

MEMAHAMI PERILAKU MAHASISWA DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DENGAN PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (TPB)

NIA ANJANI

Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari

ABSTRACT

This research aims to determine the influence between the variables of perceived ease of use, perceived usefulness, attitudes towards behavior, subjective norms, behavioral control which can influence behavioral interest in using mobile banking among students. Using quantitative methods because it aims to confirm data obtained in the field. The sample was obtained from 100 respondents from IAIN Kendari students who used mobile banking using a purposive sampling technique. The data collection technique uses a questionnaire method (google form). while the data analysis technique used is SmartPLS v 4.1. The research results show that the variable perceived ease of use has a positive and significant effect on the variable perceived usefulness with a T-statistic value of $10.614 > 1.96$, meaning it is acceptable. Perceived usefulness has a positive and significant effect on the construct of attitudes towards technology use behavior with a T-statistic value of $5.945 > 1.96$, meaning it is acceptable. Perception of user convenience has a positive and significant effect on the construct of attitudes towards technology use behavior with a T-statistic value of $3.212 > 1.96$, meaning it is acceptable. Perceived usefulness has a positive and significant effect on behavioral interest in using mobile banking with a T-statistic value of $2.017 > 1.96$, meaning it is acceptable. The perception of positive and significant behavioral attitudes towards behavioral interest uses a T-statistic value of $10.272 > 1.96$, meaning it is acceptable. The subjective norm is positive and significant towards behavioral interest in using mobile banking with a T-statistic value of $2.562 > 1.96$, meaning it is acceptable. Behavioral control has a positive and significant effect on behavioral interest in using mobile banking with a T-statistic value of $2.037 > 1.96$, meaning it is acceptable.

Keywords: Technology Acceptance Model (TAM), Theory of Planned Behavior (TPB), mobile banking, interest in using behavior

LATAR BELAKANG

Mobile banking membantu klien layanan dan juga pemasok layanan. Transaksi keuangan yang lebih cepat dan sederhana membantu pengguna dalam hal kenyamanan dan kemudahan. Hanya dengan memanfaatkan smartphone pribadi yang terhubung dengan internet dan dilengkapi dengan aplikasi mobile banking, seseorang dapat melakukan hal tersebut (Nursiah, 2022).

Di antara generasi milenial, mahasiswa termasuk ke dalam salah satu kategorinya. Sebagai bagian dari generasi milenial, mahasiswa sangat bergantung pada teknologi karena mereka sudah terbiasa dengan teknologi dan dapat beradaptasi dengan perkembangan zaman. Desain digital baru yang disukai oleh para mahasiswa mencerminkan kebutuhan akan respon yang cepat terhadap masalah sehari-hari dan juga kepraktisan. Mahasiswa yang berasal dari latar belakang yang berbeda dapat mempengaruhi penerimaan teknologi, termasuk penggunaan mobile banking. Mobile banking membantu mahasiswa untuk melakukan segala macam aktivitas keuangan dengan lebih mudah. Situasi keuangan ini mendorong pengembangan ide-ide kreatif. Selain itu, perkembangan infrastruktur teknologi informasi dapat memberikan dasar yang kuat bagi mahasiswa untuk memasukkan teknologi ke dalam berbagai bidang kehidupan mereka, termasuk operasi keuangan melalui mobile banking. Komponen-komponen ini memberikan pengaturan yang menarik untuk meneliti perilaku mahasiswa dalam kaitannya dengan penggunaan teknologi (Mirnawati, 2019).

Sebagian besar mahasiswa mengetahui tentang mobile banking dan percaya bahwa mobile banking akan menyederhanakan proses pembayaran yang sederhana, praktis, dan cepat. Karena mobile banking memanfaatkan ponsel untuk memungkinkan transaksi keuangan untuk berbagai komoditas dan penggunaan lainnya, hal ini dipandang cukup efektif (Nurdiawansyah & yoviani 2022).

Putra (2016) menyatakan bahwa dengan menggunakan internet, siswa dapat mengelola banyak tugas secara efisien. Selain itu, siswa menunjukkan ciri-ciri khusus termasuk selera akan produk yang instan dan berguna, pengetahuan teknis yang lebih tinggi, dan keterbukaan terhadap ide-ide segar. Karakteristik milenial dibentuk oleh konteks sosial ekonomi mereka. Namun, generasi ini sering kali dibedakan dengan meningkatnya penggunaan teknologi digital, media, dan komunikasi serta keakraban mereka dengan orang-orang Milenial yang menikmati pengalaman yang instan, cepat, dan tidak memerlukan uang yang sebenarnya; mereka sering kali kehilangan minat terhadap benda-benda yang diperoleh dengan segera. Mereka juga menunjukkan perilaku yang berbeda dalam kelompok sosial yang berbeda, memiliki sikap kritis terhadap peristiwa di masyarakat, dan biasanya menerima pembaruan di situs media sosial. Pratiwi (2020) melaporkan bahwa berbagai adalah kebiasaan yang sedang tren.

Sejumlah elemen mempengaruhi antusiasme mahasiswa untuk berbagi. Salah satunya adalah seberapa sering mahasiswa menggunakan mobile banking. Adopsi dan penggunaan teknologi dan manusia menggunakan berbagai pendekatan teoritis-termasuk Technology acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1986)-dipahami dengan menggunakan sebuah kerangka kerja. Dikembangkan oleh Ajzen (1991), Teori Perilaku Terencana (TPB) menawarkan kerangka kerja konseptual yang berguna untuk memahami perilaku seseorang sehubungan dengan kecenderungan mereka untuk melakukan aktivitas tertentu. Technology Acceptance Model (TAM) dapat membantu untuk mengevaluasi tingkat penerimaan dan penggunaan aplikasi mobile banking dalam bidang mobile banking. Dalam hal ini, TPB dapat digunakan untuk menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan siswa untuk menerapkan mobile banking.

Dengan menggunakan kerangka kerja ini, Davis menciptakan Technology Acceptance Model (TAM), sebuah model yang menginvestigasi keinginan dalam menggunakan teknologi dan dibentuk oleh beberapa elemen termasuk utilitas yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, dan sikap terhadap perilaku. Pada akhirnya, elemen-elemen tersebut dapat mempengaruhi opini terhadap penggunaan teknologi informasi (Sanayei dan Bahmani, 2012). Pola pikir ini akan mempengaruhi tingkat keingintahuan, sehingga mempengaruhi adopsi teknologi informasi ini juga (Arthanadan Rukhviyanti, 2015).

Selain itu, model Theory of Planned Behavior (TPB) dari Ajzen menggabungkan elemen tambahan yang mempengaruhi perilaku pengguna termasuk sikap terhadap perilaku,

standar subyektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (Rukhviyanti, 2015). Bersama dengan indikator TAM, faktor-faktor ini membantu memperjelas perilaku pengguna secara umum.

Menurut William dan Page (2011), harapan, pengalaman, dan gaya hidup yang unik dari beberapa generasi membantu mendefinisikan perilaku konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus mengikuti strategi yang tepat jika ingin berkembang. Hal ini sesuai dengan ekspektasi yang dimiliki oleh konsumen milenial terhadap layanan keuangan yang dapat menyederhanakan dan memudahkan transaksi: SMS banking, mobile banking, dan internet banking.

Mobile banking belum terlalu populer di kalangan konsumen meskipun memiliki banyak keuntungan. Di bidang mobile banking, Indonesia menjadi tuan rumah yang menarik. Beberapa faktor mempengaruhi hal ini, salah satunya adalah tingkat kepercayaan nasabah atau mahasiswa terhadap penawaran yang ada. Jogiyanto (2007) menyatakan bahwa meskipun kualitas teknis dari sistem teknologi informasi telah maju, namun tidak sedikit dari mereka yang masih memiliki masalah dalam hal aplikasi. Hal ini menimbulkan pertanyaan menarik tentang “mengapa banyak sistem teknologi modern yang masih gagal meskipun kualitas teknisnya sudah baik. Penelitian menyiratkan bahwa penyebab utama kegagalan sekarang lebih terkait dengan sisi perilaku, khususnya Teori Perilaku Terencana (TPB).

Perilaku adalah tingkah laku atau reaksi seseorang terhadap rangsangan atau lingkungannya. Reaksi atau tanggapan tersebut dapat membantu atau menghambat rangsangan. Asmarani (2012) mengatakan bahwa orang akan menyesuaikan diri dengan cepat atau lambat terhadap stimulus yang konstan. Masa depan produk tergantung pada penerimaan atau penolakan pelanggan. Perilaku konsumen adalah proses dimana seseorang mengevaluasi dan menyetujui atau menolak suatu produk. Teori perilaku pengguna menjelaskan bagaimana kejadian di luar mempengaruhi perilaku pengguna untuk mendapatkan hasil tertentu.

Pada penelitian ini menggunakan kombinasi Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory Of Planned Behavior (TPB)” merupakan Model yang digunakan untuk menganalisis tingkat penerimaan perilaku menggunakan mobile banking. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan apakah persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, sikap terhadap perilaku, norma subjektif, kontrol perilaku dapat mempengaruhi minat perilaku menggunakan mobile banking pada mahasiswa.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Memahami Perilaku Mahasiswa Dalam Menggunakan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory Of Planned Behavior (TPB)”

GRAND THEORY

Teori Perilaku

Perilaku merupakan seperangkat perbuatan atau tindakan seseorang dalam melakukan respon terhadap sesuatu dan kemudian dijadikan kebiasaan karena adanya nilai yang diyakini. Perilaku manusia pada hakekatnya adalah tindakan atau aktivitas dari manusia baik yang diamati maupun tidak dapat diamati oleh interaksi manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap, dan tindakan.

Theory Technology Acceptance Model (TAM)

Pada dasarnya Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989) memiliki 5 variabel utama yang mempengaruhi terbentuknya Minat. Kelima variabel utama tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Persepsi Kemudahan penggunaan (ease of use)
- b. Persepsi Kegunaan/Manfaat (peretved usefulness)
- c. Sikap Terhadap Pengaplikasian/ perilaku (Attitude Toward Using/behavior)

- d. Minat perilaku (Behavior intention to use)
- e. Perilaku (behavior)

Untuk kelima kostruk diatas, dalam penelitian ini hanya diambil 2, yaitu persepsian kemudahan dan persepsian kegunaan.

Theory of planned behavior (TPB)

Pada hakikatnya TPB (Theory of Planned Behavior) merupakan contoh pengembangan teori dari penelitian sebelumnya mengenai Theory of Reasoned Action (TRA). TPB atau Theory of Planned Behavior dikembangkan oleh Ajzen (1985). memiliki 5 variabel utama.

Kelima variabel utama tersebut adalah sebagai berikut:

1. Sikap terhadap penggunaan (Attidue towards behavior)
2. Norma subjektif (subjective norm)
3. Kontrol perilku (pereceived behavior control)
4. Minat perilaku (behavior intention)
5. Perilaku (behavior)

Untuk kelima kostruk diatas, dalam penelitian ini hanya diambil 3, yaitu persepsian sikap terhadap penggunaan, Norma subjektiv dan kontrol perilaku.

Minat

Minat adalah perasaan suka dan tertarik terhadap sesuatu atau suatu kegiatan tanpa persetujuan dari diri sendiri dengan sesuatu diluar diri.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Jumlah populasi Mahasiswa IAIN Kendari pada TA. 2022/2023 yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 9.328 (PDDikti iainkendari.ac.id). Perhitungan sampel dengan menggunakan rumus slovin dengan batas toleransi kesalahan diambil sebesar 10% yakni sejumlah 100 responden yang diinginkan. Pengambilan sampel dalam penelitian ini akan menggunakan teknik non-probability sampling dengan jenis purposive sampling. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan data diolah menggunakan Partial Least Square (PLS).

HASIL PENELITIAN

Evaluasi Model Struktur (*Inner Model*)

A. Nilai *R-Square*

R-Square berfungsi untuk mengetahui pada sebuah penelitian seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel *R-Square*

Variabel	R-square	R-square adjusted
Minat perilaku menggunakan	0.948	0.946
Persepsi kegunaan pengguna	0.648	0.645
Sikap perilaku	0.658	0.651

Sumber : Data diolah Di SmartPLS 4.1, tahun 2024

Tabel digunakan untuk melihat persepsi kegunaan dan sikap perilaku terhadap minat perilaku menggunakan. Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa besar pengaruh persepsi kegunaan sebesar 0.648 atau 60%, sedangkan sikap perilaku sebesar 0.658 atau 60% dan besarnya pengaruh terhadap minat perilaku menggunakan sebesar 0.948 atau 90%. Dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar Model. Kriteria *Model structural* ini sudah termasuk kedalam kategori sedang menuju baik.

B. Pengujian Hipotesis (*path coefficients*)

Uji hipotesis atau niali signifikan ialah pengujian hipotesis dengan melakukan uji T-statistik. Hasil dari penolakan atau penerimaanya menggunakan uji T-statistik dengan

ketentuan sebagaimana nilai t-statistik yang digunakan sebesar $>1,96$. dilakukan dengan melakukan *bootstrapping*.

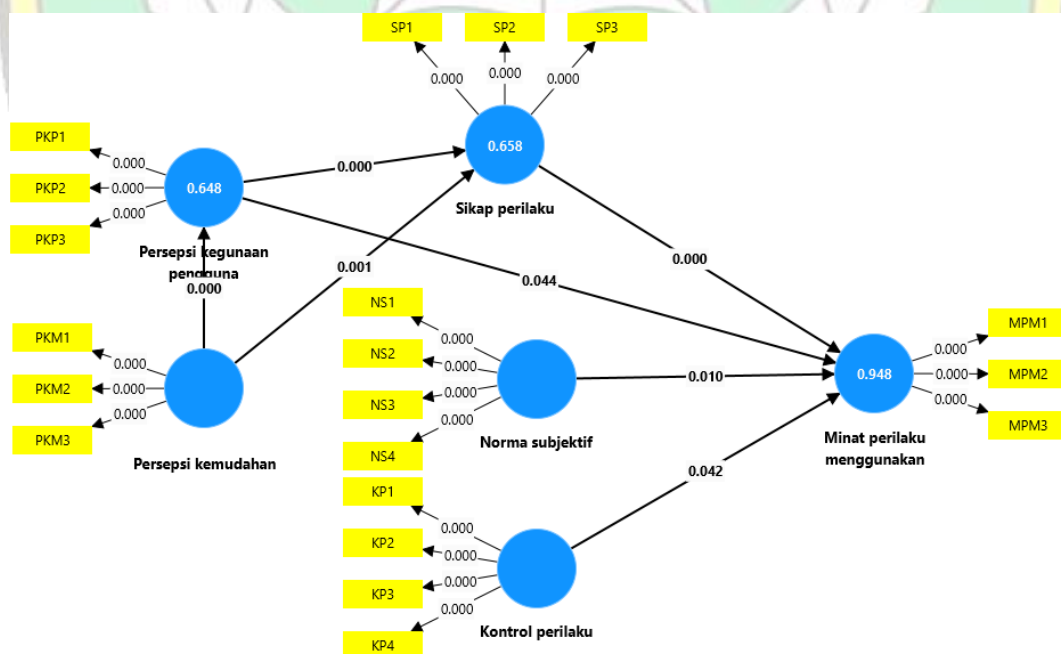
Tabel path coefficients

Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Kontrol perilaku -> Minat perilaku menggunakan	0.152	0.164	0.075	2.037	0.042
Norma subjektif -> Minat perilaku menggunakan	0.193	0.202	0.075	2.562	0.010
Persepsi kegunaan pengguna -> Minat perilaku menggunakan	0.219	0.200	0.109	2.017	0.044
Persepsi kegunaan pengguna -> Sikap perilaku	0.526	0.533	0.088	5.945	0.000
Persepsi kemudahan -> Persepsi kegunaan pengguna	0.805	0.791	0.076	10.614	0.000
Persepsi kemudahan -> Sikap perilaku	0.326	0.32	0.101	3.212	0.001
Sikap perilaku -> Minat perilaku menggunakan	0.480	0.482	0.047	10.272	0.000

Sumber : Data diolah Di SmartPLS 4.1, tahun 2024

Nilai koefisien path atau *inner model* menunjukkan signifikansi dalam pengujian hipotesis, menurut Hartono (2011), ukuran signifikansu keterdukungan hipotesis dapat digunakan dengan dengan perbandingan nilai *T-statistic*, jika nilai *T-statistic* lebih tinggi, berarti hipoteseis terdukung. Dengan nilai *T-statistic* 1,96. Gambar berikut menjelaskan hasil pengolahan data yang telah dilakukan.

Gambar Bootstrapping



Dalam pengujian hipotesis, apabila nilai koefisien *path* yang ditunjukkan oleh nilai *T-Statistics* $< 1,96$ maka hipotesis alternatif dinyatakan tidak didukung. Berikut adalah uraian pengujian hipotesis variabel pada model struktural dalam penelitian ini.

1. Persepsi Kemudahan Terhadap Persepsi Kegunaan

Variabel	Sampel asli (O)	Rata-rata sampel (M)	Standar deviasi (STDEV)	T statistik (O/STDEV)	Nilai P (P values)
PKM -> PK	0.805	0.791	0.076	10.614	0.000

Terlihat bahwa hubungan antara Persepsi Kemudahan terhadap Persepsi kegunaan memiliki nilai *original sample* sebesar 0.805 dengan nilai *T-Statistics* 10.614 > *T-Table* (1,96), dan *P-Values* sebesar 0,000. Artinya persepsi kemudahan terhadap persepsi kegunaan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan. Dengan demikian H1 diterima sehingga hipotesis yang berbunyi Persepsi Kemudahan berpengaruh dan signifikan terhadap Perilaku kegunaan dalam penggunaan mobile banking diterima.

2. Persepsi Kegunaan Terhadap Sikap Terhadap Perilaku

Variabel	Sampel asli (O)	Rata-rata sampel (M)	Standar deviasi (STDEV)	T statistik (O/STDEV)	Nilai P (P values)
PK -> SP	0.526	0.533	0.088	5.945	0.000

Terlihat bahwa hubungan antara Persepsi perilaku kegunaan terhadap sikap terhadap Perilaku memiliki nilai *original sample* sebesar 0.526 dengan nilai *T-Statistics* 5.945 > *T-Table* (1,96), dan *P-Values* sebesar 0,000. Artinya persepsi kemudahan terhadap perilaku kegunaan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan. Dengan demikian H2 diterima sehingga hipotesis yang berbunyi Persepsi perilaku kegunaan berpengaruh dan signifikan terhadap sikap terhadap Perilaku dalam penggunaan mobile banking diterima.

3. Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap Terhadap Perilaku

Variabel	Sampel asli (O)	Rata-rata sampel (M)	Standar deviasi (STDEV)	T statistik (O/STDEV)	Nilai P (P values)
PKM -> SP	0.326	0.32	0.101	3.212	0.001

Terlihat bahwa hubungan antara Persepsi Kemudahan terhadap sikap terhadap Perilaku memiliki nilai *original sample* sebesar 0.326 dengan nilai *T-Statistics* 3.212 > *T-Table* (1,96), dan *P-Values* sebesar 0,001. Artinya persepsi Kegunaan terhadap sikap terhadap Perilaku menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan. Dengan demikian H3 diterima sehingga hipotesis yang berbunyi Persepsi Kemudahan berpengaruh dan signifikan terhadap sikap terhadap Perilaku dalam penggunaan mobile banking diterima.

4. Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Perilaku Menggunakan

Variabel	Sampel asli (O)	Rata-rata sampel (M)	Standar deviasi (STDEV)	T statistik (O/STDEV)	Nilai P (P values)
PK -> MPM	0.219	0.2	0.109	2.017	0.044

Terlihat bahwa hubungan antara Persepsi Kegunaan terhadap Minat perilaku menggunakan memiliki nilai *original sample* sebesar 0.219 dengan nilai *T-Statistics* 2.017 > *T-Table* 1,96, dan *P-Values* sebesar 0,044. Artinya persepsi Persepsi Kegunaan terhadap Minat perilaku menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan. Dengan demikian H4 diterima sehingga hipotesis yang berbunyi Persepsi Kegunaan berpengaruh dan signifikan terhadap Minat perilaku menggunakan dalam penggunaan mobile banking diterima.

5. Sikap Terhadap Perilaku Terhadap Minat Perilaku Menggunakan

Variabel	Sampel asli (O)	Rata-rata sampel (M)	Standar deviasi (STDEV)	T statistik (O/STDEV)	Nilai P (P values)
SP -> MPM	0.480	0.482	0.047	10.272	0.000

Terlihat bahwa hubungan antara Persepsi sikap terhadap perilaku terhadap Minat perilaku menggunakan memiliki nilai *original sample* sebesar 0.480 dengan nilai *T-Statistics* 10.272 > *T-Table* 1,96, dan *P-Values* sebesar 0,000. Artinya Persepsi sikap terhadap perilaku terhadap Minat perilaku menggunakan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan. Dengan demikian H5 diterima sehingga hipotesis yang berbunyi Persepsi sikap terhadap perilaku berpengaruh dan signifikan terhadap Minat perilaku menggunakan dalam penggunaan mobile banking diterima.

6. Norma Subjektif Terhadap Minat Perilaku Menggunakan

Variabel	Sampel asli (O)	Rata-rata sampel (M)	Standar deviasi (STDEV)	T statistik (O/STDEV)	Nilai P (P values)
NS -> MPM	0.193	0.202	0.075	2.562	0.010

Terlihat bahwa hubungan antara Persepsi Norma subjektif terhadap Minat perilaku menggunakan memiliki nilai *original sample* sebesar 0.193 dengan nilai *T-Statistics* 2.562 > *T-Table* (1,96), dan *P-Values* sebesar 0,010. Artinya persepsi Persepsi Norma subjektif terhadap Minat perilaku menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan. Dengan demikian H6 diterima sehingga hipotesis yang berbunyi Persepsi Norma subjektif berpengaruh dan signifikan terhadap Minat perilaku menggunakan dalam penggunaan mobile banking diterima.

7. Kontrol Perilaku Terhadap Minat Perilaku Menggunakan

Variabel	Sampel asli (O)	Rata-rata sampel (M)	Standar deviasi (STDEV)	T statistik (O/STDEV)	Nilai P (P values)
KP -> MPM	0.152	0.164	0.075	2.037	0.042

Terlihat bahwa hubungan antara Persepsi kontrol perilaku terhadap Minat perilaku menggunakan memiliki nilai *original sample* sebesar 0.152 dengan nilai *T-Statistics* 2.037 > *T-statistic* (1,96), dan *P-Values* sebesar 0,042. Artinya persepsi kontrol perilaku terhadap minat perilaku menggunakan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan. Dengan demikian H7 diterima sehingga hipotesis yang berbunyi Persepsi kontrol perilaku berpengaruh dan signifikan terhadap Minat perilaku menggunakan dalam penggunaan mobile banking diterima.

Pembahasan

Berdasarkan pengujian hipotesis pertama diketahui bahwa H1 yang diajukan dapat diterima. Koefisien jalur hasil menunjukkan bahwa nilai T-statistik variabel persepsi kemudahan terhadap persepsi kegunaan berada diatas > 1,96 yaitu. 10,614 sehingga pengaruh variabel persepsi kemudahan terhadap variabel persepsi kegunaan dinyatakan signifikan. 0,000, kurang dari 0,05 (0,000).

Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan terdapat pengaruh positif terhadap Persepsi Kegunaan. Semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan mobile banking maka akan semakin tinggi pula persepsi kegunaan sistem tersebut. Secara logis dapat dipersepsikan bahwa sistem yang

semakin mudah digunakan akan lebih memberi manfaat dan kegunaan. Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan sistem informasi merupakan hal yang mudah, tidak memerlukan usaha keras dari penggunanya (Davis,1989).

Berdasarkan pengujian hipotesis kedua diketahui bahwa H2 yang diajukan dapat diterima. Koefisien jalur keluaran menunjukkan bahwa nilai T-statistik variabel persepsi kegunaan variabel sikap terhadap perilaku penggunaan berada di atas $> 1,96$ yaitu. 5.945, sehingga ditemukan pengaruh persepsi kegunaan pada variabel sikap terhadap perilaku penggunaan. menjadi signifikan. 0.000 dapat diterima.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lisa Noor Ardhiani (2015). Dimana hasilnya menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap terhadap perilaku menunjukkan bahwa semakin banyak memberikan manfaat atau kegunaan kepada pengguna akan mempengaruhi sikap pengguna untuk menggunakan sistem tersebut. Hasil dari Thatit Mahendra (2014). Dimana hasilnya menunjukkan signifikan dengan penjelasan Kegunaan yang dirasakan mengacu pada sejauh mana seseorang yakin bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja kerjanya. dan mempengaruhi sikap akan nyaman menggunakan layanan dari mobile banking tersebut. Hasil penelitian Agus Setiawan (2023) tentang sikap terhadap perilaku pemanfaatan menunjukkan seberapa besar pengaruh persepsi utilitas. Ketika alat mobile banking menjadi lebih berharga, pendapat klien terhadap mereka menjadi lebih baik.

Berdasarkan pengujian hipotesis kedua diketahui bahwa H3 yang diajukan dapat diterima. Koefisien jalur yang dihasilkan menunjukkan bahwa nilai T-statistik untuk variabel persepsi kemudahan dalam perilaku penggunaan lebih besar dari $> 1,96$ yaitu. 3.212, sehingga pengaruh persepsi kemudahan terhadap variabel sikap perilaku dapat diterima dengan signifikan 0.000 lebih kecil 0,05 ($0.000 < 0,05$).

Hasil Agus Septiawan (2023) menunjukkan bahwa pandangan orang tentang kemudahan penggunaan mempengaruhi sikap mereka tentang perilaku penggunaan. Lebih tepatnya, pendapat konsumen terhadap layanan mobile banking semakin baik jika mereka menganggap layanan tersebut mudah digunakan. Penelitian oleh Jodi Wahyu Prayoga (2023) mengindikasikan bahwa pandangan tentang kemudahan secara positif mempengaruhi sikap tentang perilaku penggunaan. Kesederhanaan fitur suatu sistem akan membantu konsumen untuk memandang mobile banking dengan baik karena akan memungkinkan mereka untuk memahami kemudahannya. Menurut penelitian Putri Sifa Asila (2023), konsumen mobile banking merasa mudah untuk mengikuti arahan dan karenanya melihatnya sebagai sesuatu yang sederhana. Pengguna juga biasanya melihat kemudahan mobile banking secara positif. Selain itu, terlihat jelas betapa kemudahan membentuk perspektif tentang perilaku penggunaan

Berdasarkan pengujian hipotesis keempat diketahui bahwa H4 yang diajukan dapat diterima. Output path coefficients menunjukkan bahwa nilai T-statistik untuk variabel persepsi kegunaan terhadap minat perilaku menggunakan lebih besar dari nilai t-statistik (1,96) yaitu hanya sebesar 2.017 Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan 0,000 lebih kecil 0.05 ($0,000 < 0,05$) antara persepsi kegunaan terhadap minat perilaku menggunakan.

Hasil Agus Septiawan (2023) menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat perilaku menggunakan menunjukkan bahwa kegunaan mobile banking dapat lebih bermanfaat digunakan maka semakin tinggi minat perilaku menggunakan layanan mobile banking. Dan hasil Lisa Noor Ardiani (2015) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat perilaku menggunakan dengan penjelasan kegunaan persepsian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pengguna dan

merupakan konstruk yang paling banyak signifikan serta penting dalam mempengaruhi konstruk sikap, minat, dan perilaku.

Berdasarkan pengujian hipotesis kelima diketahui bahwa H5 yang diajukan dapat diterima. Output path coefficients menunjukkan bahwa nilai t statistik untuk variabel persepsi sikap terhadap perilaku terhadap minat perilaku menggunakan lebih besar dari nilai t-statistik ($>1,96$) yaitu hanya sebesar 10.272. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan 0.000 lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0,05$) antara persepsi sikap terhadap perilaku terhadap minat perilaku menggunakan mobile banking.

Hasil Lisa Nor Ardiani (2015) menyatakan bahwa sikap berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku menggunakan semakin tinggi sikap terhadap penggunaan sistem mobile banking maka akan semakin tinggi pula minat perilaku menggunakan sistem tersebut. Secara logis dapat dipersepsikan bahwa semakin baik sikap pengguna terhadap sistem mobile banking maka dapat meningkatkan minat untuk menggunakan sistem tersebut. Hasil Thatit Mahendara (2014) mengakui bahwa sikap mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku nasabah dan bahwa sikap terhadap mobile banking merupakan solusi cerdas dan terarah yang dapat mempengaruhi minat seseorang terhadap mobile banking. Hal ini dikarenakan sebagian besar responden memiliki latar belakang pendidikan dan profesional yang cukup baik untuk memahami inovasi teknologi seperti mobile banking, sehingga membuat nasabah berpikir secara rasional bahwa mobile banking adalah solusi bagi mereka. Dan hasil dari Jodi Wahyu Prayoga (2022) menyatakan bahwa sikap berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku sikap terhadap mobile banking menjelaskan suatu individu akan melakukan sesuatu terhadap perilaku mereka. Sikap terhadap perilaku positif inilah yang kemudian dipilih sebagai perilaku hidup, sehingga suatu sikap menjadi pedoman seseorang dalam berperilaku.

Berdasarkan pengujian hipotesis keenam diketahui bahwa H6 yang diajukan dapat diterima. Output path coefficients menunjukkan bahwa nilai t statistik untuk variabel persepsi norma subjektif terhadap minat perilaku menggunakan lebih besar dari nilai t-statistik (1,96) yaitu hanya sebesar 2.562 Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan 0.000 lebih kecil dari 0,05 ($0.000 < 0,05$) antara persepsi norma subjektif terhadap minat perilaku menggunakan.

Hasil dari Ery Dwi Pantari (2020) menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku menggunakan mobile banking menjelaskan adanya tekanan dari sosial. Semakin tinggi pengaruh sosial yang diterima oleh seseorang maka seseorang tersebut semakin positif dalam mempersiapkan menggunakan mobile banking. Hasil Putri Syifa Asila (2023) menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku menggunakan mobile banking menjelaskan Norma subjektif mendukung dalam mendorong keputusan menggunakan mobile banking dukungan atau persetujuan dari mayoritas orang dalam perilaku seseorang. Dan hasil Ferinaldy Dkk (2019) menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku menggunakan mobile banking menjelaskan norma subjektif berperan penting untuk mendorong kalangan masyarakat untuk menggunakan mobile banking

Berdasarkan pengujian hipotesis ketujuh diketahui bahwa H7 yang diajukan dapat diterima. Output path coefficients menunjukkan bahwa nilai t-statistik untuk variabel persepsi kontrol perilaku terhadap minat perilaku menggunakan lebih besar dari nilai t-statistik (1,96) yaitu hanya sebesar 2.037 signifikan 0.000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) antara persepsi kontrol perilaku terhadap minat perilaku menggunakan.

Hasil putri syifa asila (2023) menyatakan bahwa kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku menggunakan mobile banking menjelaskan persepsi kontrol perilaku merujuk pada pandangan atau persepsi individu tentang sejauh mana mereka akan menghadapi kemudahan atau kesulitan ketika melakukan suatu tindakan. Hasil

penelitian ini sesuai dengan penelitian Sanayei dan Bahmani (2012), Thatit Mahendra (2014), yang menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan mobile banking. Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mampu menggambarkan adanya hubungan antara persepsi kontrol perilaku (perceived behavior control) dan minat dalam model kombinasi TAM dan TPB mampu untuk menjelaskan mengapa seseorang menerima atau menolak penggunaan mobile banking.

Berdasarkan analisis yang telah dijelaskan, terdapat perbedaan argumantasi karakteristik antara wanita dan pria dalam penggunaan mobile banking yang dapat diuraikan melalui beberapa indikator dari Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB):

1. Persepsi Kemudahan (TAM)
 - Wanita cenderung lebih memperhatikan kemudahan penggunaan dan kenyamanan dalam mobile banking. Mereka mencari aplikasi yang intuitif dan memiliki antarmuka yang user-friendly.
 - laki-laki yang mungkin lebih fokus pada fungsionalitas dan fitur teknis.
2. Persepsi Kegunaan (TAM)
 - Bagi wanita, fitur yang membantu dalam pengelolaan keuangan pribadi, seperti budgeting tools dan pengingat pembayaran, sangat penting. Wanita cenderung lebih menghargai aplikasi yang memberikan nilai tambah dalam mengelola keuangan mereka secara efisien.
 - Sementara itu, laki-laki mungkin lebih tertarik pada fitur-fitur yang mendukung aktivitas perbankan dasar dan transaksi cepat.
3. Sikap perilaku menggunakan (TPB)
 - Sikap wanita terhadap teknologi mobile banking sering kali dipengaruhi oleh pengalaman pengguna yang positif dan kepercayaan pada keamanan aplikasi. Wanita lebih cenderung mengadopsi teknologi yang memberikan rasa aman dan nyaman.
 - Laki-laki, di sisi lain, mungkin lebih dipengaruhi oleh kecepatan dan keandalan teknologi tersebut.
4. Norma Subjektif (TPB)
 - Rekomendasi dari teman, keluarga, atau influencer memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan wanita untuk menggunakan mobile banking. Interaksi sosial dan pengaruh kelompok sosial lebih dominan dalam membentuk sikap wanita terhadap adopsi teknologi ini.
 - Bagi laki-laki, keputusan mungkin lebih dipengaruhi oleh kebutuhan pribadi dan preferensi individu.
5. Kontrol Perilaku (TPB)
 - Wanita sering kali merasa lebih percaya diri dalam menggunakan mobile banking jika mereka yakin bahwa aplikasi tersebut mudah digunakan dan aman. Faktor-faktor seperti tutorial pengguna dan dukungan pelanggan yang baik meningkatkan persepsi kontrol mereka terhadap penggunaan teknologi ini.
 - Laki-laki lebih fokus pada kemampuan mereka untuk menyelesaikan tugas perbankan dengan efisien menggunakan aplikasi tersebut.
6. Minat Perilaku Menggunakan Mobile Banking
 - Minat wanita untuk menggunakan mobile banking lebih dipengaruhi oleh kenyamanan, keamanan, dan nilai tambah dalam pengelolaan keuangan.
 - Laki-laki cenderung dipengaruhi oleh seberapa baik aplikasi memenuhi kebutuhan perbankan dasar mereka dan seberapa cepat mereka dapat menyelesaikan transaksi.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian yang telah dipelajari dan dibahas pada bab sebelumnya. Metode yang digunakan untuk menganalisis hubungan antar konstruk adalah metode SmartPLS, maka dapat disimpulkan hal-hal berikut:

1. Dimana hasilnya menunjukkan bahwa Semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan mobile banking maka akan semakin tinggi pula persepsi kegunaan sistem tersebut. Secara logis dapat dipersepsikan bahwa sistem yang semakin mudah digunakan akan lebih memberi manfaat dan kegunaan.
2. Dimana hasilnya menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap terhadap perilaku menunjukkan bahwa semakin banyak memberikan manfaat atau kegunaan kepada pengguna akan mempengaruhi sikap pengguna untuk menggunakan sistem tersebut.
3. Dimana hasilnya menunjukkan bahwa pandangan orang tentang kemudahan penggunaan mempengaruhi sikap mereka tentang perilaku penggunaan. Lebih tepatnya, pendapat konsumen terhadap layanan mobile banking semakin baik jika mereka menganggap layanan tersebut mudah digunakan.
4. Dimana hasilnya menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat perilaku menggunakan menunjukkan bahwa kegunaan mobile banking dapat lebih bermanfaat digunakan maka semakin tinggi minat perilaku menggunakan layanan mobile banking.
5. Dimana hasilnya menyatakan bahwa sikap berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku menggunakan semakin tinggi sikap terhadap penggunaan sistem mobile banking maka akan semakin tinggi pula minat perilaku menggunakan sistem tersebut. Secara logis dapat dipersepsikan bahwa semakin baik sikap pengguna terhadap sistem mobile banking maka dapat meningkatkan minat untuk menggunakan sistem tersebut.
6. Dimana hasilnya menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku menggunakan mobile banking menjelaskan adanya tekanan dari sosial. Semakin tinggi pengaruh sosial yang diterima oleh seseorang maka seseorang tersebut semakin positif dalam mempersepsikan menggunakan mobile banking.
7. Dimana hasilnya menyatakan bahwa kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku menggunakan mobile banking menjelaskan persepsi kontrol perilaku merujuk pada pandangan atau persepsi individu tentang sejauh mana mereka akan menghadapi kemudahan atau kesulitan ketika melakukan suatu tindakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus setiawan. Dkk. 2023. Analisis technologyacceptance Model Terhadap Perilaku Pengguna Mobile Banking Di Surakarta. *Jurnal Of Economics And Busines Review*. Vol 2. No 1 Hal 126-132
- Alamri, F., & Widyatama, A. (2019). Technology Acceptance Model (TAM) Sebagai Solusi Atas Minat Penggunaan Layanan E-Registration Wajib Pajak. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 10(2), 89–99
- Alimuddin, M., Nurdin, N., & Amalia, R. (2019). Produk Layanan Transaksi Online Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 56–74.
- Alomary, A., & Woollard, J. (2015). How Is Technology Accepted by Users ? A Review of Technology Acceptance Models and Theories. *Proceeding of The IRES International Conference*, London, November.
- Alwahidin, Jodi Wahyu Prayoga Mui. 2022. Dengan judul Subjective Norms Are Not Important for Millennials in Determining Their Interest in Technology: TAM and TPB Models Examines .IAIN kendari.

- Amalia, R., & Setyono, J. (2023). Determinants Of Hajj Saving Intention At Bank Syariah Indonesia. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 4(1), 35–50. <https://doi.org/10.46367/jps.v4i1.1035>.
- Arthana R, Y. W., & Rukhviyanti, N. (2015). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking (M-Banking): Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Informasi*, VII(1), 25–44.
- Chen, S.-C., Li, S.-H., & Li, C.-Y. (2011). Penelitian terkait terbaru dalam Model penerimaan teknologi: Tinjauan literatur. *Jurnal penelitian bisnis dan manajemen australia*, 1(9), 124–127.
- Davis, F. D. (1985). *A Technology Acceptance Model For Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory And Result*. Massachusetts Institute of Technology.
- Faisal, muhaamad. 2020. Sikap, Norma Subjektif, Religiusitas dan Partisipasi Terhadap Wakaf Tunai. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*. 4(2), 235-250. IAIN Kendari.
- Ferinaldy, dkk. 2019. Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kendali Perilaku Dan Religiusitas Terhadap Intensi Menggunakan Uang Elektronik. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*. Vol 11 no 2. Hal. 211-222
- Harahap, R., & Sari, M. (2021). pengaruh trust, perceived ease of use, dan perceived behavioral control terhadap intention to use mobile banking di kota medan. *Jurnal ekonomi dan keuangan* 15 (4) 289-302
- Haryanto, Agus Tri. 2019. “Pengguna Internet Indonesia Didominasi Milenial, Inet.” *Detik.com*.
- Hasyim, F., & Nurohman, Y. A. (2021). Adopsi Teori Perilaku Berencana Dalam Menganalisis Niat Melakukan Wakaf Tunai. *Jurnal Among Makarti*, 14(1).
- Iriani, A. F. (2018). Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. *DINAMIS: Journal of Islamic Management and Bussines*, 2(2), 99–111.
- Iskandar, E., Ahmadsyah, I., & Rahayu, C. (2021). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah BNI Syariah Cabang Banda Aceh. *JIMEBIS*, 2(1), 45–53.
- Joan, L., & Sijintak, T. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digitaln Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2).
- Lucyanda, jurica. 2010. Pengujian theory acceptance model (TAM) dan theory of planned behavior (TPB). *JRAK Agustus*. Vol 2. No 1995
- Mukhtisar, Ridla Tarigan, I. R., & Evriyenni. (2019). Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh). *JHIBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1), 56–72
- Nisak, A., Saryadi, & Suryoko, S. (2013). Pengaruh Kelompok Acuan dan Pengetahuan Tentang Perbankan Syari’ah Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syari’ah Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(1), 44–50
- Nurdiawansyah & yoviani. 2022. “persepsi mahasiswa sebagai pengguna fintech paymet (studi kasus mahasiswa universitas bandar lampung).” *jurnal ilmiah ekonomi dan bisnis* 15(1):74-81.
- Nurdin, Ningrum, R., Bachmid, S., & Jalil, A. (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
- Nurjannah. 2021. “Pemanfaatan Media Sosial Dan Pembiayaan Bank Umum Syariah Dalam Pengembangan Usaha Mikro Dan Kecil Di Kecamatan Puuwatu Kota Kendari”. *Jurnal*

Robust-Research Business and Economics Studies, Vol. 1, No. 1

- Pangestu, M. G., & Pasaribu, J. P. K. 2022. Behavior Intention Penggunaan Digital Paymet QRIS Berdasarkan Model Unifed Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) (Studi pada UMKM sektor industri makanan & minuman dikota jambi). *Jurnal MANAGE1*(1), 29-37.
- Pratiwi, I. E., Affandy, F. F. M & Rosalina, Y. 2020. Determinan penggunaan Digital Banking Pada Generasi Milineal Muslim: Pendekatan Technology Acceptance Model (Studi Kasus Di Kota Jayapura, Indonesia). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 6(03), 478-487.
- Sanayei dan Bahmani. 2012. Integrating TAM DAN TPB with pereived risk to measure customers acceptance of internet banking. *International journal of information science and management* 10:25-37
- Siregar, D. A. A & Pasaribu, F. 2022. Pengaruh Dukungan Organisasi Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Awak Kapa Tunda Melalui Kepuasan Kerja Pada PT Aman Bahari kuala Tanjung. *Jurnal ekonomi dan ekonomi syariah*. 5(1).215-228
- Suci, Sulistiyarini (2012). "Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking : Model Kombinasi TAM Dan TPB"
- Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Memahami Penggunaan Teknologi Informasi: Uji Model Bersaing. *Penelitian Informasi* (6:1), 144- 176.
- Ulla rahmatika dan Muhammad Andryzal Fajar. 2019. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan Perceived Risk. Universitas Negeri Yogyakarta

