PERAN KEMUDAHAN DAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* DENGAN MODERASI RELIGIUSITAS PADA BANK BRI SYARIAH DI JAWA TIMUR

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

CAMILA AINI AZHARY
NIM: 2017710071

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2021

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama	:	Camila Aini Azhary
Tempat, Tanggal lahir	:	bangkalan, 22 Mei 1999
N.I.M	:	2017710071
Program Studi	:	Ekonomi Syariah
Program Pendidikan	:	Sarjana
Konsentrasi	:	Ekonomi Syariah
Judul	:	Peran Kemudahan Dan Pengaruh Sosial Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* Dengan Moderasi Religiusitas Pada Bank BRI Syariah Di Jawa Timur

Disetujui dan diterima baik oleh:

Dosen Pembimbing,
Tanggal: 2 Maret 2021

Dr. Yudi sutarso, S.E., M.Si
NIDN: 0706116901

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Tanggal: 2 Maret 2021

Dr. Dra.Ec.Wiwik Lestari, M.si
NIDN: 0705056502

PERCEIVED EASE OF USE AND SOCIAL INFLUENCES ON USAGE BEHAVIOR USING RELIGIOSITY MODERATION ON MOBILE BANKING OF SYARIAH BRI IN EAST JAVA

CAMILA AINI AZHARY
STIE Perbanas Surabaya
Email: 2017710071@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the extent of the effect of perceived ease of use, social influences on usege behavior using religiosity moderation on mobile banking of syariah BRI in east java. This research methodology uses one hundred twenty five (125) respondents collected through questionnaires in the east java. Respondents' responses were analyzed using descriptive analysis through SPSS 16.0 and statistical analysis through SmartPLS 3. The sampling technique that researchers used was purposive sampling. The analysis shows that the perceived ease of use score has a positive effect on behavioral intention and social influences has a positive effect on behavioral intention. The role of moderating religiosity has a negative effect between behavioral intention on usage behavior. The practial implications of this research are for BRI Syariah Bank to develop its strategy in the future, especially as an evaluation of bank performance so far in the national Islamic banking competition, and can provide important information to bankis to be able to increase perceived ease of use that have an impact on behavioral intention and sosial influences by moderating religiosity to increase the use of mobile banking.

Keyword: Perceived Ease of Use, Sosial Influences, Behavioral Intention, Usage Behavior, Religiosity

PENDAHULUAN

Dalam dunia perbankan ini tidak lepas dari ketiga hal yang mengarah ke bidang informasi, bidang sistem komunikasi dan teknologi, karena perbankan harus bersaing dan berkompetisi untuk memberikan layanan yang terbaik dan memuaskan terhadap nasabahnya. Perkembangan memiliki *smartphone* mulai berkembang pesat dan tidak diragukan lagi perkembangannya, dari berbagai kalangan yang semakin canggih dalam menggunakan *smartphone* yang dimilikinya. Kondisi yang seperti ini membuat masyarakat malas untuk keluar rumah, lama mengatri di bank, dan berfikit semua ingin serba praktis,

cepat dan lebih mudah. Salah satu perkembangan teknologi ialah teknologi informasi, dimana yang dulu informasi sangat sulit untuk didapatkan namun sekarang dengan mudah bisa didapat oleh semua kalangan dan hal tersebut didukung dengan adanya *smartphone* yang dikombinasikan dengan internet membuat setiap orang bisa mengakses informasi yang dibutuhkan dengan mudah dan kapanpun. Perkembangan teknologi informasi yang semakin maju ini membuka peluang bisnis yang bisa dilakukan dengan menggunakan *handphone* yang dapat di akses oleh semua orang, hal tersebut tentunya membuat nasabah berharap untuk mendapatkan fasilitas perbankan yang dapat mempercepat transaksi bisnis mereka yang juga dapat diakses melalui *handphone*, sehingga dunia perbankan berinovasi dengan menciptakan *mobile banking* untuk memenuhi kebutuhan nasabah.

Mobile banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau *smartphone* transaksi melalui *mobile banking* menjadikan prosesnya mudah dan hemat baik hemat waktu, biaya dan tenaga. Namun kemudahan dan efisiensi ini memunculkan *trade-off* (kecenderungan yang bertentangan) yaitu dapat memicu pemborosan.

Dari perspektif religiusitas, terdapat peringatan bahwa manusia tidak boleh boros serta qanaah (merasa sudah cukup).

KERANGKA TEORIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

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. Menurut Venkatesh, (2012), pengaruh sosial sebagai sejauh mana konsumen merasa bahwa orang lain yang penting (misalnya keluarga dan teman) percaya bahwa mereka harus menggunakan teknologi tertentu.

Dalam Islam perilaku sosial merupakan salah satu unsur dalam kehidupan bermasyarakat. Manusia dalam segi bathiniyah diciptakan dari berbagai masam naluri, diantaranya memiliki naluri baik dan jahat. Naluri baik manusia sebagi makluk sosial itulah yang disebut fitrah dan naluri jahat apabila tidak dituntun dengan fitrah serta agama akan menjadi naluri yang bersidat negative.

Kemudahan

Menurut Venkatesh *et al*., (2003), harapan upaya adalah tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan dari *mobile banking*. Kemudahan penggunaan di definisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat mudah dipahami (Davis, 1989) dalam Mia (2016, p.22). 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.

Intensi Menggunakan

Menurut Venkatesh *et al.*, (2003), niat perilaku di konseptualisasiakn 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 lainnya.

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.

Penggunaan

Penggunaan menurut Strauba (2009) 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. 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.

Religiusitas

Religiusitas merupakan bentuk aspek religi yang telah dihayati oleh individu di dala hati. Makna religiusitas digambarkan dalam beberapa aspek-aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan, baik dunia dan di akhirat. Religiusitas didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu berkomitmen dalam sifat dan perilakunya untuk agama yang dianutnya (sungkar, 2010). Menurut Aviyah & Farid (2014) mendefinisikan religiusitas adalah internalisasi nilai-nilai agama dalam diri seseorang.

Pengaruh Sosial Tehadap Intensi Menggunakan

Pengaruh sosial berhubungan dengan intensi menggunakan telah dibuktikan oleh penelitian terdahulu Nugroho *et al.*, (2017), yang menyimpulkan bahwa sejauh mana konsumen merasa bahwa orang lain yang penting (misalnya keluarga dan teman) percaya bahwa mereka harus menggunakan teknologi tertentu, hal ini memperlihatkan bahwa penggunaan teknologi dipengaruhi oleh faktor lingkungan seperti pendapat dari temen-temen, keluarga,

yang menggunakannya, jika mereka berpendapat positif atau mendukung, itu dapat mendorong pengguna untuk mengadopsi layanan *mobile banking.*

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

Pengaruh Kemudahan Terhadap Intensi Menggunakan

Pengaruh kemudahan berhubungan dengan intensi menggunakan telah dibuktikan oleh penelitian terdahulu Nugroho *et al.*, (2017) menyimpulkan kemudahan berpengaruh secara positif terhadap niattersebut perilaku untuk menggunakan mobile banking, ketika pengguna merasakan bahwa mobile banking mudah digunakan dan tidak memerlukan banyak usaha , 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.

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

Pengaruh Intensi Menggunakan Terhadap Penggunaan

Pengaruh intensi menggunakan berhubungan dengan penggunaan telah dibuktikan oleh penelitian terdahulu Venkatesh *et al.*, (2003), menyimpulkan bahwa niat perilaku memiliki pengaruh yang substansial tentang penggunaan teknologi, niat perilaku di konseptualisasikan sebagai sejauh mana pelanggan cenderung menggunakan layanan.

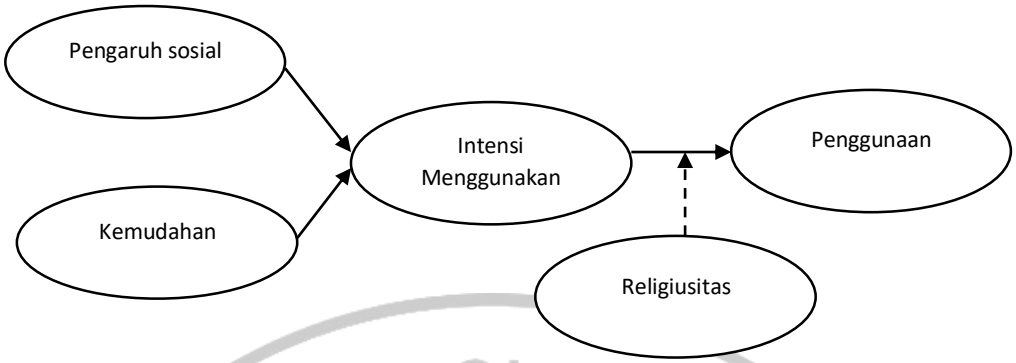
H3: Intensi menggunakan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking* pada Bank BRI Syariah

Pengaruh Intensi Menggunakan Terhadap Penggunaan Dengan Moderasi Religiusitas

Pengaruh intensi menggunakan berhubungan dengan penggunaan dengan moderasi intensi menggunakan telah dibuktikan oleh penelitian terdahulu Soomro (2019) yang menyatan bakwa]religiusitas islam dari pelanggan muslim memoderasi efek positif sari niat perilaku tentang perilaku penggunaan agar lebih kuat untuk menjadi orang yang lebih taat beragama dari pada yang kurang saleh.

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

Kerangka pemikiran yang mendasari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1
KERANGKA PEMIKIRAN

METODE PENELITIAN

Klasifikasi Sampel

Populasi dalam penelitian ini merupakan pengguna mobile banking Bank BRI Syariah di Jawa Timur. Tidak semua anggota populasi dapat menjadi sampel dan sampel yang ditargetkan dalam penelitian ini sebesar seratus dua puluh sampel. Kemudian, pengambilannya menggunakan metode *purposive sampling*, tujuan tersebut dicapai dengan menetapkan beberapa kriteria untuk menentukan target sampel. Target sampel yang sesuai krteria akan dijadikan sebagai calon responden pada pebelitian ini.

Adapun kriteria tersebut antara lain yakni memiliki rekening pada Bank BRI Syariah dan terdaftar sebagai pengguna BRIS Online, telah menggunakan layanan *mobile banking* >6 bulan dari pengalaman menggunakan, menggunakan layanan *mobile banking* setidaknya sekali dalam sebulan, usia responden minimal 17 tahun, wilayah pengambilan sampel Jawa Timur

Data Peneliti

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data kuantitatif dengan sumber data nya adalah data primer. Pengambilan data menggunakan kuesioner yang disebar ke beberapa tempat sesuai yang berapa pada lingkup peneliti.

Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dibedakan menjadi empat variabel, yaitu: Variabel bebas yaitu pengaruh sosial (PS) dan kemudahan (KM), variabel terikat yaitu Penggunaan (PG), variabel mediasi yaitu Intensi menggunakan (IM) dan variabel moderasi yaitu religiusitas (RI)

Definisi Operasional Variabel

Pengaruh Sosial

Pengaruh sosial adalah pendapat responden tentang persepsi nasabah

yang menurut sebagian besar orang yang penting baginya, dia harus melakukannya atau tidak boleh melakukan perilaku yang dimaksud.

Kemudahan

Kemudahan adalah pendapat responden tentang suatu kondisi dimana nasabah menilai bahwa teknologi mobile banking dapat dengan modah dipahami dan pengguna sebuah teknolohi tertentu akan meningkatkan kinerjanya.

Intensi Menggunakan

Intensi menggunakan adalah pendapatan responden tentang kemauan dan aksi konsumen dalam mengonsumsi ulang produk atau jasa, yang disebabkan oleh kesan memuaskan sesuai ekspektasi konsumen. Indikator:

Penggunaan

Penggunaan adalah pendapat responden tentang kesediaan individu untuk menerima atau menolak teknologi.

Religiusitas

Religiusitas adalah pendapat responden tentang seberapa kepercayaan nasabah kepada Tuhannya dan seberapa besar nasabah memiliki komitmen untuk bertindak sesuai dengan aturan Tuhan.

Metode Analisis

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive Sampling*, dimana bentuk sampling ini adalah teknik pengambilan sampel dengan beberapa pertimbangan dan kriteria tertentu yang bertujuan supaya data yang diperolehnya nantinya dapat mewakili dari popilasi dalam penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berjenis kuesioner dengan skala *Likert* 1 sampai dengan 7 dari satu (1) sangat tidak setuju sampai tujuh (7) sangat setuju. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada nasabah dengan tahapan sebagi berikut:

1. Disebarkan secara langsung bertatap muka dengan responden
2. Responden akan dijelaskan tata cara pengisian kuesioner oleh peneliti
3. Responden mengisi keseluruhan dari item pernyataan yang ada pada kuesioner
4. Responden menyerahkan kuesioner yang telah diisi

Dalam penelitian ini sebanyak 30 kuesioner dibagikan sebagai sampel kecil untuk menguji validitas dan reabilitas pada setiap masing-masing indikator pernyataan. Sampel kecil dibagikan ke beberapa kantor Bank BRI yariah dan beberapa tetangga dan teman yang menjadi nasabah Bank BRI syariah. Setelah dapat dipastikan bahwa setiap indikator pernyataan valid dan reliabel, penelitian melakukan pengumpulan 125 responden sebagai sampel besar. Sebanyak 125 kuesioner dibagiakan pada beberapa kantor BRI Syariah tetangga dan teman dekat yang menjadi nasabah Bank BRI syariah yang menggunakan fasilitas *mobile*

banking. Pengolahan data menggunakan *Smart* PLS.

Uji Validitas dan Reabilitas

Uji Validitas

Uji validitas yang dilakukan adalah untuk menguji item pernyataan yang mempresentasikan konstruk laten valid atau tidak guna mengetahui benar atau tidaknya hasil penelitian pada suatu kuesioner. Pada uji validitas ini hasil diasumsiakn valid apabila korelasi signifikansi *p-value* <0,05 sedangkan pada tahap pengembangan konstruk dalam pengukuran menggunakan skala (Ghozali I., 2015) faktor loadingnya 0,5 sampai 0,6 sudah dianggap cukup memadai artinya jika dalam penelitian ini batas faktornya loadingnya yang digunakan 0,5 maka, semua item pernyataan tidak ada yang dikeluarkan atau tereliminasi dari model inner sehingga item pernyataan utnuk semua variabel dinyatakan valid atau layak untuk digunakan dalam penelitian dan bisa dianalisis lebih lanjut.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item pernyataan dari setiap variabel dari suatu kuesioner reliabel atau tidak. Item pernyataan akan dinyatakan reliabel jika hasil jawaban yang diperoleh dari responden adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran uji reliabilitas hanya dilakukan sekali dan suatu variabel dinyatakan reliabilitas apabila nilai cronbach's alpha >0,60 atau 60% maka kuesioner tersebut reliabel (Malhotra, 2014). Suatu variabel atau konstruk dikatakan reliabel apabila nilai dari composite reliabelnya >0,7 (Ghozali H. L., 2014)

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Mayoritas responden dalam penelitian ini yaitu: berjenis kelamin perempuan yaitu 53,2%, beraga Islam 100%, berusia 21-30 tahun 71,2%, berstatus mahasiswa 64,8%, memiliki mobile banking Bank BRIS Syariah 100%, penggunaan mobile banking Bank BRI Syariah 100%, hanya memiliki satu mobile banking 95,2%, sering menggunakan mobile banking Bank BRI Syariah 100%, menggunakan 3-4 kali rata-penggunaan sebulan 44%.

HASIL ANALISIS DENGAN MENGGUNAKAN SMARTPLS

Path Coefficient and Value

Tabel 1
Hasil Analisi *Path Coefficient*

variabel	IM	KM	MODERASI	PS	PG	RI
IM					-0,128	
KM	0,347					

MODERASI					-0,209	
PS	0,263					
RI					0,229	

Tabel 2
P-Value

Variabel	IM	PG
KM	0,003	
PS	0,011	
RI		0,004
IM		0,301
MODERASI		0,426

Path Coefficient bertujuan melihat nilai signifikansi *p-value* untuk mengetahui pengaruh antar variabel berdasarkan hipotesis yang telah dihipotesiskan melalui metode resampling. Nilai signifikansi yang dapat dipergunakan yaitu memiliki nilai p-value $\leq$ 0,05. Dari tabel diatas dapat bahwa kemudahan (KM) koefisien beta sebesar 0,347 dan nilai signifikansinya 0,003, pengaruh sosial (KM) koefisien beta sebesar 0,263 dan nilai signifikansinya 0,011, intensi menggunakan (IM) koefisien beta sebesar -0,128 dan nilai signifikansinya 0,301, religiusitas (RI) koefisien beta -0,209 dan nilai signifikansinya 0,426 dapat disimpulkan dari lima variabel tersebut 2 variabel yaitu IM dan RI dinyatakan tidak signifikan karena nilai signifikansinya dibawah signifikan yang telah ditentukan yaitu 0,05.

***Average Variance Extracted* (AVE)**

Tabel 3
***Average Variance Extracted* (AVE)**

Variabel	AVE
Intensi menggunakan	0,753
Kemudahan	0,641
Pengaruh sosial	0,650
Penggunaan	1,000
Religiusitas	0,573

Dalam melakukan penilaian AVE, hasil yang diperoleh dari semua variabel dapat dikatakan sangat baik apabila nilainya >0,50. Dapat disimpulkan dari tabel tersebut bahwa kelima variabel memiliki nilai AVE yang sangat baik, hal tersebut dikarenakan hasil AVE adalah diatas 0,05. Hal tersebut menunjukkan

bahwa semua variabel memenuhi kriteria validitas diskriminan

***Variance Inflation Factors* (VIF)**

Tabel 4
***Variance Inflation Factors* (VIF)**

Variabel	IM	KM	MODERASI	PS	PG	RI
IM					1,467	
KM	1,476					
MODERASI					1,183	
PS	1,476					
PG						
RI					1,391	

Pada analisis nilai varience inflation factors (VIF), setiap variabel dikatakan sangat baik, apabila memiliki nilai full collonearity $\leq$5 masih dapat diterima. Dapat disimpulkan dari tabel diatas VIF setiap variabel dari penelitian ini memiliki nilai $\leq$ 3,3. Oleh karena itu, variabel-variabel tersebut dinyatakan sangat baik dan disimpulkan bahwa tidak terdapat *problem vertical* ataupun *lateral collonearity* di dalam model.

R-Square

Tabel 5
R-Square

Variabel	*R-square*	*R-Square Adjusted*
IM	0,293	0,282
PG	0,113	0,091

Nilai R-Square digunakan untuk mengukur sebesar jauh kemampuan sebuah variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat, dan nilai R-square adalah antara 0 sampai 1. Dapat disimpulkan dari tabel diatas bahwa variabel intensi menggunakan berkontribusi sebesar 0,293 atau 29,35% sebagai sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas dan sisanya 70,7% dipengaruhi oleh variabel penggunaan berkontribusi sebesar 0,113 atau 11,3% sebagai sumbangan pengaruh yang diberikan variabel mediasi dan sisanya 88,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kemudahan Terhadap Intensi Menggunakan Pada *Mobile Banking* Bank Bri Syariah

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penyebaran kuesioner yang dilakukan pada penelitian saat ini yang dilakukan untuk memperoleh data yang akan diolah hasil estimasi model diagram path menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap intensi menggunakan mobile banking BRI Syariah. Kemudahan berpengaruh positif terhadap intensi menggunakan, senakin mengalami kemudahan menggunakan mobile banking BRI Syariah tersebut untuk sebulan, setahun dan masa yang akan datang dan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut akan bebas dari usaha. Penelitian ini membuktikan bahwa hasil penelitian sekarang sama dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nugroho et al., (2017) yang mengasilkan kemudahan berpengaruh secara positif terhadap niat perilaku untuk menggunakan *mobile banking*, ketika pengguna merasakan bahwa *mobile banking* mudah digunakan dan tidak memerlukan banyak usaha.

Pengaruh Sosial Terhadap Intensi Menggunakan Pada *Mobile Bnaking* BRI Syariah

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penyebaran kuesioner yang dilakukan untuk memperoleh data yang akan diolah hasil estimasi model diagram path menunjukkan bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif signifikan terhadap intensi menggunakan *mobile banking* Bank BRI Syariah. Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap intensi menggunakan karena, 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* hasil penelitian sekarang sama dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Baptista & Oliveira, (2015) yang menghasilkan bahwa pengaruh sosial pada intensi menggunakan berpengaruh positif.

Pengaruh Intensi menggunakan Terhadap Penggunaan Pada *Mobile Banking* BRI Syariah

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penyebaran kuesioner yang dilakukan untuk memperoleh data yang akan diolah hasil estimasi model diagram path menunjukkan bahwa intensi menggunakan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap penggunaan mobile banking BRI Syariah. Intensi menggunakan berpengaruh negatif tidak signifikan yang berbeda dengan hasil penelitian Soomro, (2019) yang menyatakan bahwa niat perilaku memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap penggunaan. Akan tetapi, pada penelitian ini menemukan sesuatu yang membuat variabel intensi menggunakan tidak

berpengaruh pada penggunaan *mobile banking* seperti cek saldo, transfer, dan transaksi lainnya.

Pengaruh Intensi Menggunakan Terhadap Penggunaan Dengan Moderasi Religiusutas Pada *Mobile Banking* Bank Bri Syariah

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penyebaran kuesioner yang dilakukan pada penelitian saat ini yang dilakukan untuk memperoleh data yang diolah, diketahui vahwa intensi menggunakan terhadap penggunaan dimoderasi oleh religiusitas berpengaruh negatif tidak signifikan. Menghasilkan peran moderasi religiusitas tidak memoderasi terkait hubungan antara intensi menggunakan terhadap penggunaan, berdasarkan penelitian saat ini bahwa tidak menjamin tingkat religiusitas nya tinggi atau rendah seseorang meskipun nasabah memiliki keinginan untuk menggunakan secara terus menerus belom tentu juga akan berdampak pada penggunaan *mobile banking* Bank BRI Syariah, yang dimana pengguna *mobile banking* Bank BRI Syariah hanya bergantung pada kesesuaian kebutuhan dalam bertransaksinya tersebut.

PENUTUP

KESIMPULAN

Berdasarkan pengujian hipotesis penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan:

1. Kemudan berpengaruh positif signifikan terhadap intensi menggunakan.
2. Pengaruh sosial berpengaruh positif signifikan terhadap intensi menggunakan.
3. Pengaruh intensi menggunakan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap penggunaan.
4. Moderasi religiusitas berpengaruh negatif tidak signifikan antara intensi menggunakan terhadap penggunaan.

KETERBATASAN

1. hanya bisa menyebarkan kuesioner menggunakan sosial media dan sekitar tenpat tinggal karena keterbatasan untuk menyebarkan kuesioner dengan cara langsung
2. sulit mencari responden yang berminat untuk mengisi kuesioner tersebut karna malas mengisi dan kurang membaca dengan teliti pernyataan karena keterbatasan waktu
3. butuh banyak waktu untuk memilih kuesioner yang benar-benar diisi dengan sesuai oleh responden karena banyak nasabah yang merasa keberatan juga harus menjadi responden.

SARAN

Saran bagi bank pada layanan *mobile banking* ditingkatkan lagi untuk kemudahan menggunakan *mobile banking* tersebut seperti lebih menarik, mudah dioperasikan, informasi di *mobile banking* selalu *up*

to date, dan hasil pencairan yang didapat akurat sehingga menghasilkan suatu kemudahan pada mobile banking tersebut dan nasabah menjadi semakin ingin menggunakan terus menerus pada penggunaan *mobile banking.* Selain itu, nilai religiusitas dari diri nasabah juga harus ditingkatkan sehingga bank harus lebih kuat dalam mengimplementasikan nilai-nilai religiusitas agar nasabah juga memerhatikan faktor religiusitasnya terhadap produk dan layanan yang mereka gunakan khususnya layanan *mobile banking*

Adapun bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah pengetahuan dan mencantumkan variabel lain selain variabel kemudahan, pengaruh sosial, kegunaan, kondisi pendukung, intensi menggunakan, penggunaan dan religiusitas yang dapat meningkatkan kinerja suatu bank. Berdasarkan responden terhadap pernyataan semua variabel memiliki nilai mean yang tinggi artinya layanan mobile banking Bank BRI Syariah tersebut layanannya sesuai dengan harapan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

Abu-Assi, H. A., Al-Dmour, H. H., & Zu'bi, M. F. (2014). Determinants of internet banking adoption in Jordan. *International Journal of Business and Management*, 9(12), 169

Aviyah, E., & Farid, M. (2014). Religiusitas, kontrol diri dan kenakalan remaja. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, *3*(02).

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *Management Information Systems Quarterly*, 13(3), 319–340. doi:10.2307/249008

Dharmmesta, B. S. (1998). *Theory of planned behaviour* dalam penelitian sikap, niat dan perilaku konsumen. *Kelola*.

Fishbein, M., Ajzen & Belief, I. (1975). *Attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research. Addison-Wesley*

Nugroho , P., Winarno, W. W., & Hartanto, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Mobile payment Dengan Pendekatan Extended The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Departemen Teknik Elektro dan Teknologi Informasi, FT UGM*, ISSN: 2085-6350.

Soomro, Y. A., AbdulAziz, K., & Jeddah . (2019). Understanding the Adoption of SADAD E-Payments: UTAUT Combined with Religiosity as Moderator. *International Journal of E-Business Research*, Vol.15, Issue 1. doi:10.4018/IJEBR.2019010104

Sungkar. (2010). Consumer Awareness: Thoughs and Trends Across the Globe. The Halal Journal, Vol. 2 (1): 22-28.

Venkatesh, V., Thong,J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance And Use Of Information Technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *Management Information Systems Quarterly*, 36(1),157–178. doi: 10.2307/41410412

Venkatesh, V., Davis, G. B., Davis, F. D., & Morris , M. G. (2003). User Acceptance Of Information Technology: Toward A Unified View. *Management Information Systems Quarterly*, Vol. 27, No.3. doi:10.2307/30036540