

BAB II

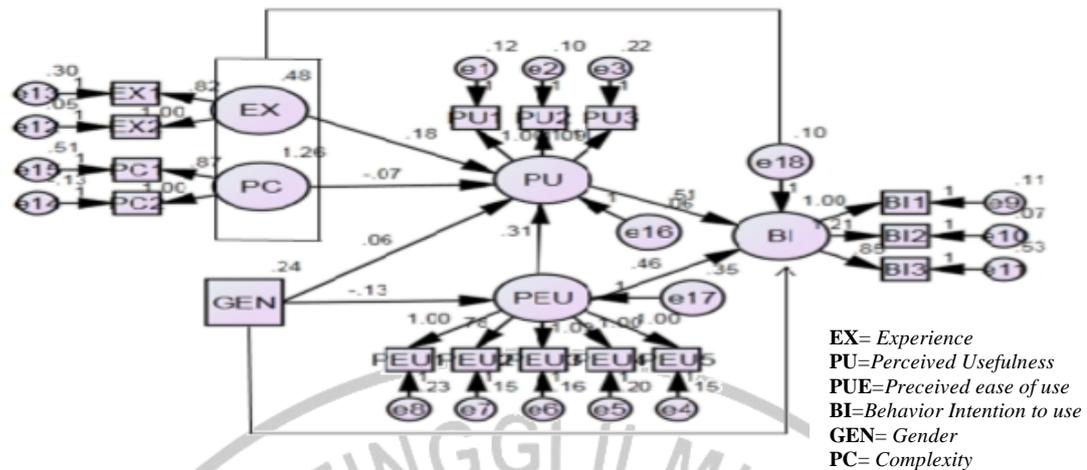
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam sub bab ini akan dijelaskan tentang penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan dan dirujuk oleh penulis terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis saat ini, diantaranya:

2.1.1 Penelitian Hanif Astika Kurniawati, Wahyu Agus Winarno, Alfi Arif (2017)

Penelitian yang dilakukan oleh Penelitian Hanif Astiks kurniawati, Wahyu Agus winarto, Alfi Arif (2017) berjudul “Analisis Minat Penggunaan *Mobile Banking* dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang telah dimodifikasi” yang bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi persepsi mahasiswa tentang intensi untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* untuk mendukung aktifitas mereka sehari-hari. Sampel yang akan diambil berdasarkan kelompok (*clutered Random Sampling*) yaitu sample yang dilakukan satu tahap (*one stap*) penentuan untuk sample. Teknik analisis yang digunakan *Structural Equation Modelling (SEM)* dengan program AMOS versi 22.0. Hipotesis dari penelitian ini akan menjelaskan dan di dukung dengan kerangka pada gambar 2.1



Gambar 2.1

KERANGKA DAN HASIL HANIF KURNIAWATI, WAHYU AGUS WINARNO, ALFI ARIF (2017)

persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah:

- a. Pembahasan mengenai *mobile banking*
- b. Penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang mempunyai variabel yang sama yaitu kemudahan dan intensi menggunakan

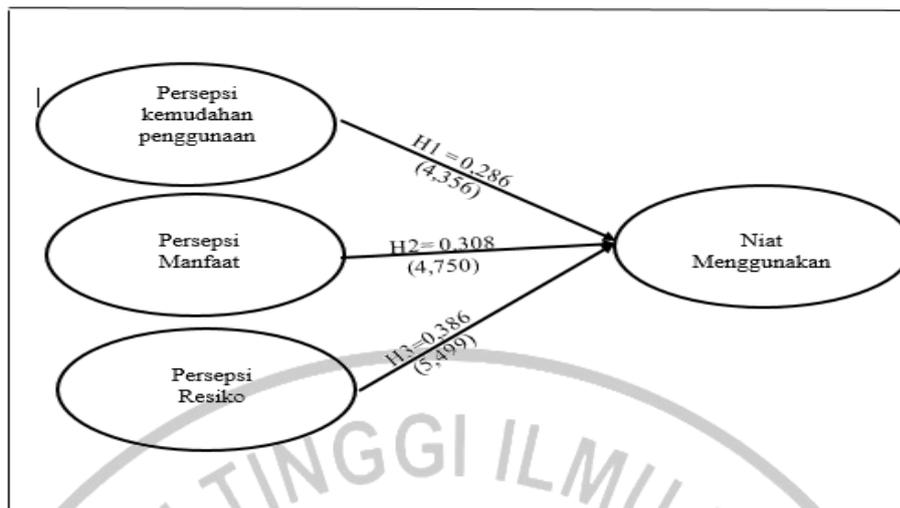
Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu:

- a. Populasi adalah mahasiswa Universitas Jember yang didasarkan pada peneliti yang melihat adanya penawaran pemberian langsung aplikasi *mobile banking* pada saat perubahan atau pembuatan Kartu Tanda Mahasiswa (KTM). Populasi penelitian saat ini adalah seluruh nasabah Bank BRI Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua konstruk dalam model TAM original secara statistika signifikan sedangkan pada bagian lain gender sebagai variabel eksternal dalam penelitian ini tidak mempunyai pengaruh terhadap kegunaan dan kemudahan.

2.1.2 Penelitian Ni Made Ari Puspita Dewi dan I Gde Kt. Warmika (2016)

Penelitian yang dilakukan oleh Ni Made Ari Puspita Dewi dan I Gde Kt. Warmika (2016) yang berjudul “peran persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi resiko terhadap niat menggunakan *mobile commerce* di kota Denpasar” ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi resiko terhadap niat menggunakan *mobile commerce*. Populasi dalam penelitian ini berdasarkan kriteria tertentu, kriterianya adalah nasabah yang telah mengunduh aplikasi *mobile banking* Bank Muamalat. Teknik pengambilan sample penelitian ini adalah *non probability sampling*. Sampel penelitian ini sebanyak 126 data. Metode analisis yang digunakan adalah analisis beta liner berganda. hipotesis dari penelitian ini akan dijelaskan dan di dukung dengan kerangka pada gambar 2.1



Gambar 2.2

KERANGKA DAN HASIL PENELITIAN NI MADE ARI PUSPITA DEWI
DAN I GDE KT. WARMIKA (2016)

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah:

- Variabel bebas (independen) yang digunakan oleh peneliti terdahulu dan peneliti sekarang adalah kemudahan penggunaan.
- Variabel yang digunakan adalah niat menggunakan *mobile banking*.
- Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah:

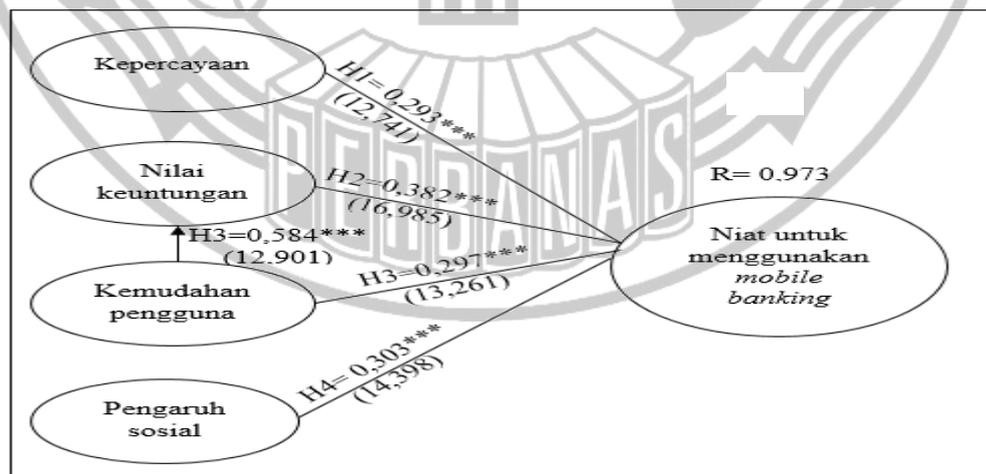
- Populasi yang diambil dalam penelitian ini pengguna *mobile commerce* di kota Denpasar. Populasi penelitian saat ini adalah seluruh nasabah Bank BRI Syariah.
- Metode dalam penelitian tersebut yaitu *non probability sampling*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan

mobile commerce di kota Denpasar. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *mobile commerce* di kota Denpasar. Persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *mobile commerce* di kota Denpasar.

2.1.3 Penelitian Fauzan Adzima dan Maya Ariyanti (2018)

Penelitian yang dilakukan oleh Fauzan Adzima dan Maya Ariyanti (2018) berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Menggunakan Aplikasi Mobile Banking Pada Nasabah Bank BRI Purwakarta” ini bertujuan untuk mengetahui mengetahui konsumen serta melihat pengaruh antar variable dari *mobile banking* dengan menggunakan pendekatan *technology acceptance model* (TAM). Teknik pengambilan sample menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan penelitian tersebut adalah analisis deskriptif dan SEM-PLS. sample yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 400 responden dengan Teknik *purpose sampling*. Hipotesis dari penelitian ini akan dijelaskan dan di dukung dengan kerangka pada gambar 2.3



Gambar 2.3

KERANGKA DAN HASIL PENELITIAN FAUZAN ADZIMA DAN MAYA ARIYANTI (2018)

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah:

- a. Variabel dependen yang digunakan oleh penelitian terdahulu dan penelitian yang sekarang adalah minat menggunakan *mobile banking*.
- b. Teknik pengambilan sample yaitu *purposive sampling*

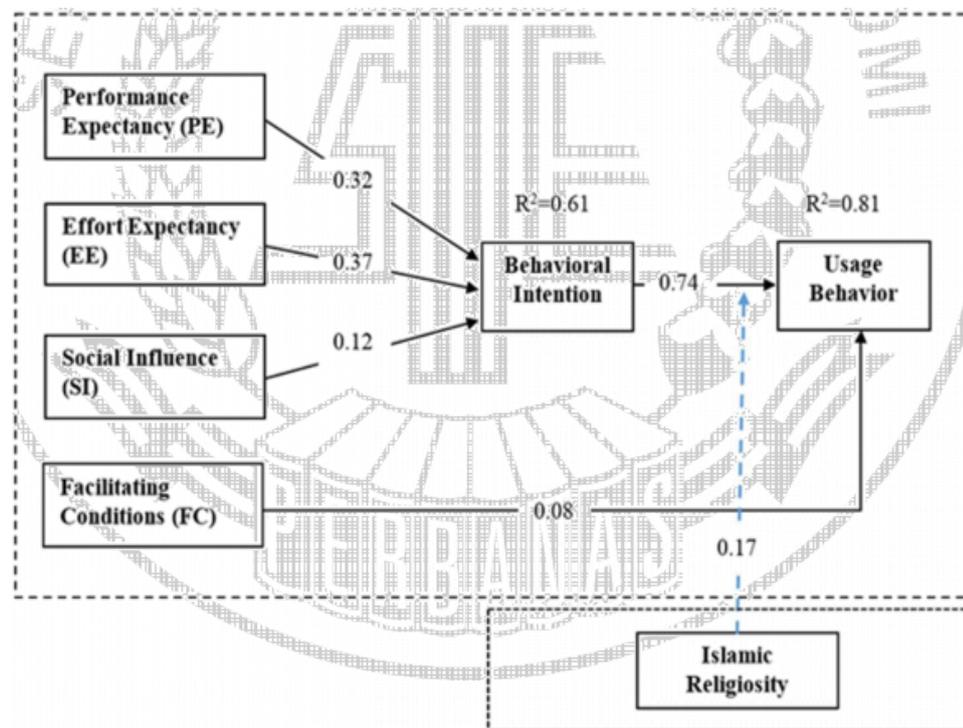
Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah:

- a. Terhadap perbedaan antara peneliti sekarang dengan peneliti terdahulu yang terletak pada populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pengguna BRI *Mobile banking* pada Bank BRI di kota Purwakarta

Dapat disimpulkan dari hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai kepercayaan (*trust*) *mobile banking* dianggap baik, persepsi penerimaan kemudahan (*perceived ease of use*) *mobile banking* dianggap baik, persepsi pengaruh sosial (*social influence*) *mobile banking* dianggap baik dan niat untuk menggunakan (*intention to use*) *mobile banking* dianggap tinggi. *Trust* (T0) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *intention to use* (IU), *perceived value* (PV) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *intention to use* (IU), *perceived ease of use* (PEOU) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *perceived value* (PV), *perceived ease of use* (IU), *social influence* (SI) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *intention to use* (IU).

2.1.4 Yasin Alo Soomro, King Abdul Aziz (2019)

Penelitian ini berjudul “*understanding the adoption of SADA E-payments: UTAUT combined with religiosity as moderator*” yang bertujuan untuk mengetahui model UTAUT dengan religiusitas islam sebagai moderator dalam memahami penerapan system pembayaran SADAD oleh pelanggan perbankan Saudi religiusitas islam memengaruhi perilaku dan pilihan orang. Analisis jalur dilakukan 248 reponden yang mengumpulkan melalui kuisisioner yang menguji hipotesis konseptual. Teknik analisis yang digunakan PLS (*partial leave square*) hipotesis dari penelitian ini akan dijelaskan dan di dukung dengan kerangka pada gambar 2.4



Gambar 2. 4

KERANGKA DAN HASIL PENELITIAN YASIN ALO SOOMRO, KING ABDUL AZIZ (2019)

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terhadulu adalah:

- a. Penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang sama-sama menggunakan moderasi religiusitas.
- b. Salah satu variable independennya yaitu pengaruh sosial dan kemudahan.
- c. Menggunakan variabel mediasi intensi menggunakan dan variable dependen penggunaan

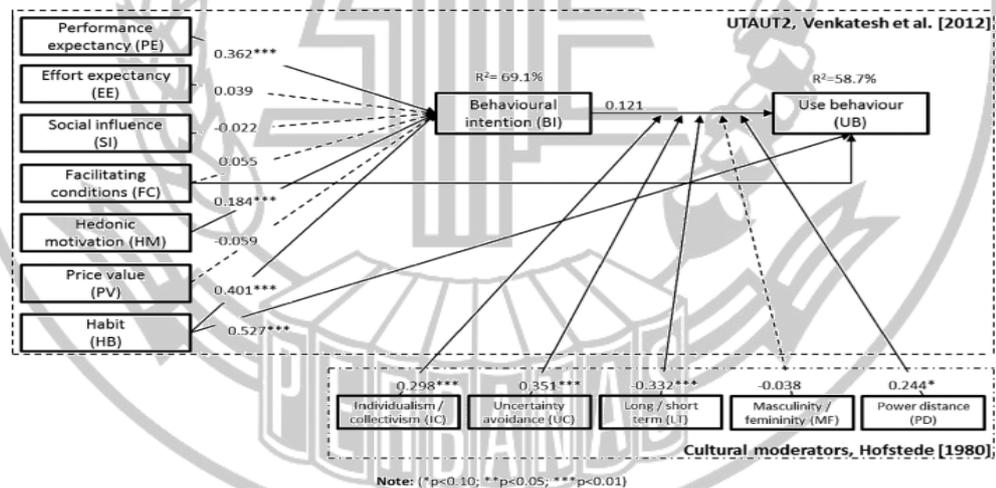
Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah:

- a. Terdapat perbedaan antara penelitian sekarang dengan peneliti terdahulu yang terletak pada populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan perbankan Saudi.

Secara keseluruhan, hasil mengungkapkan bahwa religiusitas memoderasi efek positif pada pengguna perilaku (UB). Semua hipotesis kecuali (SI) tidak di dukung yang mengungkapkan bahwa pengaruh sosial (SI) memiliki hubungan yang tidak signifikan dengan niat pelaku (BI). Menunjukkan bahwa *performance expectancy*, *effort expectancy*, sosial influence berpengaruh positif terhadap behavioral intention. Kemudian untuk *facilitating conditions* berpengaruh positif terdapat *usage behavior*. Untuk behavior. Untuk behavioral intention berpengaruh positif dan signifikan terhadap usage behavior. Untuk *the Islamic religiosity of muslim customers* memoderasi berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* dan *usage behavior*.

2.1.5 Penelitian Goncalo Baptista dan Tiago Oliveira (2015)

Penelitian yang berjudul “*understanding mobile banking: the unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators*” yang bertujuan untuk memajukan pengetahuan tentang penerimaan mobile banking dengan mengusulkan model teroris yang inovatif dan komprehensif yang menggabungkan teori penerimaan dan penggunaan teknologi terpadu yang diperluas (UTAUT2) dengan moderator budaya dari Hofstede. Penelitian tersebut menggunakan survei yang diuji di antara sekelompok lima puluh pengguna *mobile banking* Mozambik. Analisis dilakukan dua langkah yaitu penilaian reliabilitas dan validitas model pengukuran dengan penilaian model struktural dan pengujian hipotesis, hipotesis dari penelitian akan dijelaskan dan didukung dengan kerangka pada gambar 2.5



Gambar 2. 5

KERANGKA DAN HASIL PENELITIAN GONCALO BAPTISTA DAN TIAGO ALIVEIRA (2015)

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah:

- a. Variabel independennya yaitu pengaruh sosial dan kemudahan.
- b. Menggunakan variabel mediasi intensi menggunakan dan variable dependen yaitu penggunaan.

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah:

- a. Terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yang terletak pada populasi sekelompok 50 pengguna *mobile banking* Mozambik.
- b. Moderasi yang digunakan oleh penelitian tersebut berbeda dengan penelitian sekarang.

Secara keseluruhan hasil mengungkapkan bahwa variable independen yang digunakan dari penelitian tersebut berpengaruh positif terhadap niat perilaku, niat perilaku berpengaruh positif pada perilaku pengguna, dan moderasi di dalam penelitian tersebut mempengaruhi hubungan yang kuat dengan variable tersebut.

Tabel 2. 1

PERSAMAAN PERBEDAAN PENELITIAN TERDAHULU DAN PENELITIAN YANG SAAT INI SEDANG DILAKSANAKAN

NO	Penelitian	Hanif Astika Kurniawati, Wahyu Agus Winarno, alfi Arif (2017)	Ni Made Ari Puspita Dewi dan I Dde Kt. Warmika (2016)	Fauzan Adzima dan Maya Ariyanti (2018)	Yasin Alo Soomro, King Abdul Aziz (2019)	Goncalo Babtista dan Tiago Oliviera (2015)	Camila Aini Azhary (2020)
1.	Judul	Analisis Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Dengan Pendekatan <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> Yang Telah Dimodifikasi	Peran persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi resiko terhadap niat menggunakan <i>mobile commerce</i> di kota Denpasar	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i> pada nasabah Bank BRI Purwakarta	<i>Understanding the adaption of SADAD E-Payments: UTAUT combined with religiodity as moderator</i>	<i>Understanding mobile banking: yhe unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators</i>	Peran Kemudahan dan Pengaruh Sosial Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Dengan Moderasi Religiusitas
2.	Tujuan	Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa tentang intensi untuk menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i> untuk mendukung aktifitas mereka sehari-hari	Mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi resiko terhadap niat menggunakan <i>mobile commerce</i>	Untuk mengetahui tanggapan terhadap konsumen serta melihat pengaruh antar variable dari <i>mobile banking</i> dengan menggunakan pendekatan	Untuk mengetahui model UTAUT dengan religiusitas islam sebagai moderator dalam memahami penerapan system pembayaran SADAD oleh	Untuk memajukan pengetahuan tentang penerimaan <i>mobile banking</i> dengan mengusulkan model teoritis yang inovatif dan komprehensif yang menggabungkan teori penerimaan dan penggunaan teknologi terpadu yang diperluas (UTAUT2) dengan	Mengetahui pengaruh kemudahan, pengaruh sosial, intensi menggunakan terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> dengan moderasi religiusitas

	Penelitian	Habif Astika Kurniawati, wahyu Agus Winarno, Alfi Arif (2017)	Ni Made Ari Puspita Dewi dan I Dde Kt. Warmika (2016)	Fauzan Adzima dan Maya Ariyanti (2018)	Saudi Yasin Alo Soomro, King Abdul Aziz (2019)	Goncalo Babtista dan Tiago Oliviera (2015)	Camila Aini Azhary (2020)
				<i>Technology acceptance model (TAM).</i>	Pelanggan perbankan. religiusitas islam memengaruhi perilaku dan pilihan orang	modern moderator budaya dari hofstede	
3.	Sample	Dari 120 mahasiswa yang mendapatkan penawaran layanan <i>mobile banking</i> yang memenuhi syarat	Penelitian yang berjumlah 126 responden	400 responden	Analisis jalur dilakukan 248 responden yang mengumpulkan melalui kuisisioner yang menguji hipotesis konseptual	Sample dari penelitian ini yaitu sekelompok 50 pengguna mobile banking Moezambik	Sampel dari penelitian ini 130 sampel pengguna <i>mobile banking</i> Bank BRI Syariah
4.	Periode penelitian	2017	2016	2018	2019	2015	2020
5.	Teknik Pengambilan Sampel	<i>Clustered random samling</i>	<i>Non probability sampling</i>	<i>Purposive sampling</i>	UTAT	UTAT2	<i>Purpose sampling</i>

6.	Teknik analisis	Analisis deskriptif dengan SEM menggunakan program AMOS	Analisis beta linier berganda	Analisis deskriptif dan SEM-PLS	PLS (<i>Parsial Leave Square</i>)	PLS (<i>Parsial Leave Square</i>)	SmartPLS 3
7.	Variable dependen	Minat penggunaan <i>mobile banking</i>	Niat penggunaan <i>mobile banking</i>	Minat menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i>	<i>usage behavior</i>	<i>Usage behavior</i>	Penggunaan
8.	Variabel independent	Pengalaman, kompleksitas, dan persepsi kemudahan, kegunaan, gender	Kemudahan penggunaan, manfaat dan resiko	<i>Trust, perceived value, perceived ease of use, sosial influence</i>	<i>Performance expectancy, effort expectancy, sosial influence, facilitating conditions</i>	<i>Performance expectancy, effort expectancy, sosial influence, facilitating conditoin, hedonic motivation, price value, habit</i>	Kemudahan pengguna , pengaruh sosial
9.	Variabel Mediasi	-	-	-	<i>Behavior Intention</i>	<i>Behavior Intention</i>	Intensi menggunakan
10.	Variabel moderasi	-	-	-	Religiusitas	<i>Individualism/collectivism (IC), uncertainty avoidance (UC), long/short term (LT), masculinity/feminity (MF), power distance (PD)</i>	Religiusitas

11.	Hasil penelitian	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua konstruk dalam model TAM original secara statistik signifikan sedangkan pada bagian lain, gender sebagai variable eksternal dalam penelitian ini tidak mempunyai pengaruh terhadap kegunaan persepsian dan kemudahan penggunaan persepsian.</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan mobile commerce di kota Denpasar, persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan, persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan mobile commerce di kota Denpasar</p>	<p>Menunjukkan bahwa pengaruh sosial (<i>social influence</i>) pada nasabah bank BRI cabang Purwakarta berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> atau BRI mobile</p>	<p>Menunjukkan bahwa <i>performance expectancy, effort expectancy, sosial influence</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavior intention</i>. Kemudian untuk <i>the Islamic religiosity of muslim customers</i> memoderasi berpengaruh positif terhadap <i>behavioral intention</i> dan <i>usage behavior</i>.</p>	<p>Secara keseluruhan hasil mengungkapkan bahwa variable independe yang digunakan dari penelitian tersebut berpengaruh positif terhadap niat perilaku, niat perilaku berpengaruh positif pada perilaku pengguna, dan moderasi di dalam penelitian tersebut mempengaruhi hubungan yang kuat dengan variable tersebut</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan dan pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap intensi menggunakan, intensi menggunakan tidak signifikan terhadap penggunaan, dan variabel religiusitas tidak signifikan memoderasi antara intensi menggunakan dengan penggunaan</p>
-----	-------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2.2 Landasan Teori

Sebagai dasar dan penjelasan yang akan mendukung adanya penelitian “pengaruh sosial dan kemudahan terhadap intensi menggunakan pada penggunaan *mobile banking* BRI Syariah di Jawa Timur dengan moderasi religiusitas”, maka berikut ini akan dijelaskan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan variable-variable yang diteliti.

2.2.1 Pengaruh sosial

Menurut Fishbein, Ajzen, dan Belief (1975) pengaruh sosial (PS) didefinisikan sebagai persepsi seseorang yang menurut sebagian besar orang yang penting baginya, dia harus melakukannya atau tidak boleh melakukan perilaku yang dimaksud. Pengaruh sosial (PS) didefinisikan sebagai sejauh mana konsumen merasa bahwa orang lain yang penting (misalnya keluarga dan teman) percaya bahwa mereka harus menggunakan teknologi tertentu (Venkatesh, 2012). Pengaruh sosial adalah sejauh mana individu mempersiapkan hal yang lain, terutama teman dan keluarga, percaya bahwa mereka harus menggunakan ponsel layanan perbankan. Pengaruh sosial (PS) adalah konstruk lain yang menurut kami dapat mempengaruhi untuk mempertimbangkan penggunaan *mobile banking*. Sebagian besar setuju dengan inovasi teknologi dan cenderung dipengaruhi oleh teman sebayanya mengenai penggunaan ponsel dengan banyak aplikasi yang tersedia di ponsel mereka (Adzima & Ariyanti, 2018). Pengaruh sosial (SI) dalam konteks ini, mengacu harus menggunakan *mobile banking* atau pembayaran elektronik perilaku individu dibentuk oleh pengaruh sosial karena mereka dapat menjaga kerukunan dan hubungan timbal balik dalam kelompok (Soomro, 2019). Menunjukkan bahwa efek pengaruh sosial pada intensi menggunakan mungkin

disebabkan oleh kepatuhan pada awal fase pengalaman. Peran signifikan pengaruh sosial atau variable serupa lainnya (yaitu, kelompok referensi, norma keluarga, dan pemimpin pendapat) dalam memperkuat niat penelitian sebelumnya.

Dalam islam, perilaku sosial, perilaku sosial merupakan salah satu unsur dalam kehidupan bermasyarakat. Manusia dalam segi bathiniyah diciptakan dari berbagai masam naluri, di antaranya memiliki naluri baik dan jahat. Naluri baik manusia sebagai makhluk sosial itulah yang disebut fitrah, dan naluri jahat apabila tidak dituntun dengan fitrah serta agama akan menjadi naluri yang bersifat negative.

Dalam al-quran telah dijelaskan mengenai naluri manusia sebagai makhluk social dan tujuan dari penciptaan naluri tersebut

أَهُمْ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ ۗ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۗ وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ
فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُخْرِيًّا ۗ وَرَحْمَتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِمَّا يَجْمَعُونَ

“Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kami telah menentukan antara mereka penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan kami telah meninggalkan sebagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagaimana mereka dapat mempergunakan sebagian yang dikumpulkan.” (QS Az-Zukhruf: 32)

Qur'an surat Al-Zukhruf ini menurut penjelasan Quraish Shihab, dalam ayat tersebut allah telah membagi-bagi sarana penghidupan manusia di kehidupan dunia karena manusia tidak dapat melakukannya sendiri dan Allah telah meninggikan sebagian kekuatan manusia dalam harta benda, ilmu, kekuatan dan lain-lain agar sebagian manusia tersebut dapat mempergunakan sebagian yang lain sehingga dapat saling tolong menolong dalam memenuhi kebutuhan

hidupnya. Masing-masing manusia saling membutuhkan dalam mencari dan mengatur kehidupan.

Pengaruh sosial dalam penelitian ini akan diukur dengan beberapa indikator Venkatesh et al (2003) dalam Martins et al (2014) sebagai berikut:

1. Teman dekat
2. Keluarga
3. Orang disekitar
4. Menjadi *stylish*
5. *Symbol* status

2.2.2 Kemudahan

Harapan upaya adalah tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan dari *mobile banking* (Venkatesh *et al.*, 2003). Menurut (Davis, 1989) dalam Mia (2016, p.22) Kemudahan penggunaan di definisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat mudah dipahami. Kemudahan penggunaan adalah kepercayaan yang timbul pada diri seseorang terhadap suatu teknologi yang baru, dimana dalam penggunaannya sangat mudah dipahami sehingga para pengguna tidak perlu untuk mempelajari teknologi tersebut secara mendalam (Dewi & Warmika, 2016). Kemudahan didefinisikan sebagai ukuran dimana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan bebas dari usaha (I & Sihlali, 2014). Dari definisi tersebut, diketahui bahwa kemudahan yang dirasakan ini juga merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya, sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak

akan menggunakannya. Faktor kemudahan yang paling penting yaitu menentukan apakah pengguna mengadopsi dan apakah mereka benar-benar menggunakan teknologi baru yang diajukan. Faktor yang paling penting dalam menentukan apakah mereka benar-benar menggunakan teknologi yang baru diajukan dan kemudahan bisa didefinisikan sebagai ukuran dimana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan bebas usaha (I & Sihlali, 2014).

Perbankan syariah merupakan perwujudan dari permintaan masyarakat yang membutuhkan suatu system yang sesuai dengan syariat islam. Dengan hal itu perbankan syariah juga harus mampu mengikuti perkembangan zaman yang terus berkembang akan teknologinya, salah satunya adalah *mobile banking*. Yang tertera dalam surah Al-A'la' ayat 8 yaitu:

وَنُيَسِّرُكَ لِلْيُسْرَىٰ

“Dan kami memberimu kemudahan agar kamu memperoleh kemudahan”

Allah menyatakan, bahwa memang Allah sengaja memberikan berbagai kemudahan kepada manusia agar manusia hidup dengan mudah. Maka dalam hal ini perbankan syariah menggunakan sarana teknologi yang menggabungkan suatu sistem informasi untuk menerapkan aplikasi *mobile banking* sebagai sarana untuk memudahkan manusia dalam bertransaksi dan bermuamalah sesuai dengan syariah yang sudah ditentukan dalam firma Allah SWT yaitu Al-Qur'an.

Kemudahan dalam penelitian ini akan diukur dengan beberapa indikator (Suhartanto *et al.*, 2019) sebagai berikut:

1. Mudah dipelajari
2. Fitur yang jelas
3. Mudah digunakan
4. Dipelajari dengan cepat

2.2.3 Intensi menggunakan

Menurut (Venkatesh et al., 2003) Niat perilaku di konseptualisasikan sebagai sejauh mana pelanggan cenderung menggunakan layanan mandiri teknologi. Dalam *theory of planned behavior* adalah pada niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku karena niat merupakan variabel antara yang menyebabkan terjadinya perilaku dari suatu sikap maupun variabel lainnya Dharmmesta (1998, p. 91). Niat merupakan mediator pengaruh berbagai faktor motivasional yang berdampak pada perilaku. Menurut Dharmmesta (1998, p. 91) Secara umum dapat dikatakan bahwa semakin baik sikap dan norma subyektif terhadap suatu perilaku dan semakin besar control keperilakuan yang dirasakannya, maka semakin kuat niat konsumen tersebut untuk melaksanakan yang dimaksud. Dalam teori tindakan beralasan diuraikan bahwa niat dipengaruhi oleh sikap dan norma yang dihubungkan.

Sebagai firman Allah SWT dalam surat An-Najm ayat 39-40:

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ. (39) وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَىٰ. (40)

Artinya: “Dan bahwasannya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya, dan bahwasannya usaha itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya)”.

Niat menggunakan dalam penelitian ini akan diukur dengan beberapa indikator (Venkatesh *et al.*, 2003; Yu *et al.*, 2016) dalam (Martins *et al.*, 2014) sebagai berikut:

1. Menggunakan sebulan yang akan datang (IM)
2. Menggunakan setahun yang akan datang (IM)
3. Menggunakan dimasa yang akan datang (IM)

2.2.4 Penggunaan

Menurut Strauba (2009) penggunaan adalah kesediaan individu untuk menerima atau menolak teknologi. Abu-Assi dan Zu'bi (2014) mendefinisikan adopsi atau penggunaan sebagai penerimaan dan kesediaan untuk melanjutkan penggunaan sebuah produk. Pengadopsian melewati tahapan tertentu sebelum membuat keputusan apakah akan menerima (mengadopsi) atau menolak inovasi. Rogers (1983, p. 20) mendefinisikannya sebagai berikut:

Proses yang dilalui oleh individu atau unit pengambilan keputusan lainnya dari awal pengetahuan tentang inovasi, untuk membentuk sikap terhadap inovasi, keputusan atau penolakan, untuk implementasi dari ide baru, dan untuk konfirmasi keputusan ini.

Penggunaan dalam penelitian ini akan diukur dengan beberapa indikator (Im *et al.*, 2011) dalam (Soomro, 2019) sebagai berikut:

1. Frekuensi menggunakan dalam sebulan (PG)

2.2.5 Religiusitas

Religiusitas juga dikenal sebagai agama atau keyakinan agama adalah istilah yang digunakan terutama dalam sosiologi untuk menunjukkan berbagai aspek agama dan dampaknya terhadap perilaku dan pola pikir para praktisi

(Soomro, 2019). Religiusitas didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu berkomitmen dalam sifat dan perilakunya untuk agama yang dianutnya (Sungkar, 2010). Religiusitas adalah internalisasi nilai-nilai agama dalam diri seseorang (Aviyah & Farid, 2014). Internalisasi di sini berkaitan dengan kepercayaan terhadap ajaran-ajaran agama baik di dalam hati maupun dalam ucapan. Dalam religiusitas, iman adalah sentral dan membimbing individu untuk mengikuti jalan yang ditentukan oleh Tuhan dengan doktrin agama. Para peneliti telah membuat konsep religiusitas atau komitmen keagamaan sebagai tingkat komitmen individu terhadap cita-cita dan nilai-nilai diberikan agama yang mereka yakini. Religiusitas bisa didefinisikan sebagai faktor budaya yang mendasar untuk dielajari karena membentuk sosial di kawasan itu konstitusi. Religiusitas secara signifikan akan mempengaruhi sikap, nilai dan perilaku individu orang dan masyarakat secara keseluruhan dan bahwa religiusitas memiliki efek moderasi penuh pada hubungan antara anteseden dan perilaku pembelian konsumen muslim. Namun, para sarjana adalah tidak nyaman menyelidiki pengaruh religiusitas. Ini sangat disayangkan karena religiusitas adalah nilai budaya dominan di banyak masyarakat dan itu dapat mempengaruhi perilaku konsumen.

Religiusitas dalam penelitian ini akan diukur dengan beberapa indikator (Agag & El-Masry, 2016; Rahman, 2015) sebagai berikut:

1. Membayar zakat
2. Hubungan keagamaan
3. Ikut pengajian di masjid
4. Membaca masalah keagamaan
5. Melihat acara keagamaan di media

6. Waktu untuk berdoa
7. Meningkatkan pengetahuan agama

2.2.6 Pengaruh Sosial Terhadap Intensi Menggunakan

Pengaruh sosial didefinisikan sebagai sejauh mana konsumen merasa bahwa orang lain yang penting (misalnya keluarga dan teman) percaya bahwa mereka harus menggunakan teknologi tertentu (Nugroho *et al.*, 2017). Hal tersebut memperlihatkan bahwa penggunaan teknologi dipengaruhi oleh faktor lingkungan seperti pendapat dari teman-teman, keluarga, yang menggunakannya, jika mereka berpendapat positif atau mendukung, itu dapat mendorong pengguna untuk mengadopsi layanan *mobile banking*. Peneliti (Adzima & Ariyanti, 2018) menunjukkan bahwa variable *sosial influence* (SI) berpengaruh terhadap *intention to use* (IU). Pengaruh *social influence* terhadap *intention to use* kemungkinan dapat disebabkan oleh kepatuhan pada awalnya fase pengalaman (Soomro, 2019). Penelitian (Baptista & Oliveira, 2015) juga menunjukkan bahwa pengaruh sosial (SI) pada *intention to use* berpengaruh positif.

2.2.7 Pengaruh Kemudahan Terhadap Intensi Menggunakan

Penelitian (Baptista & Oliveira, 2015) menghasilkan variable kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap niat perilaku untuk menggunakan *mobile banking*. Dalam penelitian (Nugroho *et al.*, 2017) menghasilkan kemudahan berpengaruh secara positif terhadap niat perilaku untuk menggunakan *mobile banking*, ketika pengguna merasakan bahwa *mobile banking* mudah digunakan dan tidak memerlukan banyak usaha. Cheong dan Park (2005) menemukan bahwa kemudahan menjadi faktor yang signifikan terhadap niat untuk menggunakan *mobile banking*. Dalam penelitian (Soomro, 2019) juga

menunjukkan bahwa variable kemudahan mempunyai pengaruh terhadap niat penggunaan *mobile banking*, yang dimana masyarakat lebih tertarik dengan produk atau layanan yang diberikan kemudahan dan bisa digunakan kapan saja dan dimana saja produk atau layanan tersebut dibutuhkan. Kemudahan penggunaan yang dirasakan mengarah pada niat perilaku untuk menggunakan teknologi, di dukung dengan memfasilitasi peran kegunaan yang di rasakan (Soomro, 2019).

2.2.8 Pengaruh Intensi Menggunakan Terhadap Penggunaan

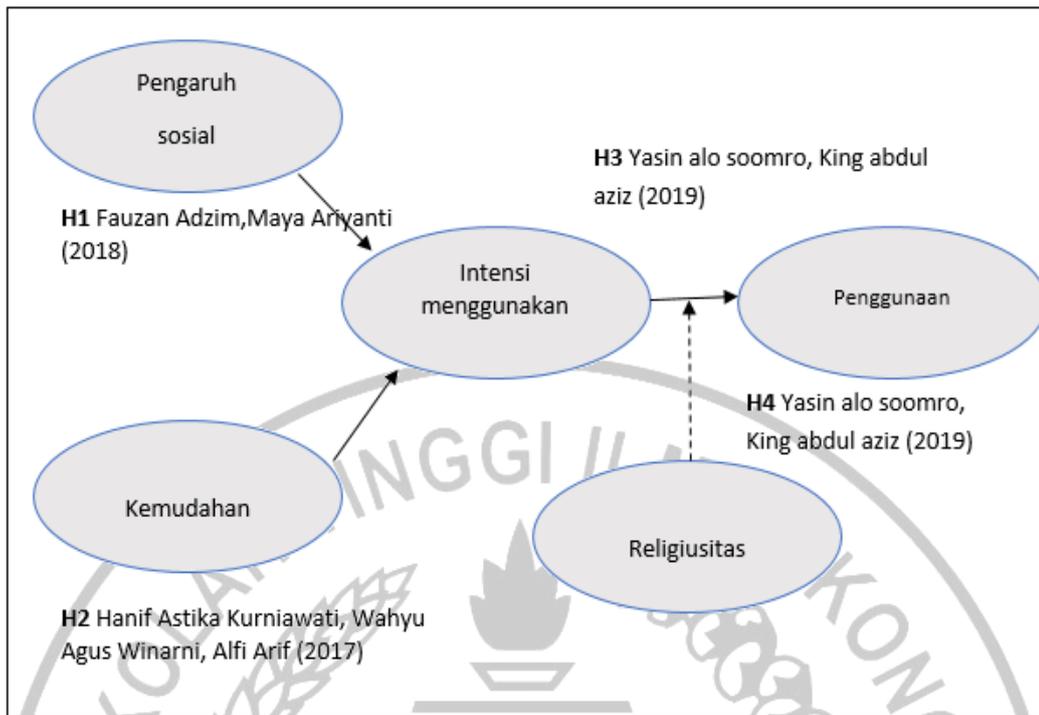
Perilaku individu dapat diprediksi dan dipengaruhi oleh niat individu (C. S. Yu, 2012). Niat perilaku memiliki pengaruh yang substansial tentang penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2003). Niat perilaku dikonseptualisasikan sebagai sejauh mana pelanggan cenderung menggunakan layanan tersebut (Venkatesh et al 2003). Niat perilaku memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap penggunaan (Soomro, 2019). Menurut Davis (1989) Sikap terhadap perilaku merupakan perasaan positif atau negative seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Menurut Dharmmesta.B.S (1998) Konsistensi sikap yang spesifik dengan perilaku yang spesifik perlu selalu diperhatikan, semakin spesifik suatu sikap dan perilaku, semakin kuat pula hubungan korelasional yang dihasilkannya. Penelitian (Baptista & Oliveira, 2015) menghasilkan bahwa intensi menggunakan memiliki pengaruh yang substansial tentang penggunaan teknologi jadi dampak intensi menggunakan pada penggunaan akan berpengaruh positif.

2.2.9 Pengaruh Intensi Menggunakan Terhadap Penggunaan dengan Moderasi Religiusitas

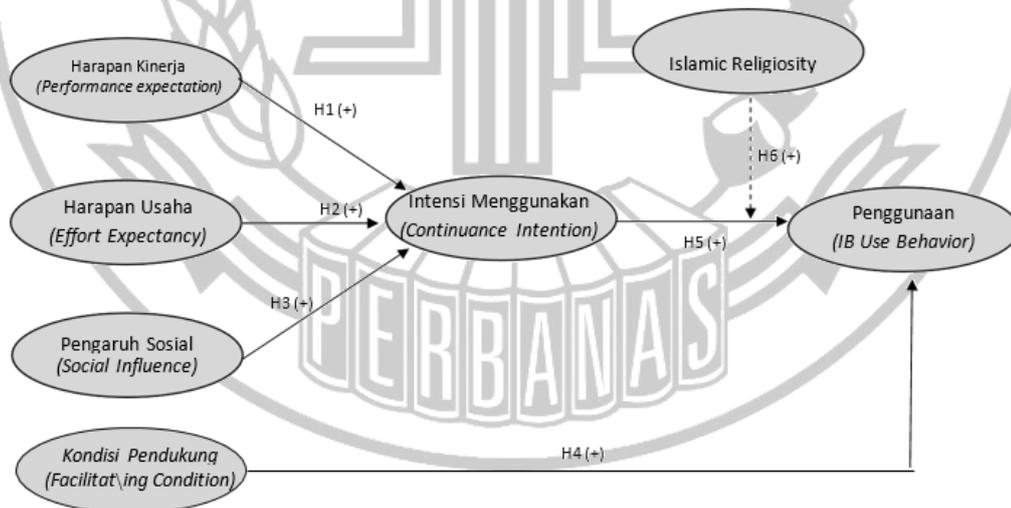
Religiusitas islam dari pelanggan muslim memoderasi efek positif dari niat perilaku *behavior intention* tentang perilaku penggunaan *usage behavior* agar lebih kuat untuk menjadi orang yang lebih taat beragama dari pada yang kurang saleh (Soomro, 2019). Moderasi positif yang signifikan dari keyakinan agama dalam hubungan tersebut antara ekspektasi kinerja dan niat perilaku. Behavior Pengaruh moderasi religiusitas antara minat menggunakan (*behavior intention*) dan penggunaan (*usage behavior*) untuk memperkirakan efek moderasi religiusitas Islam pada *behavior intention* dan *usage behavior*, ketika variabel moderasi ditambahkan di model tersebut itu akan mempengaruhi *R-square* jika tetap saja artinya tidak ada moderasi efek.

2.3 Kerangka pemikiran

Pada Sub bab ini akan diperlihatkan hubungan antara variable sebagaimana yang telah dijelaskan dilandaskan teori, atau penelitian terdahulu yang telah dirujuk. Seperti kerangka penelitian saat ini dalam Gambar 2.6 dan kerangka pemikiran kolaborasi dalam Gambar 2.7 sebagai berikut:



Gambar 2. 6
KERANGKA PENELITIAN YANG SEDANG DILAKUKAN



Gambar 2. 7
KERANGKA PEMIKIRAN KOLABORASI

2.4 Hipotesis Penelitian

H1: Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap intensi menggunakan *mobile banking* Bank BRI Syariah

H2: Pengaruh kemudahan berpengaruh positif terhadap intensi menggunakan *mobile banking* Bank BRI Syariah.

H3: Intensi menggunakan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking* pada Bank BRI Syariah.

H4: Religiusitas memoderasi hubungan antara variable intensi menggunakan pada penggunaan *mobile banking* Bank BRI Syariah

