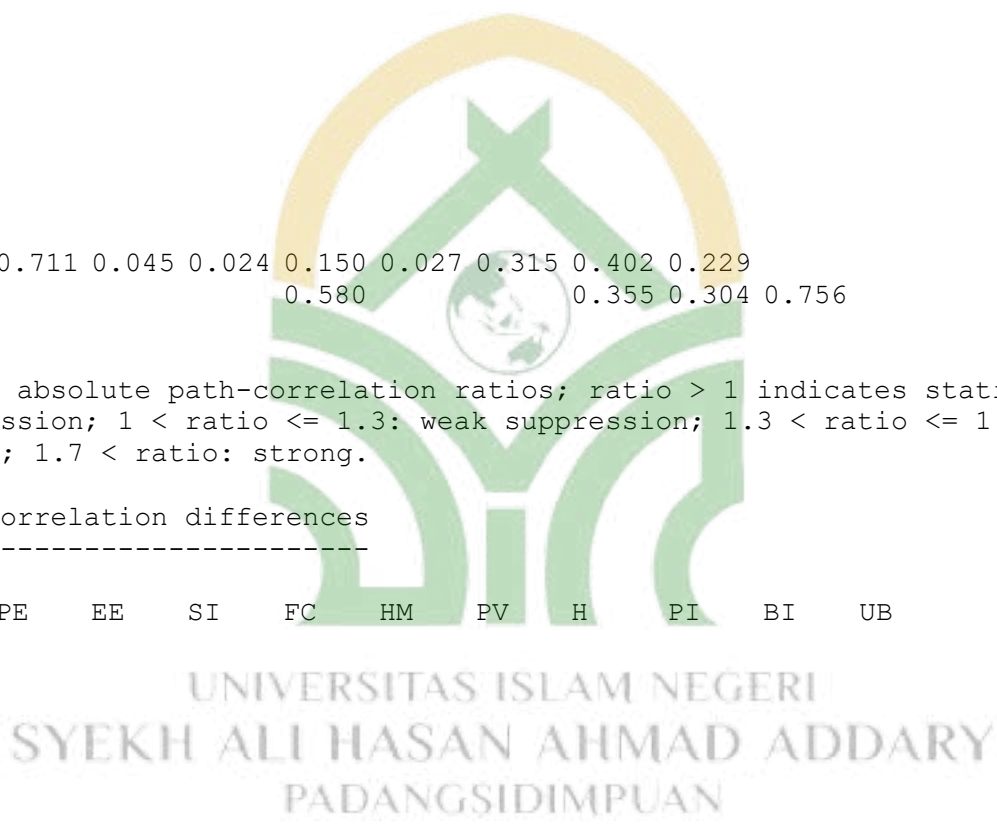
	PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB
--	----	----	----	----	----	----	---	----	----	----

BI	0.207	0.652	0.639	0.638	0.615	0.435	0.368	0.513		
UB				0.169			0.247	0.237	0.095	

Note: absolute path-correlation differences.

P values for path-correlation differences

	PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB
--	----	----	----	----	----	----	---	----	----	----



BI	0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001
	<0.001	<0.001							
UB			0.007			<0.001	<0.001	<0.001	0.087

Note: P values for absolute path-correlation differences.

Warp2 bivariate causal direction ratios

	PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB
BI	1.045	1.036	1.039	1.034	1.008	1.009	1.035	1.015		
UB				0.781			0.797	0.944	0.869	

Notes: Warp2 bivariate causal direction ratios; ratio > 1 supports reversed link; 1 < ratio <= 1.3: weak support; 1.3 < ratio <= 1.7: medium; 1.7 < ratio: strong.

Warp2 bivariate causal direction differences

	PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	PI	BI	UB
BI	0.031	0.024	0.025	0.019	0.005	0.005	0.021	0.010		
UB				0.087			0.071	0.018	0.050	

Note: absolute Warp2 bivariate causal direction differences.

P values for Warp2 bivariate causal direction differences

PE EE SI FC HM PV H PI BI UB

BI 0.328 0.365 0.360 0.395 0.471 0.470 0.384 0.444
 UB 0.106 0.153 0.399 0.237

Note: P values for absolute Warp2 bivariate causal direction differences.

Warp3 bivariate causal direction ratios

 PE EE SI FC HM PV H PI BI UB

BI 1.026 1.015 1.034 1.033 1.014 0.990 1.002 1.019
 UB 0.811 0.755 0.904 0.879

Notes: Warp3 bivariate causal direction ratios; ratio > 1 supports reversed link; 1 < ratio <= 1.3: weak support; 1.3 < ratio <= 1.7: medium; 1.7 < ratio: strong.

Warp3 bivariate causal direction differences

 PE EE SI FC HM PV H PI BI UB

BI 0.019 0.010 0.022 0.018 0.009 0.006 0.001 0.013
 UB 0.076 0.094 0.033 0.047

Note: absolute Warp3 bivariate causal direction differences.

P values for Warp3 bivariate causal direction differences

PE EE SI FC HM PV H PI BI UB

BI	0.396	0.441	0.376	0.397	0.451	0.465	0.492	0.428		
UB				0.137			0.089	0.321	0.253	

Note: P values for absolute Warp3 bivariate causal direction differences.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

Data Tabulasi Variabel (X1) *Performance Expectancy*

No	PE1	PE2	PE3	PE4	PE5
1	5	5	4	3	3
2	5	5	4	4	4
3	5	4	4	4	3
4	4	3	3	3	3
5	4	4	4	5	4
6	4	3	4	4	4
7	4	5	4	3	4
8	4	3	4	4	3
9	4	4	3	4	4
10	4	4	4	4	4
11	5	4	4	4	3
12	5	5	4	4	4
13	5	5	4	4	4
14	5	4	4	5	4
15	5	4	4	4	4
16	4	4	4	3	4
17	4	4	3	4	4
18	4	4	3	3	3
19	4	4	3	3	4
20	5	5	4	4	4
21	4	4	3	3	4
22	4	4	3	3	4
23	4	2	3	3	4
24	5	4	4	4	3
25	5	5	4	4	4
26	5	4	4	4	5
27	4	4	4	4	4
28	4	4	3	3	3
29	5	5	4	3	3
30	4	4	3	3	3
31	5	4	3	4	3
32	4	5	4	3	4
33	4	4	4	5	5
34	5	5	3	3	3
35	4	5	4	4	4
36	4	3	4	5	4
37	5	4	4	4	3
38	5	4	4	5	4
39	4	3	4	3	2
40	5	5	4	2	2
41	5	5	4	4	4
42	5	5	4	4	4
43	4	4	3	2	2

44	5	3	4	4	4
45	5	4	4	3	3
46	5	4	4	4	4
47	4	4	3	3	4
48	5	5	4	4	3
49	4	4	4	5	3
50	5	5	4	4	4
51	4	5	4	4	4
52	5	5	4	3	3
53	4	4	4	3	4
54	4	4	4	3	3
55	4	4	3	3	3
56	3	4	3	3	3
57	5	5	4	4	4
58	4	4	4	4	4
59	5	5	4	4	4
60	4	4	4	4	3
61	4	4	4	4	3
62	4	4	3	4	4
63	4	4	4	4	4
64	4	4	4	3	3
65	4	3	3	3	3
66	3	4	4	3	3
67	3	3	3	3	4
68	4	4	4	4	4
69	4	4	4	4	4
70	4	4	3	3	4
71	4	4	4	4	4
72	4	4	4	4	4
73	4	4	4	4	4
74	4	4	4	4	4
75	4	4	3	3	3
76	5	4	4	4	4
77	4	4	4	4	4
78	4	4	3	3	3
79	5	5	4	4	4
80	5	5	4	4	4
81	5	5	5	4	5
82	4	5	4	5	4
83	5	4	4	5	5
84	5	5	5	5	5
85	3	5	4	4	5
86	5	4	4	5	4
87	5	5	4	5	4
88	5	4	4	4	5

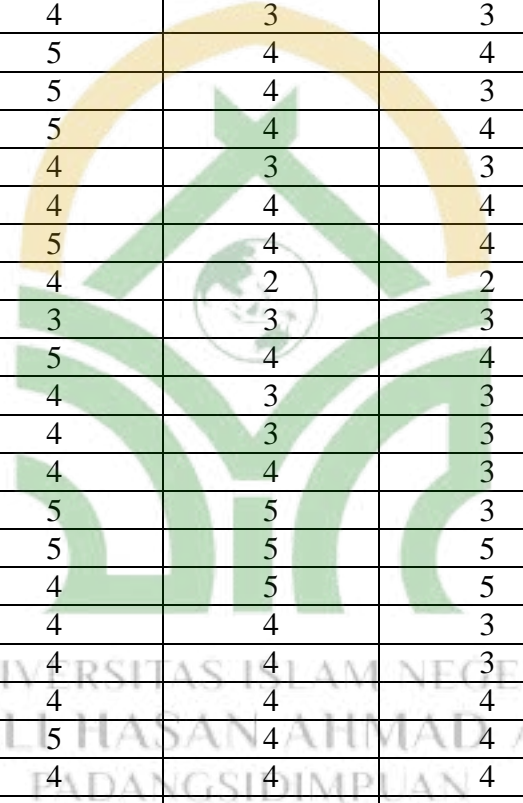
89	5	4	5	4	4
90	5	4	4	4	5
91	4	5	5	4	4
92	5	4	4	4	4
93	5	5	4	4	4
94	4	4	4	4	4
95	5	4	4	4	4
96	5	5	4	4	4
97	4	4	4	4	4
98	4	4	4	4	3
99	5	4	4	4	4
100	5	5	4	4	4
101	4	4	5	4	3
102	5	4	4	4	4
103	2	3	3	2	2
104	3	3	3	4	4
105	3	2	1	1	1
106	4	4	3	3	3
107	4	4	4	4	4
108	4	4	3	4	4
109	4	4	4	4	4
110	4	4	4	3	4
111	4	5	4	5	5
112	4	4	4	4	4
113	5	5	5	5	5
114	4	4	4	4	4
115	1	2	1	2	1
116	5	4	4	4	4
117	5	5	5	5	5
118	5	4	4	4	4
119	4	4	4	4	4
120	4	4	4	4	4
121	4	4	4	4	4
122	5	5	5	5	5
123	5	5	5	4	5
124	5	4	5	5	4
125	5	5	5	4	5
126	4	3	4	3	3
127	2	1	2	2	1
128	5	5	5	5	5
129	5	5	5	5	5
130	5	5	5	5	5
131	3	5	4	4	4
132	5	4	4	4	4
133	1	1	1	1	1

134	5	5	5	5	5
135	1	1	1	1	1
136	5	4	5	4	5
137	1	1	1	1	1
138	4	4	4	4	4
139	4	4	4	4	4
140	3	3	3	4	4
141	4	4	4	4	4
142	4	4	4	4	4
143	5	4	4	4	4
144	5	5	5	5	5
145	4	2	4	4	4
146	5	5	5	5	3
147	4	4	4	4	4
148	5	5	5	5	5
149	4	4	4	3	3
150	5	4	4	4	4
151	5	5	5	5	5
152	4	3	4	4	4
153	2	3	1	5	5
154	4	4	4	4	4
155	3	3	3	4	1
156	3	4	4	4	4
157	4	4	4	4	4
158	3	3	3	3	3
159	5	4	4	5	4
160	5	5	4	4	4
161	5	4	4	4	4
162	4	4	3	4	4
163	4	4	3	3	4
164	4	4	4	4	4
165	4	4	5	4	4
166	3	3	4	4	4
167	4	4	4	4	3
168	4	4	4	4	4
169	4	4	4	4	4
170	4	4	3	3	3
171	5	4	4	4	4
172	4	4	4	4	3
173	4	4	4	4	4
174	4	4	4	5	4
175	5	5	4	4	4
176	4	4	5	4	4
177	4	4	4	4	4
178	4	4	4	4	3

179	5	5	4	4	4
180	4	4	4	4	4
181	4	4	4	4	4
182	4	4	4	4	3
183	4	4	4	4	4
184	4	4	3	3	3
185	4	4	4	3	3
186	4	4	4	4	3
187	4	4	4	4	5
188	5	4	4	4	4
189	4	3	3	4	4
190	4	4	4	5	4
191	5	4	3	3	3
192	4	4	4	4	4
193	5	4	4	4	4
194	4	4	4	4	4
195	4	4	4	4	5
196	4	5	5	4	4
197	5	5	4	3	4
198	5	4	4	4	4
199	4	4	4	4	4
200	4	4	4	4	4

Data Tabulasi Variabel (X2) *Effort Expectancy*

No	EE1	EE2	EE3	EE4
1	4	4	4	4
2	3	3	4	4
3	3	3	3	4
4	4	3	3	4
5	5	4	4	4
6	4	4	4	4
7	4	4	3	3
8	4	4	4	3
9	5	4	4	4
10	5	4	4	2
11	5	4	4	3
12	4	4	4	4
13	5	4	4	5
14	5	4	4	4
15	4	4	4	5
16	5	4	4	4
17	4	4	4	4
18	3	4	4	4
19	4	4	3	4



20	4	3	3	4
21	4	4	3	4
22	4	4	3	4
23	4	4	3	5
24	4	4	4	4
25	5	4	4	4
26	3	3	3	4
27	3	3	4	4
28	3	4	4	4
29	4	4	4	5
30	4	3	4	5
31	4	4	3	4
32	4	3	3	5
33	5	4	4	4
34	5	4	3	4
35	5	4	4	4
36	4	3	3	4
37	4	4	4	4
38	5	4	4	4
39	4	2	2	3
40	3	3	3	3
41	5	4	4	4
42	4	3	3	3
43	4	3	3	4
44	4	4	3	4
45	5	5	3	3
46	5	5	5	3
47	4	5	5	4
48	4	4	3	4
49	4	4	3	4
50	4	4	4	4
51	5	4	4	4
52	4	4	4	4
53	5	4	4	5
54	4	4	4	4
55	4	4	4	4
56	4	4	3	3
57	4	4	3	4
58	4	4	4	4
59	5	5	5	4
60	4	4	4	4
61	3	3	3	3
62	4	4	3	4
63	4	4	4	4
64	4	4	3	3

65	4	4	4	4
66	4	3	4	4
67	4	4	4	4
68	4	4	4	4
69	4	4	3	3
70	4	4	4	4
71	4	4	5	5
72	5	4	4	4
73	4	4	4	4
74	3	3	4	4
75	4	4	4	4
76	4	4	4	4
77	4	4	4	4
78	4	4	4	4
79	4	4	4	4
80	3	4	4	4
81	5	5	5	4
82	4	4	5	4
83	5	5	5	4
84	4	5	5	5
85	4	5	5	4
86	4	3	5	3
87	3	5	5	4
88	5	4	5	4
89	4	4	4	4
90	4	4	4	4
91	3	3	4	4
92	5	4	4	4
93	3	3	4	4
94	5	4	5	4
95	5	4	5	4
96	3	3	4	4
97	4	3	5	4
98	4	4	4	4
99	4	4	4	4
100	5	4	3	3
101	4	4	4	4
102	4	4	5	4
103	2	2	2	2
104	4	4	4	4
105	1	1	1	1
106	3	3	4	3
107	4	4	4	4
108	4	4	4	4
109	4	4	4	4

110	4	3	3	3
111	4	5	5	4
112	4	4	4	4
113	5	5	5	5
114	4	4	4	4
115	1	1	2	2
116	4	4	4	5
117	5	4	4	4
118	4	5	5	5
119	4	4	4	4
120	4	4	4	4
121	4	4	4	4
122	5	5	5	5
123	5	5	4	5
124	4	4	4	5
125	4	5	5	4
126	4	4	4	
127	2	2	1	1
128	5	5	5	5
129	4	5	5	5
130	5	5	5	5
131	5	4	4	5
132	4	4	4	4
133	1	1	1	1
134	5	5	5	5
135	1	1	1	1
136	5	4	4	4
137	1	1	1	1
138	4	3	4	4
139	4	4	4	4
140	4	4	4	4
141	4	4	4	4
142	4	4	4	3
143	4	4	4	4
144	5	5	5	5
145	3	5	5	4
146	5	4	5	5
147	4	5	4	4
148	5	5	5	5
149	4	4	4	3
150	4	4	4	4
151	5	5	5	5
152	5	4	4	4
153	5	5	1	1
154	4	4	4	4

155	1	1	1	5
156	4	4	4	3
157	4	4	4	4
158	3	3	3	3
159	4	4	4	5
160	4	5	4	4
161	4	4	4	4
162	4	4	4	4
163	4	4	4	4
164	5	4	4	3
165	4	4	4	4
166	4	3	3	3
167	4	4	3	3
168	4	4	3	4
169	4	3	3	3
170	4	4	4	4
171	5	4	4	4
172	4	3	3	3
173	4	3	5	4
174	4	4	4	4
175	4	4	4	4
176	4	4	5	4
177	5	4	3	4
178	4	3	4	4
179	3	3	4	3
180	4	4	4	4
181	3	3	3	4
182	4	4	4	4
183	4	3	3	3
184	4	4	4	4
185	4	5	5	4
186	4	4	4	4
187	3	3	4	4
188	3	4	4	4
189	4	4	4	4
190	4	4	4	4
191	3	4	5	4
192	4	4	3	3
193	4	4	4	4
194	3	3	3	4
195	4	4	5	4
196	4	4	4	4
197	4	5	4	5
198	4	4	4	4
199	4	4	4	4

200	5	4	4	4
-----	---	---	---	---

Data Tabulasi Variabel (X3) Social Influence

No	SI1	SI2	SI3
1	4	4	4
2	5	4	4
3	4	4	4
4	4	4	4
5	4	4	4
6	4	5	4
7	4	4	3
8	4	5	4
9	4	4	5
10	4	3	4
11	4	4	3
12	4	3	4
13	4	4	4
14	4	3	4
15	4	4	3
16	4	4	3
17	4	5	4
18	4	5	4
19	4	4	4
20	4	3	3
21	4	4	3
22	5	4	4
23	4	4	4
24	4	4	3
25	4	4	3
26	4	4	4
27	3	4	4
28	4	4	3
29	4	4	4
30	4	4	4
31	4	3	3
32	4	4	4
33	5	5	4
34	4	4	3
35	4	4	3
36	4	3	4
37	5	4	4
38	4	4	3
39	4	3	3
40	3	3	3

41	4	5	4
42	4	4	3
43	4	3	3
44	4	4	3
45	4	3	3
46	4	4	4
47	5	5	5
48	4	4	3
49	4	3	4
50	5	5	4
51	4	4	4
52	5	5	4
53	4	4	5
54	4	4	4
55	4	4	3
56	3	3	3
57	4	4	4
58	4	4	4
59	4	4	4
60	4	4	4
61	4	4	4
62	4	4	4
63	4	4	4
64	3	3	3
65	3	3	4
66	4	4	4
67	4	5	5
68	4	4	4
69	4	4	4
70	4	3	3
71	4	3	4
72	4	4	4
73	4	4	4
74	4	4	4
75	4	4	4
76	4	4	4
77	4	4	4
78	5	4	4
79	4	4	3
80	4	4	5
81	5	5	4
82	5	5	5
83	5	5	4
84	4	4	4
85	5	4	3

86	5	5	5
87	5	2	4
88	5	4	3
89	4	4	4
90	4	4	4
91	5	4	4
92	4	4	4
93	3	3	4
94	4	4	4
95	4	4	4
96	4	4	4
97	4	4	4
98	4	4	4
99	5	4	4
100	4	4	4
101	4	3	4
102	4	4	4
103	2	2	2
104	2	5	4
105	1	1	1
106	3	4	4
107	4	4	4
108	4	4	4
109	4	4	4
110	3	3	4
111	5	5	4
112	4	4	4
113	5	5	5
114	4	4	4
115	2	2	2
116	4	4	4
117	4	4	4
118	4	5	4
119	4	4	4
120	4	4	4
121	4	4	4
122	5	5	5
123	4	4	4
124	4	4	4
125	5	5	5
126	4	5	3
127	2	2	2
128	5	5	4
129	5	5	4
130	5	5	3

131	4	5	4
132	5	5	4
133	1	1	1
134	5	5	3
135	1	1	1
136	4	5	4
137	1	1	1
138	2	3	3
139	4	4	3
140	3	3	4
141	4	4	4
142	4	4	4
143	4	4	4
144	5	5	5
145	3	2	4
146	4	4	4
147	4	4	4
148	5	5	5
149	4	3	4
150	4	4	5
151	5	5	5
152	4	3	4
153	2	2	2
154	4	4	4
155	1	3	5
156	3	4	1
157	4	4	4
158	3	3	3
159	4	4	4
160	4	4	4
161	4	3	3
162	4	4	4
163	4	4	4
164	4	4	4
165	3	3	3
166	4	4	4
167	3	4	4
168	4	4	4
169	4	4	4
170	4	4	4
171	4	4	4
172	4	4	4
173	4	4	4
174	4	4	4
175	4	4	5

176	5	4	4
177	4	3	4
178	4	4	4
179	4	4	4
180	5	4	4
181	4	4	4
182	5	4	4
183	3	4	4
184	4	4	4
185	4	4	4
186	5	4	4
187	4	4	4
188	4	4	4
189	4	4	4
190	3	3	3
191	4	4	4
192	4	3	4
193	4	4	3
194	4	4	4
195	4	4	4
196	4	4	5
197	4	4	4
198	4	4	4
199	4	4	4
200	5	5	5

Data Tabulasi Variabel (X4) *Facilitating Conditions*

No	FC1	FC2	PC3
1	4	4	4
2	3	2	4
3	4	4	3
4	3	4	3
5	4	3	4
6	4	4	4
7	3	3	4
8	5	4	3
9	4	4	4
10	4	4	4
11	4	5	4
12	4	3	4
13	5	4	4
14	4	4	3
15	4	4	3
16	4	3	3
17	4	4	3

18	4	3	4
19	4	4	4
20	4	3	3
21	4	3	3
22	4	4	3
23	5	4	4
24	4	3	4
25	5	4	4
26	4	3	4
27	3	4	3
28	4	3	4
29	5	4	3
30	5	4	4
31	4	4	3
32	5	4	3
33	4	4	5
34	4	4	3
35	4	3	4
36	4	4	4
37	4	4	4
38	4	4	3
39	4	3	3
40	4	3	3
41	4	3	4
42	4	3	3
43	4	3	4
44	4	4	3
45	4	4	4
46	4	3	2
47	4	4	4
48	4	3	4
49	4	4	4
50	4	4	4
51	5	4	4
52	4	4	4
53	4	4	4
54	4	3	4
55	4	4	4
56	4	4	4
57	4	4	4
58	4	3	3
59	4	4	4
60	3	3	3
61	5	4	4
62	2	3	4

63	4	4	4
64	3	3	3
65	3	3	2
66	3	4	4
67	4	4	4
68	4	4	3
69	5	5	4
70	4	4	3
71	4	4	4
72	5	4	4
73	4	4	4
74	4	4	4
75	4	3	3
76	4	4	4
77	3	4	4
78	5	5	4
79	4	4	4
80	4	4	4
81	5	5	5
82	4	4	3
83	5	4	5
84	5	4	3
85	3	4	4
86	4	5	5
87	5	4	5
88	3	4	5
89	4	4	4
90	4	4	4
91	4	4	4
92	5	4	4
93	4	4	4
94	4	4	4
95	3	2	3
96	5	4	4
97	4	4	4
98	5	4	4
99	4	4	4
100	4	3	4
101	4	3	3
102	4	4	4
103	3	2	4
104	4	3	2
105	1	2	3
106	4	4	4
107	4	4	4

108	4	4	4
109	4	4	4
110	4	4	4
111	3	5	3
112	4	4	4
113	4	3	4
114	3	4	4
115	2	2	2
116	4	4	4
117	4	5	5
118	3	4	4
119	4	4	4
120	4	4	4
121	4	4	4
122	5	5	5
123	4	4	5
124	5	4	5
125	5	5	5
126	4	4	4
127	2	2	2
128	3	4	5
129	4	4	5
130	4	3	5
131	4	5	4
132	5	4	4
133	1	1	1
134	4	3	5
135	1	1	1
136	4	4	4
137	3	3	1
138	3	3	3
139	3	3	4
140	4	4	4
141	4	4	4
142	4	3	4
143	4	4	4
144	5	5	5
145	2	3	5
146	5	5	5
147	4	4	4
148	5	5	5
149	3	3	3
150	4	5	4
151	5	5	5
152	4	4	4

153	3	4	3
154	4	4	4
155	1	1	1
156	1	1	1
157	4	4	4
158	3	3	3
159	4	4	4
160	5	4	4
161	4	4	4
162	4	3	3
163	4	4	3
164	4	3	3
165	4	4	4
166	4	3	3
167	4	4	4
168	4	4	4
169	4	4	3
170	4	4	4
171	5	4	4
172	4	4	4
173	4	4	4
174	5	4	4
175	4	4	4
176	4	4	3
177	3	4	4
178	4	4	3
179	4	4	4
180	4	4	4
181	4	4	3
182	4	4	4
183	4	4	4
184	4	4	3
185	4	4	4
186	4	4	4
187	4	4	3
188	4	4	4
189	4	4	4
190	5	4	4
191	3	3	4
192	4	4	3
193	3	3	3
194	4	4	4
195	3	3	3
196	5	4	4
197	4	5	5

198	4	4	4
199	4	4	4
200	5	5	5

Data Tabulasi Variabel (X5) *Hedonic Motivation*

No	HM1	HM2	HM3	HM4
1	4	4	3	5
2	4	3	3	5
3	3	3	3	4
4	4	4	4	3
5	4	4	3	3
6	4	5	4	4
7	3	4	4	4
8	4	3	4	3
9	4	4	4	4
10	4	3	3	5
11	4	5	4	4
12	4	4	3	4
13	4	5	4	4
14	5	4	4	4
15	4	3	3	4
16	4	4	4	4
17	4	4	4	3
18	4	3	4	4
19	4	4	3	3
20	4	4	3	3
21	5	4	4	4
22	4	3	3	3
23	3	3	3	3
24	4	3	3	3
25	4	4	4	4
26	4	4	3	3
27	4	3	3	4
28	4	3	4	4
29	4	4	5	4
30	5	4	4	5
31	4	4	3	4
32	4	4	3	3
33	3	4	3	4
34	4	3	3	3
35	4	4	3	4
36	4	4	3	4
37	5	4	4	3
38	4	4	4	4
39	4	3	3	4
40	4	3	4	4

41	5	4	4	4
42	4	3	3	4
43	4	4	4	4
44	4	4	3	3
45	4	3	2	3
46	4	3	2	4
47	4	3	3	4
48	4	5	5	4
49	4	4	3	3
50	4	4	4	4
51	4	4	5	5
52	5	4	4	5
53	4	4	4	4
54	4	3	3	3
55	4	3	3	3
56	3	4	4	4
57	3	3	3	4
58	4	4	4	4
59	5	4	4	4
60	3	3	4	4
61	5	4	4	4
62	4	4	4	2
63	4	5	4	4
64	4	5	4	4
65	4	4	4	3
66	4	3	4	3
67	4	4	4	4
68	4	4	5	4
69	4	5	4	4
70	4	4	4	3
71	5	5	4	4
72	4	4	4	4
73	4	4	4	3
74	4	4	4	3
75	4	4	4	4
76	4	3	4	4
77	4	4	4	5
78	5	4	5	4
79	4	4	5	5
80	4	4	4	5
81	5	5	4	5
82	5	4	5	4
83	5	4	5	4
84	4	4	4	4
85	4	4	4	4

86	4	5	4	5
87	5	4	5	5
88	5	5	4	3
89	5	4	5	3
90	4	4	4	3
91	4	4	5	5
92	4	4	4	4
93	4	4	4	4
94	4	4	4	4
95	4	4	4	4
96	4	4	4	4
97	4	3	4	3
98	4	4	4	4
99	4	4	4	4
100	4	4	3	4
101	4	4	3	2
102	4	4	4	4
103	4	4	5	4
104	3	3	4	5
105	3	2	3	3
106	4	4	4	4
107	4	4	4	4
108	4	4	5	4
109	4	4	4	4
110	4	4	4	4
111	5	4	5	2
112	4	4	4	4
113	5	5	5	5
114	4	4	4	4
115	1	2	2	2
116	4	4	5	2
117	4	4	4	4
118	4	5	5	4
119	4	4	4	3
120	4	4	4	4
121	4	4	4	4
122	5	5	5	3
123	4	4	5	4
124	5	4	4	4
125	5	5	5	4
126	4	4	4	4
127	2	3	3	3
128	5	5	5	5
129	4	5	5	5
130	5	5	5	5

131	4	4	5	5
132	4	4	4	5
133	1	1	1	1
134	5	5	5	5
135	1	1	1	1
136	4	4	4	4
137	1	1	1	1
138	3	3	4	4
139	3	4	4	4
140	3	3	3	3
141	4	4	4	4
142	4	4	4	4
143	4	4	4	4
144	5	5	5	5
145	5	5	4	5
146	5	3	4	3
147	4	4	4	4
148	5	5	5	5
149	4	3	4	3
150	5	5	4	4
151	5	5	5	5
152	4	4	4	4
153	4	2	5	4
154	4	4	4	4
155	1	2	1	1
156	1	1	1	4
157	4	4	4	4
158	3	3	3	3
159	4	4	5	4
160	4	4	4	4
161	3	3	4	4
162	3	3	3	3
163	4	4	4	3
164	4	4	4	4
165	4	3	4	5
166	4	4	4	4
167	5	4	4	4
168	5	4	4	3
169	4	3	4	4
170	4	4	4	2
171	4	4	5	4
172	4	3	3	3
173	4	4	4	5
174	4	4	4	4
175	5	5	5	5

176	3	4	4	3
177	3	3	4	4
178	4	3	4	4
179	4	3	3	5
180	4	4	4	3
181	4	4	4	4
182	5	4	4	3
183	4	4	5	5
184	4	4	4	3
185	4	4	4	3
186	4	4	5	4
187	4	3	3	3
188	5	4	4	4
189	4	4	4	5
190	4	4	4	5
191	4	4	4	4
192	4	4	4	5
193	3	3	3	3
194	4	4	4	5
195	5	4	4	4
196	4	4	4	5
197	4	5	5	4
198	4	4	4	4
199	4	4	4	4
200	5	5	5	5

Data Tabulasi Variabel (X6) Price Value

No	PV1	PV2	PV3
1	5	4	4
2	4	4	4
3	4	4	4
4	4	3	4
5	5	5	4
6	4	5	4
7	4	4	4
8	3	4	4
9	4	3	3
10	4	4	3
11	4	4	4
12	4	4	4
13	4	5	4
14	4	4	3
15	4	4	4
16	4	4	4
17	4	4	3

18	4	4	4
19	4	3	3
20	4	4	4
21	4	4	4
22	4	3	3
23	4	4	3
24	4	4	4
25	4	4	3
26	4	4	4
27	4	4	4
28	4	3	3
29	4	5	4
30	4	5	4
31	4	4	4
32	4	4	3
33	4	4	4
34	4	4	4
35	4	4	3
36	4	4	3
37	4	4	4
38	4	4	4
39	4	4	4
40	4	4	4
41	4	4	4
42	4	3	3
43	4	4	3
44	4	2	2
45	3	4	3
46	4	2	2
47	4	4	4
48	4	4	4
49	4	4	3
50	4	4	4
51	4	4	4
52	4	5	4
53	5	4	4
54	4	4	3
55	4	4	4
56	4	4	4
57	3	3	3
58	4	4	4
59	4	4	4
60	4	4	5
61	3	3	3
62	5	4	4

63	4	3	3
64	4	4	4
65	4	4	4
66	4	4	4
67	5	4	4
68	4	4	3
69	4	4	4
70	4	4	4
71	4	4	4
72	3	4	4
73	4	4	4
74	4	4	4
75	4	4	4
76	4	4	4
77	4	4	4
78	4	4	4
79	4	4	3
80	5	5	5
81	5	4	5
82	5	4	5
83	3	4	3
84	5	4	5
85	5	4	5
86	5	5	5
87	5	4	4
88	5	4	5
89	4	4	4
90	4	4	4
91	4	4	4
92	4	4	3
93	4	4	4
94	4	4	4
95	3	3	3
96	3	3	3
97	4	4	4
98	4	4	4
99	4	4	4
100	3	4	4
101	4	4	3
102	4	4	4
103	4	4	4
104	5	5	5
105	3	1	1
106	4	4	4
107	4	4	4

108	4	4	4
109	4	4	4
110	3	2	3
111	3	4	4
112	4	4	4
113	5	5	5
114	4	4	4
115	2	2	2
116	4	4	4
117	4	4	5
118	5	5	5
119	4	4	4
120	4	4	4
121	4	4	4
122	5	5	5
123	4	4	4
124	4	4	4
125	5	5	4
126	4	4	4
127	2	2	3
128	5	5	5
129	5	5	5
130	5	5	5
131	5	4	4
132	4	4	5
133	1	1	1
134	5	5	5
135	1	1	1
136	4	4	4
137	1	1	1
138	4	4	4
139	4	3	4
140	3	3	3
141	4	4	4
142	3	4	4
143	4	4	4
144	5	5	5
145	4	4	4
146	5	3	4
147	4	4	4
148	5	5	5
149	4	4	3
150	4	4	4
151	5	5	5
152	4	4	4

153	2	1	5
154	4	4	4
155	1	1	1
156	5	5	5
157	4	4	4
158	3	3	3
159	4	4	4
160	4	2	4
161	4	4	4
162	4	4	4
163	4	4	4
164	3	3	3
165	4	3	3
166	4	4	4
167	3	3	4
168	4	4	4
169	4	4	4
170	4	4	4
171	4	4	4
172	4	4	4
173	4	4	4
174	5	4	4
175	4	4	4
176	4	4	4
177	2	2	2
178	4	4	4
179	3	4	4
180	4	4	4
181	4	4	3
182	4	4	4
183	4	3	3
184	4	4	4
185	4	4	3
186	5	4	4
187	4	4	3
188	5	4	4
189	5	4	4
190	3	3	3
191	5	4	4
192	4	4	4
193	4	3	3
194	4	3	2
195	3	3	4
196	3	4	4
197	4	4	5

198	4	4	4
199	4	4	4
200	5	5	5

Data Tabulasi Variabel (X7) *Habit*

No	H1	H2	H3	H4
1	3	4	4	4
2	4	3	4	4
3	4	3	4	4
4	4	4	4	3
5	4	4	4	4
6	4	4	5	5
7	5	4	4	4
8	3	4	4	3
9	4	4	4	4
10	4	4	3	3
11	4	3	4	4
12	4	4	4	3
13	4	4	5	4
14	4	5	4	3
15	4	4	3	3
16	4	3	4	4
17	4	4	3	4
18	3	2	4	4
19	4	3	3	4
20	4	3	4	4
21	5	4	4	4
22	4	3	4	3
23	3	2	4	3
24	3	4	3	4
25	4	3	3	3
26	4	3	3	4
27	3	3	3	3
28	4	4	4	3
29	4	4	3	4
30	4	4	4	3
31	3	4	4	4
32	4	3	4	4
33	4	3	3	3
34	4	4	3	4
35	4	3	3	3
36	4	3	4	4
37	5	4	4	4
38	4	3	4	4
39	4	4	4	3

40	4	4	3	4
41	5	4	4	4
42	4	4	4	4
43	4	4	4	3
44	2	2	2	3
45	4	2	4	4
46	3	2	3	3
47	5	5	5	5
48	4	3	3	3
49	4	4	4	5
50	5	4	4	4
51	4	4	4	5
52	4	4	4	4
53	4	5	4	4
54	4	4	3	3
55	5	3	4	4
56	4	3	3	4
57	4	4	3	4
58	4	4	3	3
59	5	4	4	4
60	4	5	5	4
61	4	4	4	3
62	5	4	4	4
63	4	3	3	4
64	4	4	5	4
65	4	4	4	4
66	4	5	4	4
67	4	3	3	3
68	4	3	4	4
69	5	4	3	4
70	5	4	4	4
71	4	4	4	4
72	4	4	4	4
73	4	4	4	4
74	4	4	4	4
75	4	4	4	4
76	4	4	3	3
77	4	4	5	4
78	3	3	3	4
79	3	3	3	3
80	4	5	4	5
81	5	5	5	5
82	4	5	4	5
83	4	5	4	5
84	5	4	5	4

85	5	4	4	4
86	5	5	5	5
87	5	4	4	5
88	5	4	5	4
89	4	4	3	4
90	4	3	3	3
91	4	4	4	4
92	4	4	4	4
93	4	4	4	4
94	3	4	4	4
95	4	4	4	4
96	5	4	4	4
97	4	4	4	4
98	3	4	4	3
99	4	4	4	3
100	4	4	4	4
101	4	4	4	4
102	5	4	4	4
103	4	4	4	4
104	5	5	5	3
105	1	1	1	1
106	4	4	4	4
107	4	5	4	4
108	4	4	4	3
109	4	4	4	4
110	3	3	3	3
111	4	2	4	4
112	4	4	4	4
113	5	5	5	5
114	4	4	4	4
115	1	1	2	2
116	4	4	4	5
117	5	4	4	4
118	5	4	5	5
119	4	4	4	4
120	4	4	3	3
121	4	4	4	4
122	5	5	5	5
123	4	4	4	4
124	4	4	4	4
125	5	5	5	5
126	4	4	4	4
127	2	2	3	3
128	5	5	5	5
129	5	5	5	5

130	5	5	5	5
131	5	5	4	5
132	4	5	4	4
133	1	1	1	1
134	4	4	5	5
135	1	1	1	1
136	4	4	4	4
137	1	2	1	1
138	4	3	4	4
139	4	3	4	4
140	3	3	3	4
141	4	4	4	4
142	4	4	4	4
143	4	4	4	4
144	5	5	5	5
145	5	5	3	4
146	2	4	1	4
147	4	4	4	4
148	5	5	5	5
149	3	3	3	4
150	4	4	4	4
151	5	5	5	5
152	4	4	4	4
153	3	4	3	2
154	4	4	4	4
155	1	1	1	1
156	5	5	5	3
157	4	4	4	4
158	3	3	3	3
159	4	3	4	4
160	4	4	4	4
161	4	4	4	3
162	4	4	4	4
163	3	3	3	3
164	4	4	3	3
165	4	5	4	4
166	4	3	4	4
167	4	3	4	4
168	4	4	3	4
169	4	4	4	4
170	4	3	4	4
171	4	4	4	5
172	4	4	5	4
173	4	4	4	4
174	4	4	4	4

175	4	4	4	4
176	4	4	3	3
177	4	5	4	4
178	4	4	4	4
179	4	4	4	4
180	4	3	4	4
181	3	4	4	3
182	5	4	4	4
183	3	3	3	3
184	4	4	4	3
185	4	4	4	4
186	4	4	4	4
187	4	4	4	4
188	4	4	4	4
189	4	4	4	4
190	3	4	4	4
191	4	4	4	5
192	4	3	4	4
193	3	3	3	4
194	4	4	4	3
195	3	3	3	4
196	4	4	4	5
197	4	4	5	4
198	4	4	4	4
199	4	4	4	4
200	5	5	5	5

Data Tabulasi Variabel (X8) *Personal Innovativeness*

No	PI1	PI2	PI3	PI4
1	5	4	5	4
2	4	4	5	4
3	4	4	4	4
4	4	3	5	3
5	5	4	4	4
6	4	4	4	4
7	5	4	4	4
8	4	4	4	4
9	4	3	3	4
10	4	3	4	3
11	5	5	5	4
12	3	4	5	4
13	5	4	4	4
14	4	4	5	4
15	5	4	5	4
16	4	5	5	4

17	4	4	3	4
18	4	4	5	4
19	4	5	5	4
20	4	5	4	4
21	4	4	5	4
22	4	4	4	3
23	4	3	5	4
24	4	4	4	3
25	4	4	5	4
26	5	5	5	4
27	4	4	4	4
28	4	4	5	3
29	5	5	5	4
30	5	4	4	4
31	4	3	3	3
32	4	4	3	4
33	4	5	5	4
34	4	4	5	4
35	4	4	4	4
36	4	3	4	4
37	5	5	5	5
38	4	5	5	3
39	4	3	4	4
40	4	4	5	4
41	4	4	5	4
42	3	4	5	4
43	4	3	5	4
44	3	4	4	4
45	3	4	4	4
46	4	3	3	3
47	4	5	5	5
48	5	5	5	4
49	4	3	4	5
50	4	4	4	5
51	4	3	5	4
52	4	4	5	4
53	5	4	4	5
54	4	5	5	4
55	4	4	3	3
56	4	4	4	3
57	4	4	5	4
58	5	5	5	4
59	5	5	5	5
60	4	4	5	4
61	4	4	4	4

62	4	4	4	3
63	4	4	4	4
64	4	3	4	3
65	4	4	5	4
66	4	4	4	4
67	4	4	4	3
68	4	4	3	4
69	4	4	4	4
70	4	5	5	5
71	4	4	4	4
72	3	4	4	4
73	4	4	4	4
74	4	4	4	4
75	4	4	4	4
76	4	4	4	3
77	4	4	4	5
78	3	4	5	5
79	4	4	4	4
80	5	4	4	4
81	4	5	5	4
82	4	4	5	4
83	5	4	5	4
84	4	4	4	5
85	5	5	4	4
86	4	4	4	4
87	3	4	4	5
88	3	5	5	5
89	4	4	4	3
90	4	4	4	4
91	4	5	5	4
92	3	4	4	4
93	5	4	4	3
94	5	4	4	4
95	3	4	4	4
96	4	4	4	4
97	4	4	4	4
98	4	4	4	4
99	4	4	4	3
100	4	4	4	3
101	4	4	4	4
102	3	4	4	4
103	5	4	4	3
104	2	4	3	3
105	3	1	1	1
106	4	4	4	5

107	4	3	4	3
108	4	4	4	3
109	4	4	4	4
110	3	3	3	3
111	4	4	3	4
112	4	4	4	4
113	5	5	5	5
114	4	4	4	4
115	2	2	2	2
116	4	4	4	4
117	4	4	5	5
118	5	5	4	4
119	4	4	4	4
120	3	3	5	3
121	4	4	4	4
122	5	5	5	5
123	4	5	5	3
124	4	5	5	4
125	5	5	5	5
126	4	4	4	4
127	3	3	3	3
128	5	5	5	5
129	5	5	5	1
130	5	5	5	5
131	4	5	5	5
132	4	4	4	5
133	1	1	1	1
134	5	5	5	5
135	1	1	1	1
136	4	4	4	4
137	1	1	1	1
138	4	4	4	3
139	4	4	4	4
140	3	3	3	4
141	4	4	4	4
142	2	3	3	2
143	3	4	3	4
144	5	5	4	5
145	5	4	4	5
146	4	4	3	5
147	4	4	4	4
148	5	5	5	5
149	3	4	4	3
150	4	4	5	3
151	5	5	5	5

152	4	4	4	4
153	4	2	1	3
154	4	4	4	4
155	1	4	1	2
156	5	4	4	4
157	4	4	4	4
158	3	3	4	4
159	4	4	5	3
160	4	5	4	4
161	5	4	4	4
162	4	3	3	3
163	3	4	4	4
164	4	4	4	4
165	4	4	4	4
166	4	3	4	4
167	4	4	4	4
168	4	4	4	4
169	5	4	4	4
170	4	4	4	3
171	4	4	4	4
172	4	4	4	4
173	4	4	4	4
174	4	4	4	4
175	4	4	4	4
176	4	4	4	4
177	4	4	5	4
178	4	3	3	4
179	4	3	4	5
180	4	4	4	4
181	4	4	4	4
182	4	4	3	4
183	4	4	4	4
184	4	3	4	4
185	3	3	4	3
186	5	4	5	5
187	4	4	3	3
188	5	4	4	5
189	4	4	3	4
190	4	4	4	4
191	4	4	5	4
192	4	4	4	4
193	4	4	4	4
194	3	3	3	4
195	3	3	4	4
196	4	4	5	4

197	4	4	4	4
198	4	4	4	4
199	4	4	4	4
200	5	5	5	5

Data Tabulasi Variabel (Y) Behavioral Intention

NO	BI1	BI2	Total
1	4	4	8
2	5	5	10
3	4	4	8
4	4	4	8
5	5	5	10
6	4	4	8
7	4	4	8
8	5	5	10
9	4	4	8
10	4	4	8
11	5	4	9
12	5	4	9
13	5	5	10
14	4	4	8
15	5	5	10
16	5	4	9
17	5	4	9
18	4	4	8
19	4	4	8
20	4	4	8
21	4	4	8
22	4	4	8
23	4	3	7
24	4	4	8
25	4	4	8
26	5	5	10
27	4	3	7
28	5	4	9
29	5	5	10
30	5	5	10
31	4	4	8
32	4	4	8
33	5	4	9
34	4	3	7
35	4	4	8
36	4	3	7
37	5	4	9
38	5	4	9
39	5	5	10
40	5	5	10
41	5	5	10

42	4	4	8
43	4	4	8
44	5	4	9
45	4	4	8
46	5	5	10
47	5	5	10
48	4	4	8
49	5	5	10
50	5	5	10
51	4	4	8
52	5	5	10
53	5	5	10
54	5	5	10
55	4	4	8
56	4	4	8
57	4	4	8
58	4	4	8
59	4	3	7
60	4	4	8
61	4	4	8
62	4	4	8
63	4	5	9
64	4	4	8
65	5	5	10
66	4	4	8
67	5	4	9
68	4	4	8
69	5	5	10
70	4	4	8
71	5	5	10
72	4	4	8
73	4	4	8
74	4	4	8
75	4	4	8
76	4	4	8
77	4	4	8
78	4	4	8
79	5	5	10
80	4	4	8
81	5	4	9
82	5	4	9
83	5	5	10
84	5	5	10
85	4	4	8
86	5	5	10
87	5	4	9
88	5	5	10
89	5	5	10
90	5	5	10

91	4	3	7
92	4	4	8
93	5	5	10
94	5	5	10
95	5	5	10
96	4	4	8
97	5	4	9
98	5	4	9
99	5	5	10
100	4	4	8
101	4	4	8
102	4	4	8
103	5	2	7
104	4	4	8
105	3	3	6
106	5	3	8
107	3	4	7
108	5	4	9
109	4	4	8
110	4	4	8
111	5	4	9
112	4	4	8
113	5	5	10
114	5	5	10
115	1	1	2
116	5	5	10
117	4	5	9
118	5	4	9
119	5	4	9
120	4	4	8
121	4	4	8
122	5	5	10
123	5	5	10
124	4	4	8
125	5	5	10
126			0
127	1	3	4
128	5	4	9
129	5	5	10
130	5	5	10
131	3	3	6
132	4	5	9
133	1	1	2
134	5	5	10
135	1	1	2
136	5	4	9
137	1	1	2
138	4	4	8
139	4	4	8

140	5	4	9
141	4	4	8
142	4	4	8
143	4	4	8
144	5	5	10
145	4	1	5
146	5	5	10
147	5	4	9
148	5	5	10
149	4	3	7
150	4	4	8
151	5	5	10
152	4	2	6
153	5	1	6
154	4	4	8
155	4	1	5
156	4	4	8
157	4	4	8
158	3	3	6
159	4	4	8
160	5	4	9
161	5	5	10
162	4	4	8
163	5	5	10
164	5	5	10
165	5	5	10
166	4	4	8
167	4	4	8
168	5	5	10
169	5	5	10
170	5	5	10
171	4	4	8
172	5	5	10
173	5	5	10
174	5	5	10
175	5	4	9
176	4	3	7
177	4	4	8
178	4	4	8
179	4	4	8
180	5	5	10
181	5	4	9
182	5	5	10
183	5	5	10
184	5	5	10
185	4	4	8
186	4	3	7
187	5	5	10
188	5	4	9

189	5	5	10
190	5	5	10
191	5	4	9
192	5	5	10
193	5	4	9
194	4	2	6
195	5	5	10
196	4	4	8
197	2	4	6
198	5	4	9
199	4	4	8
200	5	2	7

Data Tabulasi Variabel (Z) Use Behavior

NO	UB1	UB2	UB3	UB4
1	4	4	5	4
2	4	4	3	3
3	4	4	3	3
4	5	5	4	4
5	4	4	4	5
6	4	4	4	4
7	4	5	4	4
8	4	4	4	4
9	4	4	3	4
10	4	4	5	4
11	4	4	4	3
12	5	5	4	4
13	4	4	4	3
14	5	5	4	4
15	5	5	4	4
16	5	5	4	4
17	4	4	5	4
18	4	4	3	4
19	3	5	4	3
20	5	5	4	4
21	4	4	4	4
22	5	5	4	4
23	4	4	3	3
24	5	4	3	4
25	5	4	4	4
26	5	5	4	4
27	4	4	4	3
28	5	5	4	4
29	5	5	4	4
30	4	4	3	3
31	5	5	3	4

32	5	4	4	3
33	5	5	4	4
34	4	4	3	2
35	5	4	4	3
36	4	4	3	4
37	5	4	4	4
38	5	4	5	4
39	4	4	3	3
40	4	4	3	3
41	4	4	4	3
42	4	4	3	3
43	4	4	3	3
44	4	4	4	3
45	5	5	4	4
46	5	5	4	4
47	4	4	4	3
48	4	4	4	3
49	4	4	3	4
50	4	4	3	3
51	5	5	4	4
52	5	5	4	4
53	5	5	4	4
54	4	5	4	4
55	5	4	4	4
56	4	4	4	4
57	4	4	3	3
58	4	4	4	3
59	5	5	4	4
60	5	5	4	4
61	4	4	4	3
62	4	5	4	4
63	5	4	4	4
64	4	4	4	3
65	4	4	3	3
66	4	4	4	4
67	4	4	4	4
68	4	4	4	4
69	5	5	4	4
70	4	4	4	3
71	5	5	5	5
72	4	4	4	4
73	4	4	4	4
74	4	4	4	4
75	4	4	4	4
76	5	4	4	4

77	4	4	4	4
78	4	4	4	4
79	5	5	5	5
80	5	5	4	4
81	5	5	5	5
82	5	5	5	5
83	4	5	5	5
84	5	4	5	5
85	5	4	4	4
86	4	5	4	3
87	5	5	5	4
88	4	5	5	4
89	4	4	5	4
90	4	4	5	5
91	4	4	4	4
92	5	5	4	4
93	5	5	5	5
94	4	4	4	5
95	4	4	4	4
96	4	4	4	4
97	4	4	4	4
98	5	4	4	4
99	4	4	4	4
100	4	4	5	5
101	4	4	4	4
102	5	4	4	4
103	3	3	3	2
104	4	4	4	4
105	5	4	4	4
106	5	4	3	3
107	4	4	4	4
108	4	4	4	4
109	4	4	4	4
110	4	4	5	5
111	3	3	5	5
112	4	5	4	4
113	5	5	5	5
114	5	5	5	4
115	4	5	4	5
116	4	4	5	5
117	5	5	5	5
118	4	4	4	4
119	4	4	4	4
120	4	4	4	4
121	4	4	4	4

122	5	5	4	5
123	5	5	5	5
124	4	5	5	4
125	5	5	5	5
126	4	4	4	4
127	4	4	4	4
128	5	5	5	5
129	5	5	4	5
130	5	5	5	5
131	5	4	2	4
132	5	4	5	5
133	4	4	3	4
134	5	5	5	5
135	4	5	3	4
136	5	5	5	5
137	3	4	5	3
138	4	4	4	3
139	4	4	4	4
140	4	4	3	3
141	4	4	4	4
142	4	4	4	3
143	3	4	4	4
144	4	5	5	5
145	5	3	5	4
146	5	5	5	5
147	4	4	4	4
148	5	5	5	5
149	3	3	3	4
150	4	4	4	5
151	5	5	5	5
152	3	4	4	3
153	3	2	4	5
154	2	2	4	4
155	5	4	4	4
156	5	4	4	4
157	4	4	4	4
158	3	3	3	3
159	3	5	5	5
160	4	4	5	5
161	4	4	4	4
162	4	4	4	4
163	5	5	4	4
164	4	4	4	3
165	4	4	5	4
166	4	4	4	4

167	5	5	4	3
168	5	4	4	4
169	4	4	5	4
170	5	5	4	4
171	5	4	4	4
172	5	5	5	5
173	4	4	4	4
174	4	4	4	5
175	5	4	4	4
176	4	4	4	4
177	4	4	4	5
178	4	4	4	4
179	4	4	4	4
180	5	5	5	5
181	4	4	4	4
182	4	4	4	4
183	5	4	4	4
184	5	5	5	4
185	4	4	4	4
186	4	4	4	4
187	4	4	4	4
188	4	4	4	4
189	4	4	4	4
190	4	4	4	5
191	5	5	4	4
192	4	4	5	5
193	4	4	4	5
194	4	4	4	4
195	5	5	4	4
196	5	5	5	4
197	4	5	5	4
198	4	4	5	4
199	4	4	4	4
200	5	5	5	4

Padangsidimpuan, 2024

Kepada Yth,
Bapak/ Ibu
Di tempat

Assalamu' alaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat,

Dengan perantara surat ini, saya bermohon kepada Bapak/Ibu untuk mengisi angket penelitian saya yang berjudul: **ADOPSI MODEL UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 3 PADA NASABAH PENGGUNA MOBILE BANKING PERBANKAN SYARIAH DI KABUPATEN PADANG LAWAS UTARA.** Untuk pengisian angket ini tidak akan mempengaruhi jawaban Bapak/Ibu, karena isi jawaban Bapak/Ibu bersifat rahasia dan hanya dipergunakan untuk penelitian saya.

Demikian surat permohonan ini saya ajukan atas perhatian Bapak/Ibu saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

NUREIA SINTIA DAULAY
NIM. 22 502 00029

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama: Dr. Utari Evy Cahyani, MM

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

“ADOPTSI MODEL *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY* 3 PADA NASABAH PENGGUNA MOBILE BANKING PERBANKAN SYARIAH DI KABUPATEN PADANG LAWAS UTARA”.

Yang disusun oleh:

Nama : Nurfa Sintia Daulay
Nim : 22 502 00029
Fakultas : Pascasarjana
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan masukan dan penelitian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidempuan, Januari 2024

Validator

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M
NIP. 19870521 201503 2 004

LEMBAR VALIDASI ANGKET NIAT

BERPERILAKU

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Beri tanda *checklist* () pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

No	Indikator	No Soal	V	VR	TV
1	Niat adopsi teknologi	1			
2	Niat Merekomendasikan adopsi teknologi kepada orang lain	2			

Catatan:

Padangsidempuan, Januari 2024

Validator

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

Dr. Utari Eyy Cahyani, S.P., M.M
NIP. 19870521 201503 2 004

LEMBAR VALIDASI ANGKET
PERILAKU PENGGUNA

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. beri tanda *checklist* () pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

No	Indikator	No Soal	V	VR	TV
1	Persepsi Kemudahan Pengguna	1			
2	Persepsi Manfaat	2			
3	Kepuasan Pengguna	3			
4	Adopsi Teknologi	4			

Catatan:

UNIVERSITAS ISLAM PADANG
SYEKH ALI HASAN ARMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

Padangsidimpuan, Januari 2024

Validator

Dr. Utari Eyy Cahyani, S.P., M.M
NIP. 19870521 201503 2 004

LEMBAR VALIDASI ANGKET

EKSPEKTASI KINERJA

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. beri tanda *checklist* () pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

No	Indikator	No Soal	V	VR	TV
1	Manfaat dalam aktivitas sehari-hari	1,2			
2	Meningkatkan efisiensi	3			
3	Meningkatkan Peluang	4			
4	Peningkatan Produktivitas	5			

Catatan:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
Padangsidempuan, Januari 2024
Validator

Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M
NIP. 19870521 201503 2 004

**LEMBAR VALIDASI ANGKET
EKSPEKTASI USAHA**

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. beri tanda *checklist* () pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

No	Indikator	No Soal	V	VR	TV
1	Kemudahan dan keadilan dalam penggunaan	1			
2	Keterbacaan dan kemudahan belajar	2			
3	Antar muka yang ramah pengguna	3			
4	Keterpahaman yang mudah	4			

Catatan:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
Padangsidempuan, Januari 2024
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
Validator
PADANGSIDIMPUAN

Dr. Utari Eyy Cahyani, S.P., M.M
NIP. 19870521 201503 2 004

LEMBAR VALIDASI ANGKET
KEMAMPUAN SOSIAL

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. beri tanda *checklist* () pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

No	Indikator	No Soal	V	VR	TV
1	Pengaruh dari orang-orang penting	1			
2	Faktor-faktor sosial	2			
3	Partisipasi dari individu lain	3			

Catatan:

Padangsidempuan, Januari 2024

Validator

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

Dr. Utari Eyy Cahyani, S.P., M.M
NIP. 19870521 201503 2 004

LEMBAR VALIDASI ANGKET
KONDISI YANG MEMFASILITASI

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. beri tanda *checklist* () pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

No	Indikator	No Soal	V	VR	TV
1	Ketersediaan sumber daya	1			
2	Pengetahuan yang tersedia	2			
3	Infrastruktur dan bantuan yang ada	3			

Catatan:

Padangsidempuan, Januari 2024

Validator

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

Dr. Utari Eyy Cahyani, S.P., M.M

NIP. 19870521 201503 2 004

LEMBAR VALIDASI ANGKET
MOTIVASI HEDONIS

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. beri tanda *checklist* () pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

No	Indikator	No Soal	V	VR	TV
1	Hiburan	1,2			
2	Daya tarik dan kegembiraan	3			
3	Membuat pengguna merasa senang	4			

Catatan:

Padangsidempuan, Januari 2024

Validator

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

Dr. Utari Eyy Cahyani, S.P., M.M

NIP. 19870521 201503 2 004

**LEMBAR VALIDASI ANGKET
NILAI HARGA**

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. beri tanda *checklist* () pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

No	Indikator	No Soal	V	VR	TV
1	Harga yang terjangkau	1			
2	Keseimbangan nilai dengan harga	2			
3	Memberikan manfaat yang sepadan dengan harga	3			

Catatan:

Padangsidempuan, Januari 2024

Validator

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

Dr. Utari Eyy Cahyani, S.P., M.M

NIP. 19870521 201503 2 004

**LEMBAR VALIDASI ANGKET
KEBIASAAN**

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. beri tanda *checklist* () pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

No	Indikator	No Soal	V	VR	TV
1	Konsistensi dalam kebiasaan	1			
2	Penggunaan yang berlebihan	2			
3	Ketergantungan yang wajar	3			
4	Kebiasaan yang dapat diterima secara wajar	4			

Catatan:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ABDAR
PADANGSIDIMPUAN
Padangsidimpuan, Januari 2024
Validator

Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M
NIP. 19870521 201503 2 004

**LEMBAR VALIDASI ANGKET
INOVASI PERSONAL**

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. beri tanda *checklist* () pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

No	Indikator	No Soal	V	VR	TV
1	Fitur-fitur baru dan canggih	1,2			
2	Kemajuan Teknologi	3			
3	Teknologi yang inovatif	4			

Catatan:

Padangsidempuan, Januari 2024

Validator

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M
NIP. 19870521 201503 2 004

ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth.
Masyarakat Padang Lawas Utara
Di- Tempat

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Teriring salam dan do'a semoga kita semua tetap dalam lindungan Allah SWT serta selalu sukses dalam menjalankan aktivitas kita, Aamiin.

Dengan hormat, dengan segala kerendahan hati dan harapan peneliti mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Angket ini dibuat untuk memperoleh data yang kami butuhkan dalam rangka penelitian tugas akhir/Tesis yang merupakan syarat untuk mencapai gelar Magister Ekonomi dalam bidang Ekonomi Syariah, dengan judul **“ADOPSI MODEL UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 3 PADA NASABAH PENGGUNA MOBILE BANKING PERBANKAN SYARIAH DI KABUPATEN PADANG LAWAS UTARA”**.

Atas kesediaan Saudara/i meluangkan waktu membantu saya mengisi angket ini saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat Saya,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIM
NUREIA SINTIA DAULAY
NIM. 22 502 00029

ANGKET PENELITIAN
ADOPSI MODEL UNIFIED *THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY* 3
PADA NASABAH PENGGUNA MOBILE BANKING PERBANKAN SYARIAH DI
KABUPATEN PADANG LAWAS UTARA

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
Usia :
Jenis Kelamin :
Alamat :

II. PETUNJUK PENGISIAN

1. Pada angket ini terdapat beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan Adopsi Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* 3 Pada Nasabah Pengguna Mobile Banking Perbankan Syariah Di Kabupaten Padang Lawas Utara
2. Berita Tanda Ceklis (✓) pada kolom yang sudah disediakan, sesuai dengan jawaban Anda. Ada empat jawaban pernyataan yang tersedia, yaitu:
 - SS : Sangat Setuju
 - S : Setuju
 - TS : Tidak Setuju
 - STS : Sangat Tidak Setuju

No.	Tanggapan Responden	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Pernyataan :

Untuk jawaban Sangat setuju (SS) diberi nilai 5. Setuju (S) diberi nilai 4, Netral diberi nilai 3, Tidak Setuju diberi nilai 2. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 1, Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 1.

1. Variabel (Y) Niat Berperilaku

No	Indikator	Pernyataan	Tanggapan Responden				
			SS	S	KS	TS	STS
1	Niat Menggunakan	Saya berniat menggunakan <i>mobile banking</i> syariah dimasa yang akan mendatang.					
2	Niat Merekomendasikan	Saya bersedia merekomendasikan <i>mobile banking</i> bank syariah yang saya gunakan kepada orang lai.					

2. Variabel (Z) Perilaku Pengguna

No	Indikator	Pernyataan	Tanggapan Responden				
			SS	S	KS	TS	STS
1	Persepsi Kemudahan Penggunaan	Saya merasa mudah menggunakan fitur-fitur <i>mobile banking</i> syariah untuk melakukan transaksi perbankan.					
2		Saya pernah mengalami kendala teknis yang membuat penggunaan <i>mobile banking</i> syariah menjadi kurang nyaman bagi saya.					
3	Persepsi Manfaat	Menggunakan teknologi <i>mobile banking</i> syariah telah meningkatkan kenyamanan saya dalam melakukan transaksi keuangan.					
4		Saya merasa bahwa <i>mobile banking</i> syariah memberikan akses lebih mudah dan cepat terhadap informasi tentang rekening dan transaksi saya.					
5	Kepuasan Pengguna	Saya merasa puas dengan kemudahan akses yang diberikan oleh teknologi <i>mobile banking</i> syariah terhadap informasi rekening dan transaksi keuangan.					
6	Intensi Penggunaan	Saya bermaksud untuk terus menggunakan teknologi <i>mobile banking</i> syariah dalam melaksanakan transaksi keuangan saya di masa depan.					
7		Saya merasa ragu untuk menggunakan teknologi <i>mobile banking</i> syariah karena adanya ketidakpastian atau keraguan terkait keamanan transaksi online.					
8	Adopsi Teknologi	Saya merasa bahwa adopsi teknologi <i>mobile banking</i> syariah telah meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi keuangan sehari-hari.					
9		Saya merasa khawatir terkait keamanan transaksi dan data pribadi saya saat menggunakan teknologi <i>mobile banking</i> syariah.					

3. Variabel (X1) Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

No	Indikator	Pernyataan	Tanggapan Responden				
			SS	S	KS	TS	STS
1	Manfaat dalam	Menggunakan teknologi <i>mobile banking</i> syariah membantu saya					

	aktivitas sehari-hari	melakukan transaksi perbankan secara efisien tanpa harus pergi ke bank langsung.					
2		Dengan menggunakan <i>mobile banking</i> syariah, saya menjadi lebih produktif.					
3	Meningkatkan efisiensi	Fitur-fitur seperti pembayaran tagihan dan transfer dana antar rekening pada <i>mobile banking</i> syariah membantu meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan keuangan sehari-hari saya.					
4		Terkadang, saya mengalami kendala teknis seperti lambatnya respons aplikasi mobile banking syariah, yang dapat menghambat efisiensi transaksi saya.					
5	Meningkatkan peluang	Penggunaan teknologi mobile banking syariah memberikan saya akses lebih luas terhadap produk dan layanan perbankan syariah, meningkatkan peluang untuk melakukan investasi yang sesuai dengan prinsip syariah.					
6	Peningkatan produktivitas	Dengan menggunakan teknologi mobile banking syariah, saya dapat melakukan transaksi perbankan dengan cepat, yang meningkatkan produktivitas saya dalam mengelola keuangan.					

4. Variabel (X2) Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)

No	Indikator	Pernyataan	Tanggapan Responden				
			SS	S	KS	TS	STS
1	Kemudahan dan keadilan dalam penggunaan	Fitur-fitur seperti pemantauan transaksi real-time dan notifikasi pembayaran tagihan memberikan keadilan dalam memberikan informasi yang adil dan setara kepada semua pengguna.					
2		Terkadang, saya merasa bahwa beberapa fitur pada aplikasi mobile banking syariah kurang memberikan keadilan dalam memberikan informasi atau bantuan, terutama bagi pengguna dengan tingkat pemahaman teknologi yang lebih rendah.					
3	Keterbacaan dan kemudahan belajar	Fitur-fitur panduan dan bantuan pada mobile banking syariah membantu meningkatkan keterbacaan dan kemudahan belajar tentang cara menggunakan aplikasi.					
4		Beberapa petunjuk atau panduan pada aplikasi mobile banking syariah terkadang kurang jelas, menyebabkan kesulitan dalam belajar cara menggunakan fitur-fitur tertentu.					

5	Antarmuka yang ramah pengguna	Saya merasa antarmuka pengguna pada aplikasi mobile banking syariah sangat intuitif dan mudah dimengerti.					
6		Terkadang, saya merasa bahwa antarmuka pengguna pada aplikasi mobile banking syariah agak rumit, terutama ketika mencoba menemukan fitur-fitur khusus.					
7	Keterpahaman yang mudah	Saya merasa bahwa informasi dan instruksi yang disajikan dalam aplikasi mobile banking syariah sangat mudah dipahami.					
8		Terkadang, beberapa istilah teknis pada mobile banking syariah sulit dipahami, menyebabkan kebingungan saat mencoba untuk mengerti konsep atau proses tertentu.					

5. Variabel (X3) Kemampuan Sosial (*Social Influence*)

No	Indikator	Pernyataan	Tanggapan Responden				
			SS	S	KS	TS	STS
1	Pengaruh dari orang-orang penting	Saya merasa terdorong untuk menggunakan teknologi mobile banking syariah karena mendapatkan rekomendasi positif dari orang-orang terdekat atau keluarga.					
2		Beberapa orang yang saya kenal memberikan pandangan negatif terhadap keamanan atau kualitas layanan mobile banking syariah, yang memengaruhi persepsi saya terhadap teknologi tersebut.					
3	Faktor-faktor sosial	Saya merasa teknologi mobile banking syariah membantu saya untuk tetap terhubung dengan komunitas dan teman-teman yang memiliki minat serupa terkait keuangan syariah.					
4		Beberapa orang di lingkungan saya kurang tertarik atau memiliki pandangan negatif terhadap penggunaan teknologi mobile banking syariah, sehingga mempengaruhi keputusan saya untuk mengadopsinya.					
5	Partisipasi dari individu lain	Saya merasa termotivasi untuk menggunakan teknologi mobile banking syariah setelah melihat partisipasi aktif teman-teman atau rekan kerja dalam memanfaatkannya.					
6		Saya merasa kurang termotivasi untuk menggunakan teknologi mobile banking syariah karena kurangnya partisipasi atau minat dari individu lain di lingkungan					

		saya.					
--	--	-------	--	--	--	--	--

6. Variabel (X4) Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*)

No	Indikator	Pernyataan	Tanggapan Responden				
			SS	S	KS	TS	STS
1	Ketersediaan sumber daya	Saya merasa bahwa ketersediaan sumber daya seperti panduan penggunaan dan tutorial online sangat membantu dalam memahami dan menggunakan fitur-fitur mobile banking syariah.					
2		Saya merasa ketersediaan sumber daya pendukung, seperti tutorial atau panduan, terbatas dan kurang memadai untuk membantu saya memahami fitur-fitur kompleks pada mobile banking syariah.					
3	Pengetahuan yang tersedia	Informasi yang terdapat dalam panduan penggunaan atau tutorial mobile banking syariah memberikan pengetahuan yang cukup bagi saya untuk mengoptimalkan penggunaan fitur-fitur tersebut.					
4		Sumber daya pengetahuan tentang mobile banking syariah terkadang sulit ditemukan, sehingga saya merasa kurang siap untuk mengoptimalkan penggunaan fitur-fitur tersebut.					
5	Infrastruktur dan bantuan yang ada	Infrastruktur teknologi yang ada pada mobile banking syariah sangat memadai, memastikan ketersediaan layanan secara stabil dan tanpa hambatan teknis berarti.					
6		Saya pernah mengalami kendala teknis pada infrastruktur mobile banking syariah, seperti gangguan koneksi atau lambatnya respons aplikasi, yang mempengaruhi pengalaman pengguna saya.					

7. Variabel (X5) Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*)

No	Indikator	Pernyataan	Tanggapan Responden				
			SS	S	KS	TS	STS
1	Hiburan	Adanya fitur-fitur inovatif pada mobile banking syariah, seperti pembelian produk keuangan atau investasi syariah, membuat aktivitas keuangan lebih menarik dan bermanfaat secara edukatif.					
2		Beberapa fitur hiburan pada mobile banking syariah dianggap kurang memadai atau tidak sebanding dengan aplikasi hiburan khusus yang tersedia di pasaran.					
3	Daya tarik dan kegembiraan	Saya merasa daya tarik dari fitur-fitur inovatif pada teknologi mobile banking syariah, seperti investasi syariah atau pengelolaan keuangan					

		yang lebih efisien.					
4		Beberapa fitur pada mobile banking syariah dianggap kurang menarik atau kurang inovatif dibandingkan dengan aplikasi keuangan lainnya di pasaran.					
5	Membuat pengguna merasa senang	Saya merasa senang dan puas dengan kemudahan transaksi yang diberikan oleh teknologi mobile banking syariah.					
6		Beberapa kendala teknis atau kesulitan dalam menggunakan fitur-fitur tertentu pada mobile banking syariah dapat membuat pengalaman pengguna kurang menyenangkan.					

8. Variabel (X6) Nilai Harga (*Price Value*)

No	Indikator	Pernyataan	Tanggapan Responden				
			SS	S	KS	TS	STS
1	Harga yang terjangkau	Saya merasa bahwa biaya atau tarif yang dikenakan pada transaksi menggunakan mobile banking syariah sangat terjangkau dan adil.					
2		Saya merasa bahwa biaya transaksi pada mobile banking syariah terlalu tinggi dibandingkan dengan layanan serupa yang tersedia di pasaran.					
3	Keseimbangan nilai dengan harga	Saya merasa bahwa nilai atau manfaat yang saya dapatkan dari penggunaan mobile banking syariah sebanding dengan harga atau biaya yang dikenakan.					
4		Saya merasa bahwa harga atau biaya yang dikenakan pada beberapa fitur mobile banking syariah tidak sebanding dengan manfaat atau nilai yang saya peroleh.					
5	Memberikan manfaat yang sepadan dengan harga	Fitur-fitur unggulan pada mobile banking syariah memberikan manfaat yang signifikan, membuat saya merasa puas dengan nilai yang saya dapatkan sebanding dengan harga yang dibayarkan.					
6		Kurangnya fitur atau pelayanan yang memberikan manfaat yang signifikan membuat saya meragukan keberlanjutan penggunaan mobile banking syariah dengan harga yang tinggi.					

9. Variabel (X7) Kebiasaan (*Habit*)

No	Indikator	Pernyataan	Tanggapan Responden				
			SS	S	KS	TS	STS
1	Konsistensi dalam kebiasaan	Saya merasa konsisten dalam menggunakan mobile banking syariah sebagai kebiasaan karena antarmuka yang ramah pengguna dan fitur-fitur yang memudahkan.					

2		Saya mengalami kesulitan dalam menjaga konsistensi dalam menggunakan mobile banking syariah karena seringkali terjadi gangguan teknis atau pembaruan sistem yang menghambat kebiasaan tersebut.					
3	Penggunaan yang berlebihan	Saya merasa bahwa penggunaan mobile banking syariah secara rutin memberikan efisiensi dalam pengelolaan keuangan tanpa memunculkan dampak negatif.					
4		Saya merasa kesulitan untuk mengontrol penggunaan mobile banking syariah karena terlalu sering terlibat dalam transaksi atau aktivitas keuangan digital.					
5	Ketergantungan yang wajar	Saya merasa ketergantungan saya pada mobile banking syariah adalah hal yang wajar karena memberikan kemudahan dan efisiensi dalam pengelolaan keuangan.					
6		Saya merasa ketergantungan pada mobile banking syariah dapat menyebabkan kurangnya interaksi sosial atau pengalaman langsung dengan keuangan, yang dapat memengaruhi hubungan interpersonal.					
7	Kebiasaan yang dapat diterima secara umum	Saya merasa bahwa kebiasaan menggunakan mobile banking syariah adalah hal yang umum dan dapat diterima di masyarakat karena semakin banyak orang yang mengadopsi teknologi ini.					
8		Terdapat stigma negatif terkait dengan penggunaan mobile banking syariah di kalangan masyarakat, yang membuat kebiasaan ini sulit diterima secara umum.					

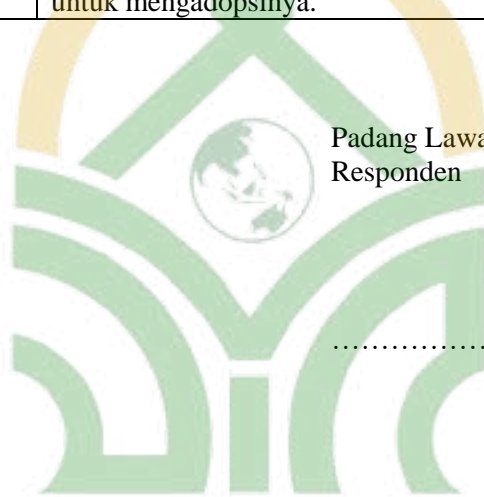
10. Variabel (X8) Inovasi Personal (*Personal Innovativeness*)

No	Indikator	Pernyataan	Tanggapan Responden				
			SS	S	KS	TS	STS
1	Fitur-fitur baru dan canggih	Fitur-fitur canggih seperti analisis pengeluaran, pengelolaan portofolio investasi, dan notifikasi real-time menjadikan mobile banking syariah lebih menarik dan bermanfaat.					
2		Beberapa fitur baru pada mobile banking syariah tidak selalu memberikan nilai tambah yang signifikan, membuat saya merasa bahwa pembaruan tersebut kurang diperlukan.					
3	Kemajuan teknologi	Saya merasa bahwa kemajuan teknologi pada mobile banking syariah memberikan keuntungan besar dalam hal kecepatan,					

		ketepatan, dan kenyamanan dalam pengelolaan keuangan sehari-hari.					
4		Peningkatan fitur dan kemampuan teknologi pada mobile banking syariah dapat membuat sebagian pengguna merasa kewalahan atau khawatir akan privasi informasi pribadi mereka.					
5	Teknologi yang inovatif	Saya sangat senang dengan teknologi yang inovatif pada mobile banking syariah, seperti fitur pengenalan wajah atau sidik jari yang meningkatkan keamanan.					
6		Penggunaan teknologi inovatif pada mobile banking syariah dapat menciptakan tantangan baru terkait dengan keamanan dan privasi, membuat sebagian pengguna ragu untuk mengadopsinya.					

Padang Lawas Utara,
Responden

2024



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

**DOKUMENTASI WAWANCARA DENGAN PENGGUNA MOBILE
BANKING PERBANKAN SYARIAH**





