

EVALUASI FAKTOR PENERIMAAN NASABAH TERHADAP APLIKASI *MOBILE BANKING* SYARIAH MENGGUNAKAN MODIFIKASI TAM (STUDI KASUS: BSI MOBILE)

Isyana Valda Choirila Vernanda^{1*}, Asif Faruqi², Eristya Maya Safitri³

^{1,2,3}Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur Jl. Rungkut Madya No. 1, Gn Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur Telp : +62 (031) 870 6369 Fax : +62 (031) 870 6372

Received: 10 Juli 2024
Accepted: 31 Juli 2024
Published: 7 Agustus 2024

Keywords:

TAM, BSI *Mobile*,
Adoption, SEM-PLS,
Penerimaan.

Correspondent Email:

isyanaavaldaa@gmail.com

Abstrak. Pada revolusi industri 4.0, perkembangan teknologi kini semakin hari semakin pesat. Peluang ini dimanfaatkan baik oleh Bank Syariah Indonesia. Akan tetapi, belum lama ini para nasabah dikejutkan dengan adanya kasus kebocoran data yang terjadi kepada BSI. Dengan adanya kasus kebocoran data tersebut, tentu hal ini akan berimbas kepada para nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi faktor penerimaan apa saja yang terbukti memiliki pengaruh terhadap penerimaan pengguna pada aplikasi BSI *Mobile*. Menggunakan model konseptual yang mengintegrasikan antara model TAM dan *Religiosity-Intention*. Pengujian yang ada dilakukan dengan menggunakan teknik SEM-PLS pada software SmartPLS 4 serta melibatkan 406 responden didalamnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh terhadap *user satisfaction* dan *intention to use*. *User satisfaction* yang juga memiliki pengaruh terhadap *intention to use*, serta *intention to use* yang memiliki pengaruh terhadap *adoption*. Temuan ini memberikan wawasan yang dapat digunakan untuk perbaikan dan peningkatan aplikasi BSI *Mobile* guna mendorong niat adopsi pengguna di masa mendatang.

Abstract. In the industrial revolution 4.0, technological developments are now increasingly rapid. This opportunity is utilized well by Bank Syariah Indonesia. However, recently customers were shocked by a data leak case that occurred to BSI. With the data leak case, of course this will have an impact on customers. This study aims to evaluate what acceptance factors are proven to have an influence on user acceptance of the BSI *Mobile* application. Using a conceptual model that integrates the TAM and *Religiosity-Intention* models. The existing testing was carried out using the SEM-PLS technique on SmartPLS 4 software and involved 406 respondents in it. The results of the study showed that *perceived ease of use* has an influence on *user satisfaction* and *intention to use*. *User satisfaction* also has an influence on *intention to use*, and *intention to use* has an influence on *adoption*. These findings provide insights that can be used to improve and enhance the BSI *Mobile* application to encourage user adoption intentions in the future.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat menjadi faktor penting dalam memenuhi berbagai kebutuhan manusia, terutama akses mudah pada internet guna mencari informasi, berkomunikasi, hingga melakukan transaksi keuangan. Perkembangan teknologi ini diikuti pula oleh sektor perbankan. Dimana berdasarkan data Bank Indonesia pada Databoks 2023, sektor perbankan mengalami kemajuan dengan nilai transaksi bank digitalnya yang mencapai hampir Rp 4,3 kuadriliun sepanjang bulan April 2023.

Tidak hanya itu, pada sektor perbankan juga terlihat adanya perkembangan pada jumlah pengguna digital *banking*. Menurut data Bank Indonesia pada *Indonesia Research*, jumlah pengguna digital banking telah mencapai sebanyak 102,7 juta pengguna [1]. Tentu, peluang tersebut banyak dimanfaatkan oleh bank yang ada di Indonesia. Salah satunya adalah Bank Syariah Indonesia atau BSI. Sama seperti halnya bank pada umumnya, BSI juga menciptakan sebuah inovasi bank *digital* nya yang bernama BSI Mobile. Layanan BSI Mobile diciptakan guna mempermudah nasabah BSI dalam melakukan transaksi digital. BSI Mobile diresmikan pada 1 Februari 2021.

Pada Mei 2023, BSI mengalami kasus kebocoran data. Dimana kasus kebocoran data ini disebabkan oleh serangan ransomware dari sekelompok hacker Lockbit. Lockbit berhasil mencuri 1,5 terabyte data pribadi pengguna BSI Mobile dan menuntut tebusan sebesar US\$20 juta atau sekitar 297 miliar. Kasus kebocoran data ini telah dikonfirmasi oleh wakil menteri BUMN, Kartika Wirjoatmodjo, dimana beliau berkata bahwa kebocoran data tersebut disebabkan oleh komputer usang yang ada di kantor cabang.

Dengan kasus kebocoran data tersebut, tentu menimbulkan banyak keraguan dari para nasabah. Adapun banyak dari nasabah yang mengeluhkan atas terjadinya kasus tersebut sehingga kasus kebocoran data ini menjadi perbincangan hangat di media sosial. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Akhyar Business Institute pada tahun 2023, yang melibatkan 55 responden dari berbagai kota di Indonesia, menunjukkan bahwa 54% responden masih memiliki rasa kepercayaan kepada BSI, dan menganggap kasus tersebut

merupakan insiden tak terduga di luar kendali bank. Sebanyak 30% responden mulai merasa ragu, dan 16% lainnya telah mengurangi saldo pada *mobile banking* mereka.

Menurut [2], fenomena penerimaan dan penggunaan sistem *mobile banking* oleh para nasabah, disebabkan oleh adanya beberapa faktor, dimana faktor-faktor tersebut memiliki keterkaitan. Faktor tersebut mungkin saja berasal dari internal nasabah atau lingkungan eksternal nasabah. Dengan melihat adanya fenomena penerimaan layanan BSI *Mobile* tersebut, tidak menutup kemungkinan perkembangan *bank digital* akan terus berkembang, sehingga akan memunculkan lebih banyak lagi tantangan yang harus dihadapi.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Mobile Banking*

Menurut [3], *mobile banking* adalah sebuah layanan yang dirancang guna memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi melalui *smartphone*. Dikenal juga dengan *m-banking*, layanan ini memanfaatkan perangkat komunikasi bergerak untuk memfasilitasi akan transaksi perbankan. *Mobile banking* pertama kali diluncurkan pada akhir 1990-an oleh perusahaan Jerman Paybox, yang bekerja sama dengan bank – bank Jerman dan diuji di berbagai negara Eropa [4]. Dengan adanya *mobile banking* ini, dapat memungkinkan para nasabah untuk dapat mengakses *m-banking* tersebut secara 24 jam tanpa harus mengunjungi kantor cabang.

2.2 Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia atau dikenal dengan BSI ialah bank hasil merger antara Bank BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan Bank BNI Syariah. Dengan melakukan penggabungan tersebut, layanan yang ada menjadi lebih lengkap, jangkauannya pun lebih luas, serta modal yang digunakan juga akan lebih kuat. Otoritas Jasa Keuangan atau OJK telah mengeluarkan izin merger pada 27 Januari 2021. Sampai saat ini, BSI telah mengoperasikan kurang lebih 1.365 cabang di seluruh Indonesia. Dikarenakan BSI ialah bank dengan latar belakang syariah, maka sistem bagi hasil yang ada

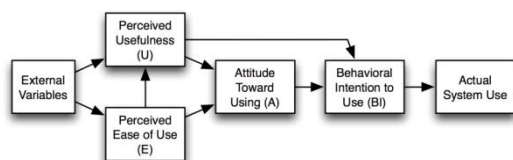
ialah tidak mengenakan bunga dimana hal ini juga sesuai dengan prinsip syariat Islam.

2.3 Aplikasi BSI Mobile

BSI Mobile suatu layanan *mobile banking* yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia guna mempermudah para nasabah dalam melakukan transaksi digital. Dengan adanya aplikasi BSI Mobile ini, memungkinkan para nasabah dapat mengakses rekening mereka kapan saja serta di mana saja. Fitur pun beragam yang meliputi transfer uang, pengecekan saldo. Pembayaran kebutuhan, zakat, serta informasi jadwal sholat dan imsak. Sampai saat ini, BSI Mobile telah diunduh pengguna *PlayStore* dengan lebih dari 5 juta kali dan rating yang didapatkan yaitu 4.2 dan 168.000 ulasan. Aplikasi ini menempati posisi ke 48 dalam kategori layanan perbankan pada *Google Playstore*.

2.4 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model atau TAM ialah sebuah model yang dikembangkan oleh Fred Davis pada tahun 1986. Model ini mengeksplorasi bagaimana individu menerima teknologi baru dan faktor yang mempengaruhi penerimaan serta niat penggunaannya [5].



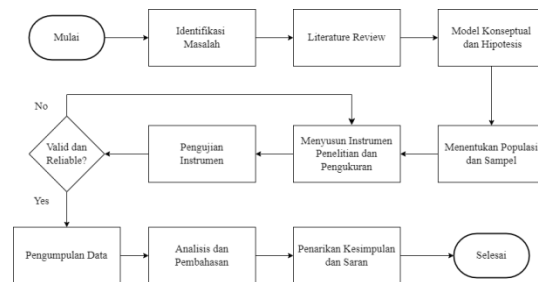
Gambar 1. Model TAM

TAM menyatakan bahwa niat seseorang untuk menggunakan teknologi ditentukan oleh dua keyakinan utama yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Saat ini, TAM dianggap sangat relevan untuk memprediksi keinginan dan kesiapan dalam mengadopsi teknologi, karena telah banyak diterapkan dan diverifikasi dalam berbagai penelitian dan situasi yang berbeda.

3. METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan beberapa tahapan yang ada pada Gambar 2, agar dapat menyelesaikan penelitian ini. Tahapan -

tahapannya tersebut tertera pada Gambar dibawah ini.



Gambar 2. Alur Penelitian

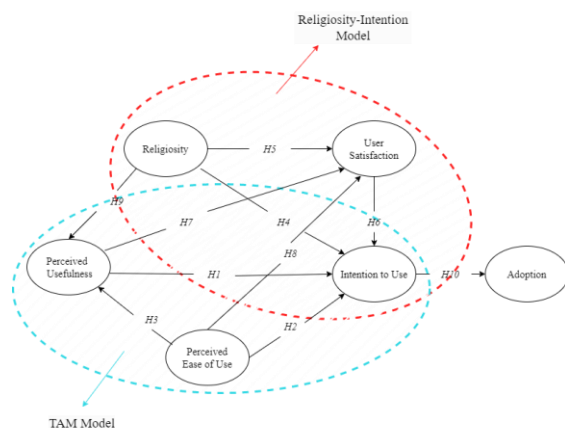
Terdapat beberapa tahapan dalam menyelesaikan penelitian ini, yakni dimulai dari identifikasi masalah, melakukan literature review, menentukan model konseptual dan hipotesis, menentukan populasi dan sampel, serta menyusun instrumen dan pengukurannya. Lalu dilakukan pengujian pada instrumen tersebut, yang kemudian dilanjutkan melakukan pengumpulan data, lalu dilakukan analisis dan pembahasan, hingga yang terakhir dilakukan penarikan kesimpulan dan saran.

3.1. Literature Review (Studi Literatur)

Tahapan studi literatur dilakukan dengan mencari serta mengkaji banyak macam bacaan yang memang relevan, khususnya terkait faktor penerimaan, niat penggunaan, dan adopsi teknologi digital transaksional seperti *mobile banking*. Literatur tersebut diambil dari sebuah buku ataupun jurnal yang berasal dari website jurnal internasional dan nasional seperti *Google Scholar*, *Science Direct*, *Scopus*, dan *Elsevier*.

3.2. Model Konseptual dan Hipotesis

Penelitian ini menggunakan model konseptual yang dikembangkan oleh [6].



Gambar 3. Model Konseptual

Gambar 3 tersebut ialah model konseptual yang mengadaptasi model TAM yang dikemukakan oleh Davis (1998) dengan menambahkan *Religiosity-Intention Model*. Pada model konseptual yang dikembangkan oleh [6], memuat *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Religiosity*, *User Satisfaction*, *Intention to Use* dan *Adoption*.

3.2.1. *Perceived Usefulness* (PU)

Manfaat yang dirasakan didefinisikan sebagai keyakinan bahwa teknologi memberikan keuntungan bagi penggunaannya. menyatakan bahwa manfaat ini mencerminkan seberapa efektif teknologi dalam memenuhi kebutuhan pengguna. Dalam *mobile banking*, semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin tinggi niat pengguna untuk mengadopsinya. Sebaliknya, jika manfaatnya dianggap rendah, kemungkinan adopsinya juga rendah. [7] menemukan bahwa manfaat yang dirasakan adalah faktor utama dalam adopsi teknologi.

H1 : *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Intention to Use* untuk menggunakan aplikasi BSI Mobile.

3.2.2. *Perceived Ease of Use* (PEOU)

Kemudahan yang dirasakan ialah suatu keyakinan pada pengguna bahwa penggunaan teknologi tertentu akan memudahkan mereka. Dalam model TAM, hal ini merujuk akan perasaan bebas dari kesulitan saat mereka menggunakan teknologi. Kemudahan ini menunjukkan kepercayaan bahwa teknologi tidak akan menyulitkan pengguna. Pengguna cenderung menerima teknologi yang tidak rumit. Jika calon pengguna merasa teknologi

sulit digunakan, kemungkinan adopsinya rendah. Penelitian [8] mengonfirmasi bahwa kemudahan yang dirasakan adalah konstruksi yang valid dan dapat diandalkan dalam banyak konteks teknologi.

H2 : *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness* aplikasi BSI Mobile.

H3 : *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Intention to Use* untuk menggunakan aplikasi BSI Mobile.

3.2.3. *Religiosity* (RLG)

Religiusitas didefinisikan sebagai tingkat ketaatan agama seseorang sehingga menimbulkan dampak terhadap niat dan perilaku seseorang tersebut. Adapun religiusitas juga mencerminkan keyakinan yang dapat memengaruhi cara hidup, interaksi dengan orang lain, dan pilihan produk serta jasa. Menurut [9], religiusitas adalah pendorong penting kepuasan dan niat berperilaku pengguna. Pengaruh agama terhadap sikap dan keyakinan membentuk kesadaran dan interaksi seseorang dengan dunia sekitarnya. [8] juga menyatakan bahwa religiusitas merupakan faktor utama dalam penggunaan bank syariah.

H4 : *Religiosity* berpengaruh terhadap *User Satisfaction* aplikasi BSI Mobile.

H5 : *Religiosity* berpengaruh terhadap *Intention to Use* untuk menggunakan aplikasi BSI Mobile.

3.2.4. *User Satisfaction* (US)

Kepuasan pengguna ialah tingkat kepuasan pengguna terhadap penggunaan suatu teknologi tertentu. Dalam *mobile banking*, kepuasan pengguna sangat penting untuk mempengaruhi niat nasabah menggunakan layanan tersebut. Penelitian [9] menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan *mobile banking* berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pengguna. Jika bank menawarkan nilai tambah dan berbagi manfaat *mobile banking*, kepuasan nasabah terhadap bank akan meningkat.

H6 : *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *User Satisfaction* aplikasi BSI Mobile.

H7 : *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *User Satisfaction* aplikasi BSI Mobile.

H8 : *User Satisfaction* berpengaruh terhadap *Intention to Use* untuk menggunakan aplikasi BSI Mobile.

3.2.5. *Religiosity dan Perceived Usefulness*

Religiusitas dan manfaat yang dirasakan merupakan faktor yang berkaitan dengan nilai-nilai tertentu dan berpengaruh pada pengambilan keputusan dan perilaku pelanggan. Namun, penelitian mengenai dampak religiusitas terhadap penerimaan pelanggan dan persepsi kegunaan suatu produk masih jarang ditemukan. Religiusitas adalah faktor penting dalam perilaku konsumsi dan dapat memengaruhi persepsi pengguna tentang kegunaan produk. Penelitian [10] menekankan pentingnya religiusitas dalam preferensi layanan perbankan. [11] juga menemukan bahwa religiusitas secara langsung memengaruhi adopsi bank syariah oleh nasabah.

H9 : *Religiosity* berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness* aplikasi BSI Mobile.

3.2.6. *Intention to Use (ITU)*

Niat menggunakan ialah tingkat penerimaan dan kecenderungan seseorang untuk terus menggunakan suatu layanan teknologi. Dimana niat ini menunjukkan akan perilaku para pengguna yang dapat diprediksi di masa depan terkait penggunaan teknologi. Dalam pasca pembelian, niat pengguna sering digunakan untuk memprediksi kemungkinan pembelian ulang, karena ini akurat dalam meramalkan perilaku konsumen di masa depan. Menurut [12], niat menggunakan adalah faktor kunci dalam menentukan penerimaan teknologi. [8] juga menegaskan bahwa niat menggunakan adalah elemen penting dalam adopsi *mobile banking* dan dalam menentukan pilihan layanan perbankan oleh nasabah.

H10 : *Intention to Use* berpengaruh terhadap *Adoption* aplikasi BSI Mobile.

3.3. *Populasi dan Sampel*

Populasi yang dipakai yakni nasabah BSI yang merupakan pengguna BSI Mobile yang berdomisili di Kota Surabaya. Penulis memakai metode pengambilan *probability*

sampling yaitu *Simple Random Sampling*. *Simple Random Sampling* memiliki peluang setara terhadap seluruh anggota sampel.

Ukuran populasi didapatkan melalui pernyataan secara langsung oleh Direktur Risk Management BSI yaitu Grandhis Helmi Harumansyah. Berdasarkan [13], saat ini jumlah pengguna BSI mobile sendiri telah mencapai angka 5,39 juta per kuartal II 2023. Sehingga dengan total populasi tersebut dilakukan perhitungan sampel melalui salah satu metode sampling, yaitu rumus Slovin. Perhitungan jumlah sampel dengan rumus Slovin ini dikarenakan populasi yang memang diketahui jumlahnya.

Rumus:

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel minimal yang diperlukan

N : Ukuran populasi

e : Persentase kelonggaran = 5%

Perhitungan:

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

$$n = \frac{5390000}{1 + (5390000 \times 0,05^2)}$$

$$n = \frac{5390000}{1 + (5390000 \times 0,0025)}$$

$$n = \frac{5390000}{13475}$$

$$n = 400$$

Maka didapatkan hasil bahwa pada jumlah minimal sampel yang diperlukan ialah sebanyak 400 sampel.

3.4. *Instrumen Penelitian*

Jenis skala yang digunakan ialah skala likert. Menurut [14] yang telah tercantum pada penelitian [15] menyebutkan bahwa, *Skala likert* adalah skala yang secara umum digunakan dalam penelitian untuk mengisi angket dan digunakan dalam riset. Penggunaan skala likert ialah dengan mengisinya dengan skala seperti, 1 yaitu sangat tidak setuju (STS), 2 berarti tidak setuju (TS), 3 yang berarti netral (N), 4 adalah setuju (S), serta 5 yakni sangat setuju (SS). Adapun instrumen penelitian yang

digunakan ialah sebanyak 27 indikator pertanyaan yang dikembangkan oleh [6].

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Outer Model

Outer model ialah uji untuk menentukan hubungan antara variabel laten dan indikatornya. Pada tahap *outer model* ini, nantinya akan diperoleh uji validitas konvergen, validitas diskriminan, serta *composite reliability*, dan *cronbach's alpha*.

4.1.1. Validitas Konvergen

Convergent validity berfungsi untuk menunjukkan akan validitas pada indikator-indikator pengukuran. Nilai *convergent validity* dapat dilihat dari nilai *loading factor*. Berdasarkan rule of thumb Hair et al. (2011) nilai *outer loading* yang digunakan sebagai syarat validitas harus > 0.70 dan pada *Average Variance Extracted* (AVE) harus > 0.50 .

Tabel 1. Nilai Outer Loading

	ADP	ITU	PEOU	PU	RLG	US
ADP1	0.791					
ADP2	0.791					
ADP3	0.864					
ITU1		0.882				
ITU2		0.810				
ITU3		0.756				
PEOU1			0.869			
PEOU2			0.747			
PEOU3			0.874			
PEOU4			0.761			
PU1				0.859		
PU2				0.791		
PU3				0.818		
PU4				0.765		
RLG1					0.734	
RLG2					0.724	
RLG4					0.720	
RLG6					0.775	
RLG7					0.737	
RLG8					0.743	
RLG9					0.705	
RLG10					0.749	
US1						0.820
US2						0.767
US3						0.872

Pada tabel 1, hasil pengujian terlihat bahwa memang semua indikator telah memenuhi persyaratan validitas konvergen dengan nilai *loading factor* lebih dari 0,7. Oleh karena itu, indikator-indikator tersebut dianggap sebagai indikator yang kuat untuk variabel tersebut.

Tabel 2. Nilai AVE

Variabel	AVE
<i>Perceived Usefulness</i>	0.654
<i>Perceived Ease of Use</i>	0.664
<i>Religiosity</i>	0.542
<i>User Satisfaction</i>	0.674
<i>Intention to Use</i>	0.668
<i>Adoption</i>	0.666

Berdasarkan tabel 2, hasil pengujian menunjukkan nilai AVE yang telah memenuhi persyaratan uji validitas dengan nilai $> 0,5$. Oleh karena itu, instrumen kuesioner yang digunakan dianggap valid. Dengan demikian, hasil dari *outer loading* dan AVE menunjukkan bahwa syarat validitas konvergen telah sesuai.

4.1.2. Validitas Diskriminan

Discriminant validity berfungsi untuk menunjukkan koefisien korelasi antar variabel laten beserta signifikansinya. Nilai *discriminant validity* dapat dilihat melalui nilai pada *cross loading*. *Discriminant validity* juga dapat dilihat melalui *Fornell-Larcker Criterion*, yaitu akar kuadrat dari AVE. Menurut penelitian Fornell & Larcker (2012), jika nilai pada akar kuadrat dari AVE tersebut ternyata memiliki nilai lebih yang tinggi dari korelasi antar variabel laten pada kolom yang sama, maka *discriminant validity* tersebut telah tercapai.

Tabel 3. Nilai Akar AVE

	ADP	ITU	PEOU	PU	RLG	ITU
ADP	0.816					
ITU	0.261	0.817				
PEOU	0.642	0.183	0.815			
PU	0.107	0.125	0.077	0.809		
RLG	0.110	0.153	0.073	0.068	0.736	
US	0.262	0.371	0.188	0.211	0.211	0.821

Tabel 3, menunjukkan bahwa nilai *Fornell-Larcker Criterion* untuk setiap variabel independen, yang ditandai dengan penulisan lebih tebal, terlihat lebih besar dari korelasi yang ada pada variabel independen pada kolom yang sama. Dengan demikian, kriteria *discriminant validity* menggunakan pendekatan *Fornell-Larcker Criterion* telah terpenuhi.

Tabel 4. Nilai Cross Loading

	ADP	ITU	PEOU	PU	RLG	US
ADP1	0.791	0.170	0.500	0.055	0.151	0.288
ADP2	0.791	0.215	0.501	0.104	0.055	0.162
ADP3	0.864	0.242	0.565	0.097	0.079	0.209

ITU1	0.267	0.882	0.219	0.168	0.157	0.381
ITU2	0.179	0.810	0.101	0.045	0.138	0.233
ITU3	0.168	0.756	0.091	0.058	0.064	0.260
PEOU1	0.552	0.136	0.869	0.045	0.089	0.221
PEOU2	0.489	0.121	0.747	0.083	0.028	0.099
PEOU3	0.610	0.193	0.874	0.078	0.064	0.170
PEOU4	0.408	0.137	0.761	0.049	0.042	0.089
PU1	0.049	0.168	0.045	0.859	0.117	0.190
PU2	0.141	0.083	0.078	0.791	0.021	0.166
PU3	0.091	0.064	0.059	0.818	0.035	0.173
PU4	0.086	0.054	0.080	0.765	0.067	0.104
RLG1	0.113	0.080	0.086	0.052	0.734	0.166
RLG2	0.025	0.035	0.007	0.056	0.724	0.156
RLG4	0.064	0.082	0.044	0.022	0.720	0.086
RLG6	0.105	0.143	0.058	0.089	0.775	0.150
RLG7	0.045	0.142	0.000	0.027	0.737	0.192
RLG8	0.110	0.191	0.061	0.044	0.743	0.159
RLG9	0.113	0.026	0.098	0.098	0.705	0.076
RLG10	0.072	0.104	0.092	0.034	0.749	0.189
US1	0.249	0.309	0.153	0.178	0.206	0.820
US2	0.195	0.246	0.134	0.159	0.119	0.767
US3	0.200	0.348	0.173	0.161	0.185	0.872

Berdasarkan tabel 4, terlihat akan nilai *cross loading* yang ditandai dengan penulisan lebih tebal, terlihat bernilai lebih tinggi dari 0,6 sehingga dapat diterima.

4.1.3. Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Pengujian reliabilitas bertujuan untuk menguji akan nilai pada reliabilitas antara blok indikator tersebut dan konstruk yang membentuknya. Berdasarkan rule of thumb Hair et al. (2011), reliabilitas dianggap memenuhi jika nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* masing-masing bernilai lebih dari 0,70.

Tabel 5. Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
PU	0.828	0.883	Reliabel
PEOU	0.834	0.887	Reliabel
RLG	0.882	0.904	Reliabel
US	0.759	0.861	Reliabel
ITU	0.759	0.857	Reliabel
ADP	0.751	0.856	Reliabel

Tabel 5, menunjukkan hasil *cronbach's alpha* dan *composite reliability* untuk seluruh variabel yang memenuhi persyaratan lebih dari

0,7, dimana hal ini sesuai dengan pedoman dari Hair et al. (2017).

4.2 Inner Model

Inner model berfungsi untuk memprediksi akan hubungan kausal atau sebab dan akibat antara variabel laten eksogen dan endogen. *Inner model* ini meliputi uji *R-Square* dan *F-Square*.

4.2.1. R – Square

Uji *R-Square* guna mengukur akan sejauh mana variabel independen bisa menjelaskan variabel dependennya. Nilai *R-Square* sebesar 0,75 berarti bahwa model tersebut kuat, 0,50 model sedang, dan 0,25 menunjukkan bahwa model lemah [16].

Tabel 6. Hasil R-Square

Variabel	R-Square
<i>Adoption</i>	0.068
<i>Intention to Use</i>	0.158
<i>Perceived Usefulness</i>	0.010
<i>User Satisfaction</i>	0.106

Pada tabel 6, terlihat bahwa *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *religiosity* memiliki *R-Square* sebesar 0.106 terhadap *user satisfaction*, yang berarti model lemah. Artinya, variabel independen menjelaskan 10,6% dari *user satisfaction*, sementara 89,4% lainnya dijelaskan oleh variabel lain. Pengaruh *perceived ease of use* dan *religiosity* terhadap *perceived usefulness* memiliki *R-Square* sebesar 0.010, yang juga membuktikan bahwa model lemah. Dimana variabel independen menjelaskan 1,0% dan sisanya 99,0% dijelaskan oleh variabel lain. Sedangkan, pengaruh semua variabel independen terhadap *intention to use* memiliki *R-Square* 0.158, yang berarti bahwa model lemah dengan 15,8% dijelaskan oleh variabel independen dan 84,2% oleh variabel lain. Adapun, pengaruh semua variabel pada *adoption* memiliki *R-Square* sebesar 0.068, yang menunjukkan model lemah dengan 6,8% dijelaskan oleh variabel dalam model dan 93,2% oleh variabel lain.

4.2.2. F – Square

F-Square, atau yang juga dikenal sebagai *effect size*, digunakan untuk mengetahui

kebaikan model dengan diantaranya nilai 0.02, 0.15, dan 0.35, sesuai rekomendasi Cohen (1988) untuk definisi operasional regresi berganda. Selain itu, *F-Square* juga berfungsi untuk mengukur akan kekuatan pada hubungan antara dua variable yang ada.

Tabel 7. Hasil *F-Square*

Variabel	<i>F-Square</i>	Keterangan
<i>Perceived Usefulness</i> → <i>Intention to Use</i>	0.002	Pengaruh Dapat Diabaikan
<i>Perceived Ease of Use</i> → <i>Intention to Use</i>	0.014	Pengaruh Kecil
<i>Perceived Ease of Use</i> → <i>Perceived Usefulness</i>	0.005	Pengaruh Dapat Diabaikan
<i>Religiosity</i> → <i>Intention to Use</i>	0.006	Pengaruh Dapat Diabaikan
<i>Religiosity</i> → <i>User Satisfaction</i>	0.039	Pengaruh Kecil
<i>User Satisfaction</i> → <i>Intention to Use</i>	0.172	Pengaruh Sedang
<i>Perceived Usefulness</i> → <i>User Satisfaction</i>	0.034	Pengaruh Kecil
<i>Perceived Ease of Use</i> → <i>User Satisfaction</i>	0.029	Pengaruh Kecil
<i>Religiosity</i> → <i>Perceived Usefulness</i>	0.004	Pengaruh Dapat Diabaikan
<i>Intention to Use</i> → <i>Adoption</i>	0.073	Pengaruh Kecil

Pada tabel diatas, terlihat bahwa *user satisfaction* memiliki nilai *F-Square* lebih dari 0.15, menunjukkan pengaruh sedang terhadap *intention to use*. Sementara itu, *religiosity*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *intention to use* memiliki nilai *F-Square*

lebih dari 0.02, menunjukkan pengaruh kecil. Ini berarti *religiosity*, *perceived usefulness*, dan *perceived ease of use* memiliki pengaruh kecil terhadap *user satisfaction* dan *intention to use*. Selain itu, *intention to use* juga memiliki pengaruh kecil terhadap *adoption*. Nilai *F-Square* kurang dari 0.02, seperti *perceived usefulness* terhadap *intention to use*, *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness*, serta *religiosity* terhadap *intention to use* dan *perceived usefulness*, dapat diabaikan karena nilai tersebut tidak memenuhi nilai ketentuan.

4.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan menggunakan SmartPLS 4.0 dengan teknik nya ialah *bootstrapping*. Teknik ini digunakan untuk menentukan signifikansi pengaruh antar variable. Berdasarkan rule of thumb pada Ghozali dan Latan (2015), nilai pada *T-Statistic* ialah harus ≥ 1.96 serta nilai pada *P value* adalah < 0.05 .

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	O	<i>T-Statistic</i>	<i>P-Values</i>	Keterangan
<i>Perceived Usefulness</i> → <i>Intention to Use</i>	0.046	0.973	0.331	Tidak Signifikan
<i>Perceived Ease of Use</i> → <i>Intention to Use</i>	0.113	2.333	0.020	Signifikan
<i>Perceived Ease of Use</i> → <i>Perceived Usefulness</i>	0.072	1.131	0.258	Tidak Signifikan
<i>Religiosity</i> → <i>Intention to Use</i>	0.073	1.076	0.282	Tidak Signifikan
<i>Religiosity</i> → <i>User Satisfaction</i>	0.187	3.126	0.002	Signifikan
<i>User Satisfaction</i> → <i>Intention to Use</i>	0.325	6.794	0.000	Signifikan
<i>Perceived Usefulness</i> → <i>User Satisfaction</i>	0.177	3.320	0.001	Signifikan

<i>Satisfaction</i> <i>n</i>				
<i>Perceived Ease of Use</i> → <i>User Satisfaction</i> <i>n</i>	0.161	3.157	0.002	Signifikan
<i>Religiosity</i> → <i>Perceived Usefulness</i> <i>n</i>	0.063	0.775	0.438	Tidak Signifikan
<i>Intention to Use</i> → <i>Adoption</i> <i>n</i>	0.261	5.416	0.000	Signifikan

Berdasarkan tabel perhitungan diatas, maka diketahui bahwa:

1. Hasil pengujian pada hipotesis pertama menunjukkan bahwa hubungan pertama ini positif dan tidak signifikan karena original sampel bernilai positif, nilai pada $T\text{-Statistic} \leq 1.96$ serta nilai $P\text{ value} > 0.05$. Sehingga hipotesis ditolak.
2. Hasil pengujian kedua menunjukkan bahwa hipotesis kedua ini ialah positif dan signifikan karena original sampel bernilai positif, nilai pada $T\text{-Statistic} \geq 1.96$ serta nilai pada $P\text{ value} < 0.05$. Sehingga hipotesis diterima.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa hubungan ketiga ini ialah positif dan tidak signifikan karena original sampel bernilai positif, nilai pada $T\text{-Statistic} \leq 1.96$ serta nilai $P\text{ value} > 0.05$. Sehingga hipotesis ditolak.
4. Hasil pengujian ketiga menunjukkan bahwa hubungan keempat ini ialah positif dan tidak signifikan karena original sampel bernilai positif, nilai pada $T\text{-Statistic} \leq 1.96$ serta nilai $P\text{ value} > 0.05$. Sehingga hipotesis ditolak.
5. Hasil pengujian pada hipotesis kelima ini menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan karena original sampel bernilai positif, nilai pada $T\text{-Statistic} \geq 1.96$ serta nilai $P\text{ value} < 0.05$. Sehingga hipotesis diterima.
6. Hasil pengujian keenam ini menunjukkan bahwa hubungan mereka positif dan signifikan karena original sampel bernilai positif, nilai pada $T\text{-Statistic} \geq 1.96$ serta nilai $P\text{ value} < 0.05$. Sehingga hipotesis diterima.

7. Hasil pengujian pada hipotesis ketujuh ini menunjukkan bahwa hubungan ketujuh ini ialah positif dan signifikan karena original sampel bernilai positif, nilai pada $T\text{-Statistic} \geq 1.96$ serta nilai $P\text{ value} < 0.05$. Sehingga hipotesis diterima.
8. Hasil pengujian kedelapan ini menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan karena original sampel bernilai positif, nilai pada $T\text{-Statistic} \geq 1.96$ serta nilai $P\text{ value} < 0.05$. Sehingga hipotesis diterima.
9. Hasil pengujian pada hipotesis kesembilan ini menunjukkan hubungan yang positif dan tidak signifikan karena original sampel bernilai positif, nilai pada $T\text{-Statistic} \leq 1.96$ serta nilai pada $P\text{ value} > 0.05$. Sehingga hipotesis ditolak.
10. Hasil pengujian kesepuluh ini menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan karena original sampel bernilai positif, nilai pada $T\text{-Statistic} \geq 1.96$ serta nilai $P\text{ value} < 0.05$. Sehingga hipotesis diterima.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perhitungan, didapatkan akan hasil evaluasi dengan menggunakan metode Modifikasi TAM. Maka penulis menarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Hasil perhitungan pada uji hipotesis menunjukkan bahwa 6 hipotesis yang ada tersebut diterima dan 4 hipotesis lainnya dinyatakan ditolak.
2. Terdapat beberapa variabel yaitu *Perceived Ease of Use* dan *User Satisfaction* yang memiliki pengaruh terhadap *Intention to Use*. Pengaruh yang paling besar ialah variabel *User Satisfaction*. Adapun juga *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness* dan *Religiosity* juga ternyata memiliki pengaruh terhadap *User Satisfaction*. Sedangkan variabel yang memiliki pengaruh terhadap *Adoption* adalah variabel *Intention to Use*.
3. Terdapat beberapa variabel yang memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap *Intention to Use* yaitu *Perceived Usefulness* dan *Religiosity*. Sedangkan variabel yang

memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap *Perceived Usefulness* adalah *Perceived Ease of Use* dan *Religiosity*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak terkait yang telah memberi dukungan terhadap penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Setiawati, "Cashless Makin Digemari, Ini 5 Digital Banking Pilihan Warga RI," *CNBC Indonesia*, 2024. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20240610063016-128-545113/cashless-makin-digemari-ini-5-digital-banking-pilihan-warga-ri>
- [2] T. Chaidir, I. 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 - J. Ekon. Pembang.*, vol. 3, no. 1, pp. 61–76, 2021, doi: 10.29303/e-jep.v3i1.37.
- [3] M. K. Buckland, "Paper Knowledge: Toward a Media History of Documents edited by Lisa Gitelman (Ed.). Durham, NC: Duke University Press, 2014. 224 pp. \$79.95. (hardcover). (ISBN: 978-0822356578)," *J. Assoc. Inf. Sci. Technol.*, vol. 66, no. 5, pp. 1088–1089, 2015, doi: 10.1002/asi.23492.
- [4] A. A. Shaikh, H. Alamoudi, M. Alharthi, and R. Glavee-Geo, *Advances in mobile financial services: a review of the literature and future research directions*, vol. 41, no. 1. 2023. doi: 10.1108/IJBM-06-2021-0230.
- [5] S. Surahmat, "Analisis Penerimaan Learning Manajemen Sistem Jurusan Manajemen Informatika Politeknik Negeri Sriwijaya Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam)," *J. Inform. dan Tek. Elektro Terap.*, vol. 12, no. 1, 2024, doi: 10.23960/jitet.v12i1.3843.
- [6] D. Suhartanto, D. Dean, T. A. T. Ismail, and R. Sundari, "Mobile banking adoption in Islamic banks: Integrating TAM model and religiosity-intention model," *J. Islam. Mark.*, vol. 11, no. 6, pp. 1405–1418, 2020, doi: 10.1108/JIMA-05-2019-0096.
- [7] R. . S. Sindhu Singh, "Article information : Predicting the Intention to Use Mobile Banking in India Introduction," *Int. J. Bank Mark.*, vol. 36, no. 2, pp. 357–378, 2018.
- [8] R. F. Malaquias and Y. Hwang, "Mobile banking use: A comparative study with Brazilian and U.S. participants," *Int. J. Inf. Manage.*, vol. 44, no. May 2018, pp. 132–140, 2019, doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2018.10.004.
- [9] D. Suhartanto, D. Dean, G. Leo, and N. N. Triyuni, "Millennial experience with online food home delivery: A lesson from Indonesia," *Interdiscip. J. Information, Knowledge, Manag.*, vol. 14, pp. 277–294, 2019, doi: 10.28945/4386.
- [10] S. Riptiono, D. N. Susanti, I. M. Rhamdhani, A. I. Anggraeni, and A. Prasetyo, "Parsing religiosity and intention to use Islamic mobile banking in Indonesia," *Banks Bank Syst.*, vol. 16, no. 4, pp. 34–44, 2021, doi: 10.21511/bbs.16(4).2021.04.
- [11] D. Jamshidi and N. Hussin, "Forecasting patronage factors of Islamic credit card as a new e-commerce banking service," *J. Islam. Mark.*, vol. 7, no. 4, pp. 378–404, 2016, doi: 10.1108/jima-07-2014-0050.
- [12] S. Adapa and S. K. Roy, "Consumers' post-adoption behaviour towards Internet banking: empirical evidence from Australia," *Behav. Inf. Technol.*, vol. 36, no. 9, pp. 970–983, 2017, doi: 10.1080/0144929X.2017.1319498.
- [13] Mediaasuransinews, "PT Bank Syariah Indonesia Tbk: Pengguna BSI Mobile Capai 5,9 Juta," *Media Asuransi News*, 2023. <https://mediaasuransinews.co.id/majalah/pt-bank-syariah-indonesia-tbk-pengguna-bsi-mobile-capai-59-juta/>
- [14] J. Dawes, "Do data characteristics change according to the number of scale points used? An experiment using 5-point, 7-point and 10-point scales," *Int. J. Mark. Res.*, vol. 50, no. 1, pp. 61–77, 2008, doi: 10.1177/147078530805000106.
- [15] H. Utomo, E. Muh, A. Jonemaro, and M. T. Ananta, "Perbandingan Usabilitas Aplikasi Taxi Online Android (Grab-car dan Uber) Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)," *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput. Vol.*, vol. 1, no. 12, pp. 1708–1717, 2017.
- [16] J. F. Hair, G. T. M. Hult, and C. M. Ringle, "A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)," 2017.