

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEMANFAATAN, KEANDALAN DAN RELIGIUSITAS
PADA PENGGUNAAN MOBILE BANKING BANK SYARIAH INDONESIA**

***THE INFLUENCE OF PERCEPTIONS EASE OF USE, USEFULNESS, TRUST AND RELIGIOUSITY
ON THE USE OF MOBILE BANKING BANK SYARIAH INDONESIA***

Difa Naufal Nurmajid^{1a}, Azmi Fitriati², Novi Dirgantari³, Dwi Winarni⁴

¹Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto,
Jl. KH. Ahmad Dahlan, Dukuhwaluh, Kembaran, Banyumas, Jawa Tengah 53182,

²Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto,
Jl. KH. Ahmad Dahlan, Dukuhwaluh, Kembaran, Banyumas, Jawa Tengah 53182,

³Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto,
Jl. KH. Ahmad Dahlan, Dukuhwaluh, Kembaran, Banyumas, Jawa Tengah 53182,

⁴Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto,
Jl. KH. Ahmad Dahlan, Dukuhwaluh, Kembaran, Banyumas, Jawa Tengah 53182,

^aKorespondensi e-mail: difanaufal08@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, kemanfaatan, keandalan, dan religiusitas pada penggunaan *mobile banking* bank syariah Indonesia. Pengumpulan data menggunakan data primer yang didapatkan dari kuesioner melalui metode *convenience sampling*. Populasinya adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto pengguna *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia, sedangkan sampel yang diambil berjumlah 127 responden. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *Structural Equational Modelling Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan *software* Smart-PLS v3. Berdasarkan pengujian hipotesis yang dilakukan, persepsi kemudahan dan religiusitas berpengaruh positif pada penggunaan *mobile banking*. Sementara itu persepsi kemanfaatan dan keandalan tidak berpengaruh pada penggunaan *mobile banking*.

Kata kunci: keandalan, kemanfaatan, *mobile banking*, persepsi kemudahan, religiusitas.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of perceived ease of use, usefulness, reliability, and religiosity on the use of Bank Syariah Indonesia mobile banking. Data collection uses primary data obtained from questionnaires using the convenience sampling method. The population is students of Muhammadiyah Purwokerto University who use Bank Syariah Indonesia Mobile Banking, while the sample taken is 127 respondents. The analysis method used through this research is using the Structural Equational Modelling Partial Least Square (SEM-PLS) method with the Smart-PLS v3 software tool. Based on the hypothesis testing conducted, perceived convenience and religiosity have a positive effect on the use of mobile banking. Meanwhile, perceived usefulness and reliability have no effect on the use of mobile banking.

Keywords: mobile banking, perceived convenience, reliability, religiosity, usefulness.

Nurmajid, D. A., Fitriati, A., Dirgantari, N., & Winarni, D. 2024. *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan, Keandalan Dan Religiusitas Pada Penggunaan Mobile Banking BSI*. NISBAH: Jurnal Perbankan Syariah 9 (2): 127-141.

PENDAHULUAN

Uang merupakan sarana alat pembayaran yang lazim dipergunakan dalam kehidupan sehari-hari demi memenuhi kebutuhan barang, jasa, dan kehidupan lainnya. Namun, saat ini pembayaran non-tunai semakin populer dan menggantikan peran uang tunai. Bank Sentral Republik Indonesia menyebutkan bahwasanya pergeseran ini terjadi dikarena masyarakat beranggapan bahwasanya bertransaksi dengan uang tunai berjumlah besar dapat menimbulkan risiko seperti pencurian, perampokan, dan pemalsuan uang. Oleh karena itu, teknologi pembayaran non-tunai semakin berkembang dan digemari di Indonesia karena kepraktisannya dalam kehidupan sehari-hari. Hadirnya dalam sistem pembayaran non-tunai membuat perusahaan untuk berinovasi dan bergerak di bidang teknologi informasi dan keuangan. Saat ini, baik perusahaan perbankan konvensional maupun syariah, baik negeri maupun swasta, bersaing untuk menawarkan berbagai keunggulan dalam alat pembayaran non-tunai yang dimilikinya untuk menarik minat nasabah.

Bank Syariah Indonesia (BSI) termasuk bank syariah di Indonesia menggunakan metode pembayaran uang elektronik dengan teknologi digitalisasi melalui *mobile banking* yang dilengkapi dengan berbagai fitur, seperti transfer, tabungan, dan pembayaran. Sejalan dengan perkembangan teknologi, BSI terus melakukan inovasi serta digitalisasi *mobile banking* untuk melayani nasabah dengan baik. BSI *Mobile* diharapkan dapat menjadikan aplikasi perbankan paling lengkap yang dapat memenuhi kebutuhan finansial, sosial, hingga spiritual nasabah. Bank Syariah Indonesia (Tbk) terus mengembangkan produk-produk inovatif yang dilengkapi dengan *e-channel* untuk memberikan pelayanan transaksi terbaik bagi nasabah. Seiring dengan perkembangan teknologi yang terus meningkat secara pesat, masyarakat

cenderung melakukan transaksi melalui *mobile banking* daripada ke cabang. Dengan kemajuan teknologi yang terus berlangsung, BSI terus berusaha mengembangkan dan menginovasi layanan *mobile banking* dalam memberikan pelayanan terbaik untuk nasabah dan masyarakat. Saat ini, *mobile banking* termasuk layanan utama yang ditawarkan oleh BSI. Lebih dari 95% transaksi di BSI dilakukan melalui *e-channel*, sementara hanya sekitar 5% nasabah yang mengunjungi cabang. BSI terus berusaha menghadirkan *beyond banking services* dalam layanan *mobile banking* sebagai bentuk inovasi.

Menurut Peraturan Bank Indonesia No.888/40/PBI/2016 mengemukakan bahwasanya kemajuan teknologi dan sistem informasi terus memberikan inovasi baru, terutama dalam bidang *Financial Technology (Fintech)*. *Fintech* termasuk layanan jasa keuangan yang berbasis teknologi saat ini. Industri *fintech* memperkenalkan sistem pembayaran uang elektronik dengan beragam bentuk, salah satunya adalah *mobile banking*. Dalam perkembangannya, *mobile banking* dapat mempermudah pengguna untuk melakukan bertransaksi perbankan melalui perangkat *mobile*.

Beberapa penelitian mengemukakan bahwasanya faktor yang mempengaruhi penggunaan pada *mobile banking* BSI di masyarakat, di antaranya yaitu persepsi kemudahan, kemanfaatan, keandalan, dan religiusitas. Faktor yang pertama yaitu persepsi kemudahan, dalam konsep Davis, (1989) mendefinisikannya sebagai seberapa jauh individu percaya bahwasanya penggunaan suatu sistem maka semakin mudah dan tanpa upaya yang besar untuk menggunakannya. Faktor yang kedua yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) yakni seberapa jauh individu meyakini bahwasanya pemanfaatan teknologi dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya (Jogiyanto, 2007, p. 114). Faktor yang ketiga yaitu keandalan, Seperti yang ditunjukkan oleh Sangadji & Sopiha, (2013), keandalan ialah kekuatan

informasi yang digerakkan pembeli serta berbagai hal yang dibuat pelanggan bahwasanya barang memiliki barang, properti, dan keunggulan. Faktor yang keempat yaitu religiusitas yakni kegiatan keagamaan yang tidak sekedar dilakukan saat menjalankan ritual keagamaan melainkan juga saat beraktivitas dan memperoleh dorongan dari kekuatan supranatural. Tidak sekedar berhubungan dengan aktifitas yang dapat dilihat tetapi ada juga aktivitas ada dalam diri hati seseorang. Fauzi & Murniawaty, (2020) mengemukakan religiusitas mempengaruhi minat sebagai nasabah di bank syariah.

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan, maka penelitian ini dilaksanakan supaya menganalisis dan menemukan bukti empiris pengaruh persepsi kemudahan, kemanfaatan, keandalan dan religiusitas pada penggunaan *mobile banking* bank syariah Indonesia, mahasiswa sebagai responden menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia sebagai penggunaan aplikasi sehari-hari dan sebagai mitra alat pembayaran administrasi yang disediakan oleh Universitas.

Teori dasar yang dipergunakan yakni *Teori Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis, (1989) yang membicarakan mengenai hubungan penerimaan individu sebagai konsumen terhadap penggunaan sistem informasi yang diterapkan dalam *mobile banking*.

TINJAUAN LITERATUR

Technology Acceptance Model

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali dikembangkan oleh Davis, (1989) agar memperjelas penerimaan teknologi. Model ini termasuk adaptasi dari *The Theoretical Activity* (TRA). TAM termasuk teori pemanfaatan sistem informasi yang paling berpengaruh serta biasanya dipergunakan dalam memberi penjelasan penerimaan individu pada pemanfaatan sistem informasi (Ahmad & Pambudi, 2014).

Menurut Davis, (1989) Model Penerimaan Teknologi memiliki lima faktor

yang dapat mempengaruhi penerimaan pengguna terhadap sistem informasi, yaitu persepsi kegunaan, persepsi nilai, sikap terhadap penggunaan, perilaku tujuan untuk memanfaatkan, dan pemanfaatan kerangka nyata. Davis, (1989) menemukan bahwasanya dari kelima faktor tersebut, dua faktor utama yang memengaruhi pengakuan pembeli terhadap bisnis berbasis web adalah persepsi kemudahan dan kenyamanan.

A. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Penggunaan Mobile Banking BSI

Persepsi kemudahan penggunaan yaitu seberapa jauh individu mempercayai bahwasanya penggunaan suatu sistem dapat membebaskan dari usaha (Davis, 1989). Kemudahan meyakini individu bahwasanya Sistem informasi yang nantinya dipegunakan tidak membutuhkan upaya terlalu besar ketika dipergunakan (Fitriati et al., 2020). Menurut Utami & Herawati, (2020) kemudahan penggunaan dapat didefinisikan dimana konsumen bisa merasa berinteraksi secara mudah melalui penggunaan sistem supaya memperoleh informasi yang dibutuhkan. Tirtana & Sari, (2014) menyatakan apabila jasa dari teknologi dianggap dapat dipergunakan dengan mudah maka dapat mendorong pengguna dalam memperoleh ataupun mempergunakan teknologi tersebut. Dalam sama halnya dengan penelitian dari Putra & Sari, (2020) dan Utami & Herawati, (2020) yang mengemukakan bahwasanya persepsi kemudahan berpengaruh positif pada penggunaan *mobile banking*. Dari pemaparan diatas, hipotesis yang diajukan adalah:

H₁: Persepsi kemudahan berpengaruh positif pada penggunaan *mobile banking*

2. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan terhadap Penggunaan Mobile Banking BSI

Persepsi kemanfaatan didefinisikan sebagai sebuah ukuran dimana penggunaan

diyakini dapat mempermudah penggunaannya (Davis, 1989). Menurut Wibowo et al., (2015) persepsi manfaat ialah tindakan yang mana penggunaan dari sebuah inovasi dapat diterima serta memberi manfaat untuk penggunaannya. Siswoyo & Irianto, (2023) mengemukakan bahwasanya manfaat yang diperoleh pengguna dari suatu sistem bisa menjadi penentu dari keputusan yang akan ditetapkan serta menyikapi pemanfaatan sistem tersebut. Apabila sistem tersebut dianggap dapat bermanfaat maka penggunaannya akan dilaksanakan secara terus-menerus. Beberapa penelitian memperlihatkan bahwasanya persepsi kemanfaatan berpengaruh positif pada penggunaan *mobile banking*, diantaranya penelitian dari, Wahyuningtyas & Widiastuti, (2015), Fadhli & Fachruddin, (2016), dan Aziziyah, (2021). Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis penelitian pertama ialah:

H₂: Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif pada penggunaan *mobile banking*

3. Pengaruh Persepsi Keandalan terhadap Penggunaan Mobile Banking BSI

Keandalan adalah pemikiran individu yang bisa menggambarkan mengenai suatu hal (Kotler & Keller, 2009). Keandalan terhadap *mobile banking* dapat diketahui jika pengguna merasakan bahwasanya melalui penggunaan teknologi tersebut tugas yang dilaksanakan dapat terselesaikan secara mudah dan cepat (Fajriah et al., 2021). Afolo & Dewi, (2022) mengemukakan bahwasanya jaminan keamanan termasuk aspek utama untuk menciptakan kepercayaan individu dengan meminimalisir rasa khawatir pengguna atas penyalahgunaan data pribadi serta kerusakan transaksi. Apabila pengguna merasakan kenyamanan maka ia tidak memiliki kekhawatiran ketika memberi informasi, serta meyakini bahwasanya pengguna akan memperoleh perlindungan atas seluruh data serta uang yang tersimpan dalam *mobile banking* tersebut. sama

halnya dengan penelitian dari Tirtana & Sari, (2014), Lieny et al., (2021), dan Afolo & Dewi, (2022) yang memperlihatkan bahwasanya persepsi keandalan berpengaruh positif pada penggunaan *mobile banking*. Dari penjelasan diatas, maka hipotesis yang dibangun pada penelitian ini yakni:

H₃: Persepsi keandalan berpengaruh positif pada penggunaan *mobile banking*

4. Pengaruh Religiusitas terhadap Penggunaan Mobile Banking BSI

Religiusitas dalam konteks keislaman yaitu proses melaksanakan ajaran agama dengan Kaffah atau secara keseluruhan. Sehingga religiusitas bisa diartikan sebagai dalamnya penghayatan keagamaan individu serta kepercayaan pada Tuhan yang direpresentasikan dengan mentaati segala perintah serta menghindari larangan secara ikhlas serta sepenuh jiwa dan raga (Mardiana et al., 2021). Berbagai studi mengenai perilaku konsumen serta afiliasi keagamaan yang memperlihatkan bahwasanya filosofi agama yang berbeda dapat mengakibatkan perilaku manusia juga berbeda (Arifah & Rusgianto, 2023) Agama menjadi faktor terpenting dalam mempergunakan layanan syariah. Menurut Nur, (2022) individu yang mempercayai suatu layanan misalnya perbankan islam apabila ia menganggap suatu layanan dapat merepresentasikan syariah serta cita-cita islam. Arifah & Rusgianto, (2023) mengemukakan jika kepatuhan pada kewajiban beragama semakin besar, maka seseorang tersebut mungkin pengguna *mobile banking* bank syariah juga akan semakin tinggi. Beberapa penelitian memperlihatkan bahwasanya religiusitas berpengaruh positif pada penggunaan *mobile banking*, diantaranya Nur, (2022) dan Arifah & Rusgianto, (2023). Dari penjelasan diatas, maka hipotesis yang diajukan ialah:

H₄: Religiusitas berpengaruh positif pada penggunaan *mobile banking*

METODOLOGI

Penelitian ini berjenis kuantitatif. Melalui penggunaan data primer yang didapatkan dari jawaban responden. Populasi penelitian ini yakni nasabah yang mempergunakan *mobile banking* BSI pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Penentuan sampel dilaksanakan melalui penggunaan teknik *convenience sampling* yaitu responden yang merupakan sampel secara kebetulan karena tanpa sengaja bertemu serta bisa dijadikan sampel karena berstatus sebagai mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang menggunakan *mobile banking* BSI. Responden yang didapatkan penelitian ini sebanyak 127 nasabah. Data yang dipergunakan yakni data primer melalui teknik kuesioner dari Google form.

Variabel yang digunakan adalah persepsi kemudahan (tidak sulit dipelajari, fitur jelas, mudah digunakan, dan dapat dipelajari dengan cepat), kemanfaatan (membantu kehidupan sehari-hari, fleksibel, menghemat waktu, dan

meningkatkan produktivitas), keandalan (dapat dipercaya, dapat diandalkan, proses aman, dan menjaga persyaratan serta komitmen secara ketat) religiusitas (landasan hukum syariah, pandangan islam, dan legal serta tidak mengurangi nilai ibadah) dan penggunaan *mobile banking* (ketergantungan, frekuensi penggunaan, dan penggunaan di masa mendatang).

a. Metode analisis data yang dipergunakan ialah pendekatan dengan uji statistika *Structural Equation Model* (SEM), yakni pendekatan alternatif *Partial Least Square* (PLS). Alat analisis yang digunakan yaitu SmartPLS versi 3. Pada pengujiannya terdiri dari karakteristik responden, deskripsi responden, *factor loading*, *discriminant validity*, *collinearity statistic*, r^2 square dan q^2 square, dan *path coefficient*. Jawaban kuesioner mengacu pada teknik skala *likert* dengan nilai 5 sampai 1 terdiri lima jawaban yakni: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS)

Tabel 1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Pengukuran Variabel
Penggunaan <i>Mobile banking</i> (Y)	Penggunaan mengacu pada seberapa penting para pengguna memakai sistem informasi tersebut, (DeLone & McLean, 2003) dan (Stefanovic et al., 2016)	a. Ketergantungan b. Frekuensi penggunaan c. Penggunaan di masa mendatang
Persepsi Kemudahan (X1)	Persepsi kemudahan penggunaan adalah mengarah pada perasaan pengguna bebas dari masalah ketika mempergunakan teknologi dimana kemudahan penggunaan yang dirasakan pengguna pada suatu teknologi berarti bahwa pengoperasiannya tidak rumit dan menggunakan upaya minimal, secara mental dan fisik (Suhartanto et al., 2020)	a. Tidak sulit untuk dipelajari b. Fitur yang jelas c. Mudah digunakan d. Dapat dipelajari dengan cepat
Kemanfaatan (X2)	Kemanfaatan didefinisikan seberapa jauh seseorang meyakini bahwasaya suatu teknologi dapat meningkatkan kebutuhannya seperti meningkatkan kinerja dari pekerjaan yang dilaksanakan (Suhartanto et al., 2020)	a. Membantu dalam kehidupan sehari-hari b. Fleksibel c. Menghemat waktu d. Meningkatkan produktivitas
Keandalan (X3)	Keandalan merupakan faktor penentu kepercayaan dalam penggunaan <i>mobile banking</i> , perihal tersebut bisa diketahui dari sejauh mana seseorang mengekspresikan dan merasa aman atau nyaman dalam menggunakan produk atau layanan tanpa	a. Dapat dipercaya b. Dapat diandalkan. c. Proses aman. d. Menjaga persyaratan dan

	mempedulikan risiko atau masalah apa pun (Silanoi et al., 2023)	komitmen secara ketat.
Religiusitas (X4)	Religiusitas didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan kepada Tuhan dan diikuti dengan meyakini dan mempraktikkan beberapa prinsip yang telah ditetapkan sehingga akan berdampak pada perilaku dan sikap (Usman et al., 2022)	a. Landasan hukum syariah b. Pandangan Islam c. Legal dan tidak mengurangi nilai ibadah

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Analisis

1. Gambaran Umum Responden

Total kuesioner yang didapatkan kepada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto yaitu sebesar 127 kuesioner. Karakteristik responden diperlihatkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Profil Responden	Jumlah	Presentase
Jumlah Sampel	127	100%
Umur:		
18-20	13	10%
21-23	112	88%
Diatas 24 tahun	2	2%
Jumlah	127	100%
Jenis Kelamin:		
Laki-Laki	57	45%
Perempuan	70	55%
Jumlah	127	100%
Fakultas:		
FAI	8	6%
FEB	68	54%
F. FARMASI	3	2%
F. HUKUM	1	1%
FIKES	15	12%
F. KEDOKTERAN	2	2%
FKIP	5	4%
FPP	2	2%
F. PSIKOLOGI	10	8%
FTS	13	10%
Jumlah	127	100%

Sumber: Output analisis data SmartPLS diolah peneliti, 2023

Dari tabel 2 terlihat bahwasanya responden yang dalam penelitian ini memiliki umur 18-

20 tahun sebanyak 13 orang (10%), sebanyak 112 orang berumur 21-23 tahun (88%), dan responden dengan umur >24 tahun sebanyak 2 orang (2%). Total responden pria lebih sedikit dibandingkan responden wanita. Jumlah responden pria sebanyak 57 orang (45%) sementara wanita sebanyak 70 orang (55%). Responden dari Fakultas Agama Islam sebanyak 8 orang (6%), Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebanyak 68 orang (64%), Fakultas Farmasi 3 orang (2%), Fakultas Hukum sebanyak 1 orang (1%), Fakultas Ilmu Kesehatan sebanyak 15 orang (12%), Fakultas Kedokteran sebanyak 2 orang (2%), Fakultas Ilmu Keguruan dan Ilmu Pendidikan sebanyak 5 orang (4%), Fakultas Pertanian dan Perikanan sebanyak 2 orang (2%), Fakultas Psikologi sebanyak 10 orang (8%), dan Fakultas Teknik dan Sains sebanyak 13 orang (10%).

2. Deskripsi Jawaban Responden

Studi ini dilakukan dengan cara pendekatan survei menggunakan kuesioner. Kuesioner berisi pernyataan atau item yang mengukur variabel dengan menggunakan skala likert 5 poin. Berikut gambaran ringkas mengenai persepsi/jawaban responden pada setiap variabel penelitian. Ringkasan jawaban responden pada setiap variabel diperlihatkan pada tabel 3.

Tabel 3 memperlihatkan bahwasanya dari 127 kuesioner yang diolah, diperoleh nilai rata-rata skor supaya variabel persepsi kemanfaatan sebesar **4,76**, variabel kemudahan sebesar **4,85**, keandalan **4,78**, religiusitas sebesar **4,79**, dan penggunaan sistem informasi sebesar **4,67**. Skor tersebut memperlihatkan

bahwasannya persepsi responden terhadap persepsi kemanfaatan, kemudahan, keandalan, religiusitas, dan penggunaan

sistem informasi pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto dalam kategori tinggi.

Tabel 3. Deskripsi Jawaban Responden

Kemanfaatan		Persepsi Kemudahan		Keandalan		Religiusitas		Penggunaan Mobile Banking	
Item	Rerata Skor	Item	Rerata Skor	Item	Rerata Skor	Item	Rerata Skor	Item	Rerata Skor
PU1	4,78	PEoU1	4,87	T1	4,81	RI1	4,78	U1	4,62
PU2	4,83	PEoU2	4,86	T2	4,76	RI2	4,74	U2	4,62
PU3	4,87	PEoU3	4,87	T3	4,76	RI3	4,85	U3	4,65
PU4	4,56	PEoU4	4,81	T4	4,78				
Rerata Total	4,76	Rerata Total	4,85	Rerata Total	4,78	Rerata Total	4,79	Rerata Total	4,67

Sumber: Output analisis data SmartPLS diolah peneliti, 2023

3. Asesmen Model Pengukuran/Outer Model

Evaluasi pada outer model atau model pengukuran mencakup penilaian terhadap *outer loading*, validitas, dan reliabilitas item serta konstruk yang sedang diteliti. Validitas diukur dengan dua pendekatan, yakni validitas konvergen dan validitas diskriminan (Hair et al., 2018). Langkah awal untuk mengevaluasi *outer model* yakni melalui pemeriksaan nilai *outer loading* dari setiap indikator yang mengukur konstruk. Hair et al., (2018) menyarankan agar faktor loading memiliki nilai yang signifikan, yakni di atas 0,70.

Selanjutnya yaitu menilai reliabilitas konsistensi internal dengan melihat nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha*. Nilai reliabilitas yang memuaskan berdasarkan pendapat Hair et al., (2018) dan Jöreskog, (1971) adalah antara 0,70 s.d 0,90. Berikutnya ialah menilai validitas konvergen. Metrik yang dipergunakan dalam melaksanakan evaluasi validitas konvergen konstruk ialah rata-rata varians yang diekstraksi (AVE) pada seluruh item disetiap konstruk. AVE yang bisa diterima yakni 0,50 atau bisa juga lebih tinggi, yang memperlihatkan bahwasanya konstruk

menerangkan minimal 50% dari varian itemnya (Hair et al., 2018).

Selanjutnya ialah menilai validitas diskriminan, yakni seberapa jauh konstruk secara empiris berbeda dari konstruk lain pada model struktural. Validitas diskriminan dijelaskan dalam (Hair et al., 2018) meliputi tiga penilaian yaitu pertama dengan mengikuti pendekatan dari Fornell dan Larcker (1981) yaitu bahwasanya nilai akar AVE dari tiap konstruk perlu diperbandingkan dengan kuadrat korelasi antar konstruk (untuk ukuran varian bersama) dari konstruk yang sama dan seluruh konstruk lain yang diukur dengan reflektif pada model struktural. Varian bersama pada seluruh konstruksi model tidak boleh melebihi nilai akar AVE. Kedua dengan pendekatan (Henseler et al., 2015) yaitu dengan melihat rasio heterotrait-monotrait (HTMT) dari korelasi (Voorhees et al., 2016). HTMT diartikan sebagai nilai rata-rata korelasi item disemua konstruksi relatif pada rata-rata (geometris) korelasi untuk item yang mengukur konstruksi yang sama. Nilai rasio HTMT yang direkomendasikan adalah kurang dari 0,85 atau 0,90. Hasil analisis model pengukuran ditampilkan pada tabel 4.

Tabel 4. Ringkasan *Output Measurement Model (Outer loading, Composite Reliability, Cronbach Alpha, dan AVE)*

Variabel	Item	<i>Outer Loading</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach Alpha</i>	AVE
Persepsi Kemudahan (X1)	PEoU1	0.908	0.917	0.881	0.734
	PEoU2	0.849			
	PEoU3	0.826			
	PEoU4	0.841			
Kemanfaatan (X1)	PU1	0.873	0.928	0.897	0.765
	PU2	0.800			
	PU3	0.922			
	PU4	0.898			
Keandalan (X3)	T1	0.922	0.942	0.918	0.804
	T2	0.913			
	T3	0.924			
	T4	0.823			
Religiusitas (X4)	RI1	0.936	0.946	0.915	0.855
	RI2	0.955			
	RI3	0.881			
Penggunaan <i>Mobile Banking</i> (Y)	U1	0.967	0.965	0.946	0.903
	U2	0.963			
	U3	0.920			

Sumber: *Output analisis data SmartPLS diolah peneliti, 2023*

Tabel diatas memperlihatkan bahwasanya semua nilai *outer loading* yang mengukur indikator melebihi 0.70 maka bisa disimpulkan bahwasanya semua item mempunyai validitas yang baik, atau item dinyatakan mampu mengukur konstruk dengan baik. Dapat dilihat juga pada tabel 4, nilai reliabilitas atau konsistensi internal nilainya telah memberikan hasil yang sesuai ketentuan, dimana diketahui nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* pada konstruk persepsi kemanfaatan, kemudahan, kepercayaan, religiusitas, dan penggunaan sistem informasi nilainya

melebihi 0,70, artinya konstruk dalam studi ini mempunyai tingkat reliabilitas yang baik. Nilai AVE yang merupakan ukuran *convergen validity*, juga menghasilkan nilai yang sesuai dengan *rule of thumb* yang direkomendasikan (Hair et al., 2019) yaitu melebihi 0,50, yang mengindikasikan bahwasanya konstruk dalam studi ini memiliki validitas konvergen atau dengan kata lain konstruk menjelaskan setidaknya 50% dari varian itemnya. Tabel hasil analisis diskriminan dengan *Fornel Lacker Criterion* bisa diketahui pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil Analisis Validitas Diskriminan dengan Pendekatan Fornell Larcker Criterion

Variabel	Kemanfaatan	Keandalan	Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	Persepsi Kemudahan	Religiusitas
Kemanfaatan	0.875				
Keandalan	0.719	0.896			
Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	0.596	0.732	0.950		
Persepsi Kemudahan	0.703	0.753	0.808	0.857	
Religiusitas	0.652	0.760	0.688	0.638	0.925

Sumber: *Output analisis data SmartPLS diolah peneliti, 2023*

Hasil analisis validitas diskriminan pada tabel 5 memberikan simpulan bahwa konstruk dalam studi ini telah memenuhi kriteria validitas diskriminan, dibuktikan dengan nilai setiap konstruk yang lebih

rendah dari nilai akar AVE nya. Hal tersebut memperlihatkan bahwasanya antara satu konstruk dengan konstruk lainnya berbeda secara empiris.

Tabel 6. Hasil Analisis Validitas Diskriminan dengan Pendekatan Rasio HTMT

Variabel	Kemanfaatan	Keandalan	Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	Persepsi Kemudahan	Religiusitas
Kemanfaatan					
Keandalan	0.800				
Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	0.643	0.780			
Persepsi Kemudahan	0.805	0.831	0.860		
Religiusitas	0.726	0.833	0.738	0.712	

Sumber: Output analisis data SmartPLS diolah peneliti, 2023

Hasil yang ditunjukkan pada tabel 6 memperkuat konstruk pada studi ini memiliki validitas diskriminan yang baik, rasio HTMT telah sesuai dengan *rule of thumb* yang direkomendasikan (Henseler et al., 2015) yaitu kurang dari 0,85.

Asesmen dalam struktural model meliputi penilaian terhadap *Colinearity Statistic*, *Koefisien Determinasi (R²)*, *Construct Crossvalidated Redundancy (Q²)*, dan signifikansi statistik serta relevansi koefisien jalur. *Colinearity statistic* berfungsi untuk memastikan bahwasanya tidak terjadi multikolinearitas dalam model penelitian. Asesmen multikolinearitas dilaksanakan dengan menggunakan nilai VIF. Nilai VIF > 5 memperlihatkan adanya permasalahan kolinearitas di antara konstruksi prediktor.

Tabel 7. Hasil Colinearity Statistic

Variabel	VIF
Kemanfaatan	2.461
Keandalan	3.560
Persepsi	
Kemudahan	2.653
Religiusitas	2.522

Sumber: Output analisis data SmartPLS diolah peneliti, 2023

Tabel diatas menunjukkan bahwas nilai VIF untuk semua konstruk eksogen nilainya sudah lebih rendah dari 5, artinya tidak terdapat masalah kolinearitas pada konstruk variabel bebas. Hasil analisis

koefisien determinasi dan *construct crossvalidated redundancy* bisa diketahui pada tabel 8.

Tabel 8. Hasil Koefisien Determinasi (R²) dan Construct Crossvalidated Redundancy (Q²)

Variabel	R Square	Q Square
Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	0.714	0.623

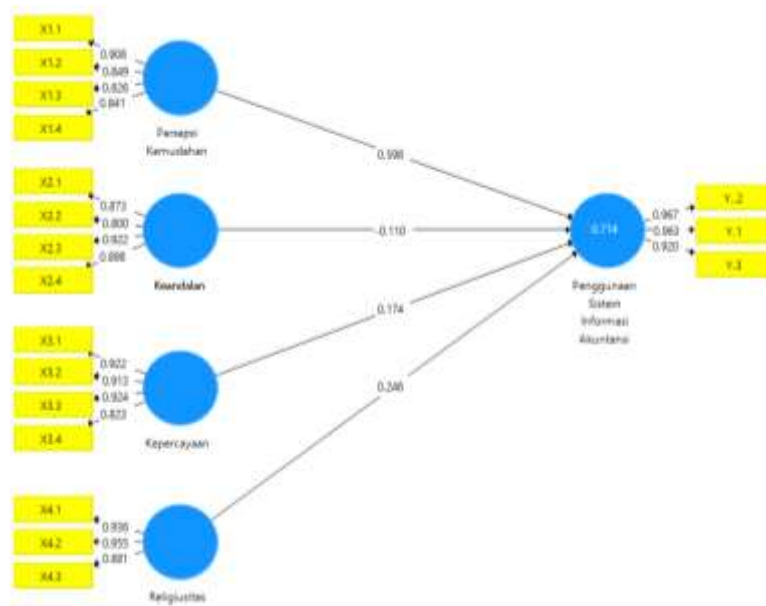
Sumber: Output analisis data SmartPLS diolah peneliti, 2023

Berdasarkan perolehan analisis didapatkan nilai R-square yakni sebesar 0,714, memperlihatkan bahwasanya kemampuan variabel prediktor yaitu persepsi kemanfaatan, kemudahan, kepercayaan, dan religiusitas dalam menjelaskan penggunaan sistem informasi adalah sebesar 72,2% atau termasuk dalam kategori substansial.

Berdasarkan hasil analisis didapatkan nilai Q-square adalah sebesar 0,623, berarti akurasi prediksi dari variabel persepsi kemanfaatan, kemudahan, kepercayaan, dan religiusitas dalam menjelaskan penggunaan sistem informasi termasuk kategori sedang.

4. Uji Hipotesis Pengaruh Langsung

Hasil analisis signifikansi statistik serta relevansi koefisien jalur bisa diketahui pada gambar 1 dan tabel 9.



Gambar 1 Hasil Analisis dalam Bentuk Model Penelitian

Tabel 9. Uji Hipotesis Pengaruh Langsung

Hubungan antar variabel	β	Std. Dev	t Value	p Values	Ket
Persepsi Kemudahan -> Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	0.598	0.149	4.011	0.000	H1 Diterima
Kemanfaatan -> Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	-0.110	0.110	0.998	0.319	H2 Ditolak
Keandalan -> Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	0.174	0.146	1.189	0.235	H3 Ditolak
Religiusitas -> Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	0.246	0.109	2.256	0.025	H4 Diterima

Sumber: Output analisis data SmartPLS diolah peneliti, 2023

B. Pembahasan

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Pada Penggunaan Mobile Banking BSI

Hasil Hipotesis pertama pada studi ini yang mengemukakan bahwasanya persepsi kemudahan berpengaruh positif pada penggunaan *mobile banking*. Perihal tersebut diperlihatkan dari nilai koefisien jalur sebesar 0.598 serta p-value 0.000. ditemukan indikasi bahwasanya persepsi kemudahan penggunaan *mobile banking* berperan utama dalam meningkatkan kepercayaan seseorang bahwasanya *mobile banking* dapat dipergunakan dengan mudah, sehingga nantinya akan memengaruhi penggunaan *mobile banking* tersebut. Persepsi kemudahan ini dijelaskan dalam

teori TAM yang mana dikemukakan bahwasanya jika pemanfaatan teknologibisa bebas dari usaha keras atau bisa dipergunakan secara mudah maka teknologi tersebut dikatakan dapat mempersepsikan kemudahan. Menurut Utami & Herawati, (2020) suatu teknologi baru dapat diterima masyarakat luas, serta penggunaannya tidak meras bingung maka perihal tersebut dinamakan sebagai persepsi kemudahan.

Hasil studi ini didukung oleh hasil data lapangan yang memperlihatkan bahwasanya kemudahan dipersepsikan tinggi oleh responden, dengan memperoleh indeks mean skor sebesar 4,85. Artinya mayoritas responden mengemukakan bahwasanya *mobile banking* bank syariah

dapat mempermudah kehidupan sehari-hari. Responden juga mempersepsikan positif bahwasanya penggunaan aplikasi *mobile banking* bank syariah sangat mudah dipergunakan dan adanya fitur yang jelas ketika melakukan suatu transaksi. Kemudian, responden juga setuju bahwasanya mereka sering melakukan transaksi keuangan perbankan melalui penggunaan *mobile banking* bank syariah. Perihal tersebut karena *mobile banking* lebih mudah untuk digunakan.

Putra & Sari, (2020) mengemukakan bahwasanya kemudahan penggunaan menekankan pada kemudahan yang didapatkan pengguna. Misalnya individu yang menganggap bahwasanya apabila *mobile banking* tersebut dapat dipelajari secara mudah maka mereka cenderung mengesampingkan setiap kelemahan dan tertarik menggunakan *mobile banking*. Sama halnya dengan penelitian Putra & Sari, (2020), dan Utami & Herawati, (2020) yang mengemukakan bahwasanya persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang positif pada penggunaan *mobile banking*.

2. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Pada Penggunaan Mobile Banking BSI

Hipotesis kedua pada studi ini mengemukakan bahwasanya persepsi kemanfaatan tidak mempengaruhi penggunaan *mobile banking*. Perihal tersebut bisa diketahui dari nilai koefisien jalur sebesar -0.110 serta p-value 0.319. Hal ini memperlihatkan bahwasanya manfaat yang diberikan oleh perbankan masih kurang optimal dalam menciptakan ketertarikan nasabah (Qoes Atieq & Nurpiani, 2022). Perolehan yang diperlihatkan dari hasil kuesioner yang sudah diberikan walaupun tidak sedikit yang menyatakan positif tetapi tidak sedikit responden yang mengemukakan kurang setuju.

Nurdin et al., (2021) menjelaskan meskipun kebanyakan responden menyampaikan ketertarikannya dalam mempergunakan *mobile banking*, tetapi perihal tersebut tidak dapat disimpulkan bahwasanya variabel kemanfaatan

berpengaruh secara signifikan pada minat nasabah dalam mempergunakan *mobile banking*. Menurut Zuliani & Purwati, (2021) dalam hasil penelitiannya, menjelaskan bahwa terdapat nasabah yang masih merasa *mobile banking* tidak meningkatkan produktifitasnya dalam bekerja, sehingga memutuskan tidak mempergunakan *mobile banking*. Hasil studi ini selaras dengan penelitian Triwardhani et al., (2023) yang mengemukakan bahwasanya persepsi kemanfaatan tidak mempengaruhi penggunaan *mobile banking*, yang dapat didefinisikan bahwa hanya rasa manfaat yang semakin tinggi maka tidak mempengaruhi penggunaan *mobile banking*. Lain halnya dengan penelitian dari Wahyuningtyas & Widiastuti, (2015), Fadhli & Fachruddin, (2016), dan Aziziyah, (2021) yang memperlihatkan bahwasanya persepsi kemanfaatan berpengaruh positif pada tingkat kemanfaatan terhadap penggunaan *mobile banking*.

3. Pengaruh Persepsi Keandalan Pada Penggunaan Mobile Banking BSI

Hipotesis ketiga pada studi ini mengemukakan bahwasanya persepsi kepercayaan tidak mempengaruhi penggunaan sistem informasi akuntansi. Perihal tersebut bisa diketahui dari nilai koefisien jalur sebesar 0.174 serta p-value 0.235. perolehan tersebut memberikan interpretasi bahwasanya responden merasa tidak yakin pada penggunaan *mobile banking*. Menurut Aieni & Purwantini, (2017) mendefinisikan keandalan sebagai pengharapan positif pada niat atau perilaku partner sehingga fokus meyakini bahwasanya partner-nya akan bertanggungjawab, memperlihatkan integritas, serta tidak melukai partner-nya. Responden akan meyakini bahwasanya kerahasiaan penggunaan *mobile banking* BSI terjamin, apabila pihak bank dapat memberikan jaminan keamanan data tersebut tidak akan bocor.

Pada penelitian ini, responden merasa kurang yakin dalam mempergunakan *mobile banking*. Perihal tersebut terjadi karena maraknya kasus

cybercrime dan penipuan melalui *mobile banking*, sehingga ada kekhawatiran pada responden dalam memberikan informasi keuangan jika bertransaksi menggunakan *mobile banking* (Aieni & Purwantini, 2017). Nurdin et al., (2021) menjelaskan bahwa banyak pengguna kurang paham mengenai risiko keamanan, dan kerahasiaan dari *mobile banking*. Pengguna menganggap walaupun pihak bank sudah mengutamakan keamanan dan kerahasiaan dari teknologi informasi layanan *mobile banking*, tidak menutup kemungkinan jika keamanan dan kerahasiaan data nasabah akan bocor. Perihal tersebut bisa diketahui dari banyaknya kasus pembobolan data maupun pembobolan uang nasabah oleh oknum yang tidak bertanggung jawab. Sama halnya dengan penelitian Aieni & Purwantini, (2017), Nurdin et al., (2021) dan Triwardhani et al., (2023) yang memperlihatkan bahwasanya persepsi keandalan tidak mempengaruhi penggunaan *mobile banking*.

4. Pengaruh Religiusitas Pada Penggunaan Mobile Banking BSI

Hipotesis keempat pada studi ini yang mengemukakan bahwasanya berpengaruh positif pada penggunaan sistem informasi akuntansi. Perihal tersebut diperlihatkan dari nilai koefisien jalur sebesar 0.246 serta *p-value* 0.025. hal tersebut semakin besar kepatuhan terhadap kewajiban agama, maka semakin tinggi kemungkinan untuk mempergunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Hasil studi ini disertai dengan hasil data lapangan yang memperlihatkan bahwasanya religiusitas dipersepsikan tinggi oleh responden, dengan memperoleh indeks mean 4,79. Artinya mayoritas responden mengemukakan bahwasanya penting untuk memastikan landasan hukum syariah dan mencari tahu pandangan islam atas penggunaan *mobile banking* sebelum menggunakannya. Selain itu, responden juga mempersepsikan positif bahwasanya mempergunakan *mobile banking* adalah legal dan tidak mengurangi nilai ibadah.

Hasil Studi ini didukung oleh hasil data lapangan yang memperlihatkan bahwasanya religiusitas dapat di persepsikan tinggi oleh responden, dengan memperoleh indeks mean 4,67. Artinya mayoritas responden mengemukakan bahwasanya *mobile banking* dari bank syariah sangat sesuai dengan landasan hukum syariah dan menjadikan nilai ibadah dengan sesuai syariat islam dengan mempergunakan bank syariah. Responden mempersepsikan positif bahwasanya penggunaan aplikasi *mobile banking* syariah dapat menjadikan nilai ibadah tanpa mengandung unsur riba.

Menurut Nur, (2022) seseorang akan mengikuti layanan perbankan islam apabila ia menganggap suatu layanan dapat merepresentasikan syariah dan cita-cita islam. Arifah & Rusgianto, (2023) menjelaskan penggunaan uang elektronik syariah di indonesia sangat rendah sehingga lembaga terkait membuat uang elektronik syariah berdasarkan prinsip dan nilai syariah misalnya menghindari berbagai transaksi riba, gharar, maysir, riswah, dan lainnya. Selain itu, uang elektronik syariah juga harus terhindar dari berbagai penipuan. Dengan begitu, *mobile banking* syariah akan meningkatkan persepsi religiusitas yang nantinya meningkatkan niat masyarakat dalam mempergunakan *mobile banking*. Sama halnya dengan penelitian Nur, (2022) dan Arifah & Rusgianto, (2023) yang mengemukakan bahwasanya religiusitas berpengaruh positif pada penggunaan *mobile banking*.

KESIMPULAN

Berdasarkan perolehan penelitian diatas, disimpulkan bahwasanya persepsi kemudahan dan religiusitas berpengaruh positif pada penggunaan *mobile banking*. Sementara persepsi kemanfaatan dan kepercayaan tidak mempengaruhi penggunaan *mobile banking*.

Keterbatasan pada penelitian ini yaitu formulasi pertanyaan, subjektivitas jawaban, dan ketergantungan pada persepsi

responden dapat mempengaruhi validitas dan generalisabilitas temuan. Oleh karena itu, pemahaman terhadap batasan-batasan ini perlu diperhatikan dalam interpretasi hasil dan memperlihatkan adanya potensi untuk penelitian lanjutan dengan metode yang lebih komprehensif atau pendekatan triangulasi untuk memperdalam pemahaman konteks penelitian.

Saran yang bisa disampaikan penulis yakni supaya menambahkan variabel lain yang bisa saja berpengaruh contohnya variabel kegunaan, keamanan, resiko, dan kenyamanan. Kemudian peneliti berikutnya, lebih baik mempergunakan indikator lain berdasarkan kebutuhan dan kuesioner yang semakin variatif sesuai kondisi penelitian supaya mampu memberi jawaban secara menyeluruh dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Afolo, S. C. M., & Dewi, N. N. S. R. T. (2022). Mahasiswa Akuntansi Untrim Sebagai Pengguna E-Wallet Dengan Mempertimbangkan Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kepercayaan. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(2), 267–277. <https://doi.org/10.22225/kr.13.2.202.2.267-277>
- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking Bri). *Manajemen FEB Trunojoyo*, 8(1). <https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/589>
- Aieni, A. N., & Purwantini, A. H. (2017). EXPLORING THE USE OF MOBILE BANKING: A TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL APPROACH EKSPLOKASI PENGGUNAAN MOBILE BANKING: PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL. *JURNAL ANALISIS BISNIS EKONOMI*, 15(1), 86–96.
- Arifah, D. N., & Rusgianto, S. (2023). Determinan Niat untuk Menggunakan Uang Elektronik Syariah: Integrasi TAM dengan Determinan Niat untuk Menggunakan Uang Elektronik Syariah: Integrasi TAM dengan Persepsi Religiusitas. *Al-Buhuts (e-Journal)*, 19(1), 39–56.
- Aziziyah. (2021). Peranan Persepsi Manfaat Sebagai Mediasi Dalam Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan E-Commerce Pada Aplikasi Traveloka. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 205–216. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n1.p205-216>
- BSI Jadikan Mobile Banking sebagai Lokomotif Pengembangan Ekonomi Syariah – Bank BSI (2021). Diakses 5 Mei 2023, dari: <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-jadikan-mobile-banking-sebagai-lokomotif-pengembangan-ekonomi-syariah>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319. <https://doi.org/10.2307/249008>
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- Fadhli, M., & Fachruddin, R. (2016). Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking (Studi Empiris pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh). *JIMEKA*, 1(2), 264–276.
- Fajriah, A. N., Zati, M. R., Lubis, N. K., & Febriani Fitri. (2021). Pengaruh Efektivitas, Kepercayaan dan Keahlian Penggunaan Teknologi Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Karyawan PT Perkebunan Nusantara I Di Kota Langsa. *JURNAL MAHASISWA*

- AKUNTANSI SAMUDRA (JMAS), 2(5), 304–315.
<https://mail.ejurnalunsam.id/index.php/jmas/article/view/4314>
- Fauzi, A., & Murniawaty, I. (2020). Pengaruh Religiusitas Dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah. *EEAJ*, 9(2), 473–486.
<https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i2.39541>
- Fitriati, A., Tubastuvi, N., & Anggoro, S. (2020). The Role of AIS Success on Accounting Information Quality. *The International Journal of Business Management and Technology*, 4(2), 43–51. www.theijbmt.com
- Hair, J. F. H., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2018). The Results of PLS-SEM Article information. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Hair, J. F. H., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
<https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A New Criterion For Assessing Discriminant Validity In Variance-Based Structural Equation Modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Penerbit Andi.
- Jöreskog, K. G. (1971). Simultaneous Factor Analysis In Several Populations. *Psychometrika*, 36(4), 409–426.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Lieny, L., Novika, & Medinal. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kenyamanan dan Kepercayaan Terhadap Niat Dalam Menggunakan Mobile Banking di BCA Pangkalpinang. *JABK*, 8(2), 56–62. <http://e-jurnal.stie-ibek.ac.id/index.php/JABK/article/view/72>
- Mardiana, E., Thamrin, H., & Nuraini, P. (2021). ANALISIS RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH KOTA PEKANBARU. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 512–520.
- Nur, T. (2022). Factors Influencing Behavioral Intentions to Use Sharia Mobile Banking: Extended Theory of Planned Behavior. *2022 International Conference on Information Technology Systems and Innovation, ICITSI 2022 - Proceedings*, 219–224.
<https://doi.org/10.1109/ICITSI56531.2022.9970897>
- Nurdin, Rukma, N., Sofyan, B., & Abdul, J. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 30–45.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24239/jipsya.v3i1.37.30-45>
- Putra, M. I. A., & Sari, R. C. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi. *Profita*, 8(8).
<https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/profita/article/view/16926>
- Qoes Atieq, M., & Nurpiani, E. (2022). PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, MANFAAT DAN RISIKO TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING BANK SYARIAH (Survey Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2, 401–423.
<https://doi.org/10.46306/vls.v2i1>
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Penerbit Andi.
- Silanoi, W., Naruetharadhol, P., & Ponsree, K. (2023). The Confidence of and Concern about Using Mobile Banking among Generation Z: A Case of the Post COVID-

- 19 Situation in Thailand. *Social Sciences*, 12(4).
<https://doi.org/10.3390/socsci12040198>
- Siswoyo, A., & Irianto, B. S. (2023). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking. *Owner*, 7(2), 1196–1205.
<https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1440>
- Stefanovic, D., Marjanovic, U., Delić, M., Culibrk, D., & Lalic, B. (2016). Assessing the success of e-government systems: An employee perspective. *Information and Management*, 53(6), 717–726.
<https://doi.org/10.1016/j.im.2016.02.007>
- Suhartanto, D., Dean, D., Ismail, T. A. T., & Sundari, R. (2020). Mobile banking adoption in Islamic banks: Integrating TAM model and religiosity-intention model. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1405–1418.
<https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2019-0096>
- Tirtana, I., & Sari, S. P. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Syariah Paper Accounting FEB-UMS*, 671–688.
- Triwardhani, D., Pinem, D. B., Yuliniar, Y., Aryani, L., & Bernadin, B. (2023). Effect of trust, risk perception and diffusion of innovation on the adoption/use of internet banking in Indonesia. *JPPi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 9(3), 1657–1663.
<https://doi.org/10.29210/0202312206>
- Usman, H., Mulia, D., Chairy, C., & Widowati, N. (2022). Integrating trust, religiosity and image into technology acceptance model: the case of the Islamic philanthropy in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 13(2), 381–409.
<https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2020-0020>
- Utami, N. W. A. B., & Herawati, N. T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Resiko dan Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash Pada PT BRI (PERSERO) TBK (Studi Kasus: Mahasiswa Prodi S1 Akuntansi Undiksha). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 11(2), 310–319.
<https://doi.org/10.23887/jimat.v11i2.25383>
- Voorhees, C. M., Brady, M. K., Calantone, R., & Ramirez, E. (2016). Discriminant Validity Testing In Marketing: An Analysis, Causes For Concern, and Proposed Remedies. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 44(1), 119–134.
- Wahyuningtyas, Y. F., & Widiastuti, D. A. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Barang Fashion di Facebook). *JURNAL KAJIAN BISNIS*, 23(2), 112–120.
<https://doi.org/10.32477/jkb.v23i2.208>
- Wibowo, I. G. P., Riana, G., & Putra, M. S. (2015). Pengaruh Stres Kerja Terhadap Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasional Karyawan. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4(2), 125–145.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/article/view/11350>
- Zuliani, & Purwati, N. A. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah. 3(4).