

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

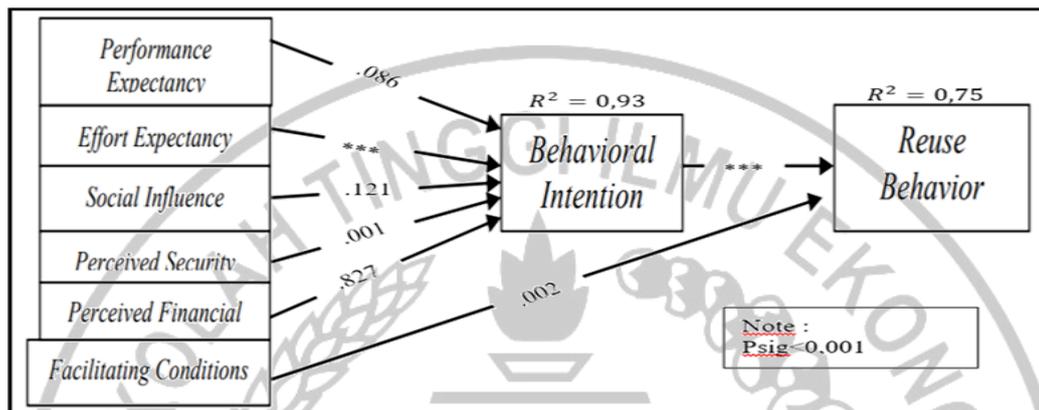
2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam sub bab ini akan dijelaskan tentang penelitian – penelitian terdahulu yang telah dilakukan. Selanjutnya, penelitian sebelumnya akan dijadikan rujukan oleh peneliti saat ini. Adapun penelitian sebelumnya yang dijadikan rujukan oleh peneliti saat ini adalah :

2.1.1 Penelitian Yasinta Oktaviana L. Rema dan Djoko Budiarto Setyohadi (2016)

Penelitian yang berjudul “Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan *Mobile Banking* Studi Kasus : BRI Cabang Bajawa” ini bertujuan untuk mengetahui niat penggunaan kembali *mobile banking* oleh nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BRI Cabang Bajawa. Populasi pada penelitian ini adalah nasabah Bank BRI Cabang Bajawa yang menggunakan layanan *mobile banking*. Untuk teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah model *UTAUT*. Alat analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *SEM (Structural Equation Modeling)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi keamanan dan kemudahan penggunaan menjadi faktor yang paling menentukan dalam niat perilaku seseorang untuk menggunakan *mobile banking*, niat perilaku dan kondisi fasilitasi juga mempengaruhi seseorang dalam menggunakan kembali *mobile*

banking, biaya yang besar dalam menggunakan *mobile banking*, manfaat yang dirasakan dan pengaruh sosial tidak mempengaruhi niat perilaku seseorang dalam menggunakan *mobile banking*. sebagaimana yang akan digambarkan melalui kerangka pemikiran pada gambar 2.1



Sumber : Yasinta Oktaviana L. Rema dan Djoko Budiarto (2016)

Gambar 2. 1
KERANGKA DAN HASIL PENELITIAN TERDAHULU YASINTA
OKTAVIANA L.REMA DAN DJOKO BUDIANTO (2016)

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang saat ini dilakukan adalah :

1. Variabel bebas (*independen*) yang sama penelitian saat ini adalah kondisi pendukung (*facilitating conditions*) dan intensi menggunakan (*behavioral usage*).

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang saat ini dilakukan adalah :

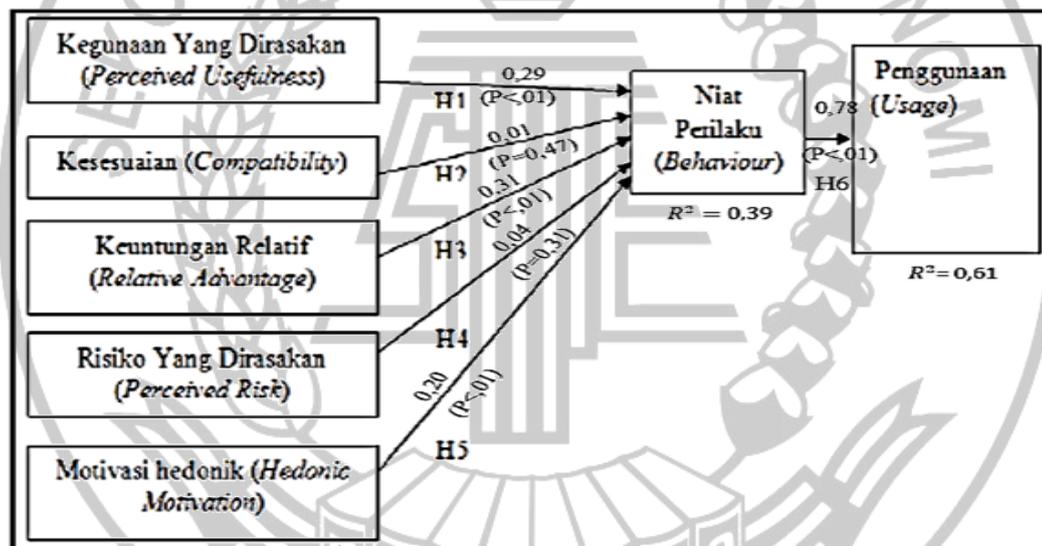
1. Penelitian terdahulu menggunakan variabel terikat (*dependen*) adalah penggunaan kembali (*reuse behavioral*) sedangkan pada penelitian saat ini variabel terikat nya adalah penggunaan (*behavioral usage*).

2. Penelitian terdahulu tidak ada variabel moderasi nya sedangkan penelitian saat ini menggunakan variabel moderasi yaitu religiusitas.
3. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian terdahulu menggunakan *The UTAUT Model* sedangkan pada penelitian saat ini menggunakan *purposive sampling*.
4. Penelitian terdahulu menggunakan subyek nasabah Bank BRI di cabang Bajawa yang menggunakan *mobile banking*. Sedangkan pada penelitian saat ini menggunakan subyek nasabah Bank BNI Syariah di Jawa Timur yang menggunakan *mobile banking*.
5. Penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2016 sedangkan untuk penelitian saat ini dilakukan pada tahun 2020.
6. Teknik analisis pada penelitian terdahulu menggunakan *SEM (Structural Equation Modeling)*. Sedangkan teknik analisis pada penelitian saat ini adalah menggunakan *PLS (Partical Least Square)*.

2.1.2 Penelitian Muhammad Zainal Mushofa (2018)

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Kegunaan, Kesesuaian, Keuntungan Relatif, Motivasi Hedonic dan Risiko yang Dirasakan terhadap Penggunaan *Mobile Banking* Bank Mandiri Surabaya Dimediasi Niat Perilaku Nasabah” ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi kegunaan, kompatibilitas, keunggulan relatif, motivasi hedonis, dan risiko yang dirasakan pada penggunaan *mobile banking* Bank Mandiri Surabaya oleh niat perilaku. Populasi pada penelitian ini adalah nasabah Bank Mandiri di Surabaya yang menggunakan *mobile banking*. Untuk teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive Sampling*.

Alat analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *PLS (Partial Least Square)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan dan keunggulan relatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*, kompatibilitas dan motivasi hedonis berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap penggunaan, risiko yang dirasakan berpengaruh negatif terhadap niat perilaku, niat perilaku berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*, serta niat perilaku memediasi kegunaan, kesesuaian dan risiko namun tidak memediasi kesesuaian serta motivasi hedonik terhadap penggunaan. Sebagaimana yang akan digambarkan melalui kerangka pemikiran pada gambar 2.2



Sumber : Muhammad Zainal Mushofa (2018)

Gambar 2. 2

KERANGKA DAN HASIL PENELITIAN TERDAHULU MUHAMMAD ZAINAL MUSHOFA (2018)

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang saat ini dilakukan adalah :

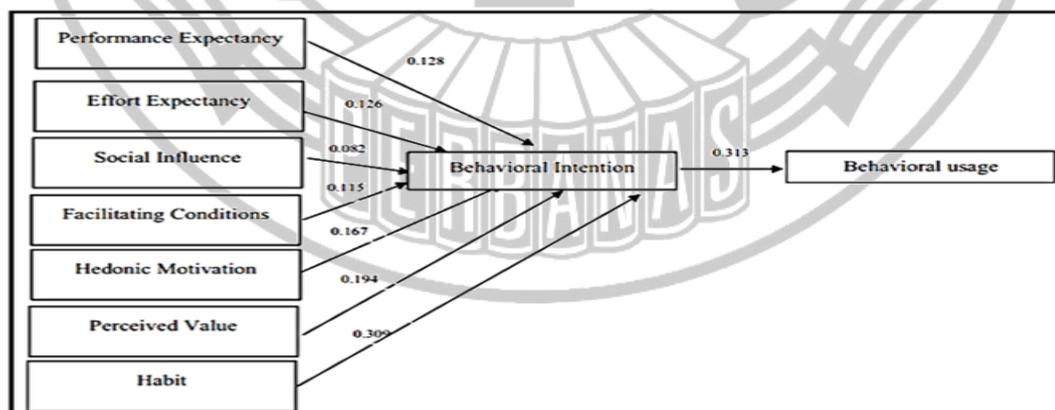
1. Variabel bebas (*independen*) yang sama penelitian saat ini adalah niat perilaku dan untuk variabel terikat (*dependen*) adalah penggunaan *mobile banking*.
2. Teknik pengambilan sampel sama – sama menggunakan *purposive sampling*.
3. Teknik analisis yang digunakan sama – sama menggunakan *PLS (Partial Least Square)*.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang saat ini dilakukan adalah :

1. Penelitian terdahulu menggunakan variabel mediasi adalah niat perilaku sedangkan penelitian saat ini menggunakan variabel moderasi yaitu religiusitas.
2. Pada penelitian terdahulu variabel independennya adalah kegunaan, kesesuaian, keuntungan relatif, motivasi hedonic, dan risiko sedangkan pada penelitian saat ini menggunakan variabel independen adalah kondisi yang mendukung
3. Penelitian terdahulu menggunakan subyek nasabah Bank Mandiri di Surabaya yang menggunakan *mobile banking*. Sedangkan pada penelitian saat ini menggunakan subyek nasabah Bank BNI Syariah di Jawa Timur yang menggunakan *mobile banking*.
4. Penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2018 sedangkan untuk penelitian saat ini dilakukan pada tahun 2020.

2.1.3 Penelitian Syed Ali Raza, Nida Shah & Muhammad Ali (2018)

Penelitian yang berjudul “*Acceptance of Mobile Banking in Islamic Banks: Evidence from Modified UTAUT Model*” ini bertujuan untuk menguji faktor – faktor yang mempengaruhi penerimaan *mobile banking* (M-banking) di Bank Syariah Pakistan dengan menggunakan teori penerimaan dan penerimaan terpadu yang dimodifikasi penggunaan model teknologi (*UTAUT*). Populasi pada penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Pakistan. Untuk teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *The UTAUT Model*. Alat analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *PLS-SEM*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy, effort expectancy, facilitating conditon, hedonic motivation, perceived value, habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Kemudian untuk *social influence* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *behavioral intention*. Untuk *behavioral intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral usage*. Sebagaimana yang akan digambarkan melalui kerangka pemikiran pada gambar 2.3



Sumber : Syed Ali Raza Nida Shah dan Muhammad Ali (2018)

Gambar 2. 3

KERANGKA DAN HASIL PENELITIAN TERDAHULU SYED ALI RAZA,
NIDA SHAH DAN MUHAMMAD ALI (2018)

Persamaan dari peneliti terdahulu dengan penelitian yang saat ini dilakukan adalah :

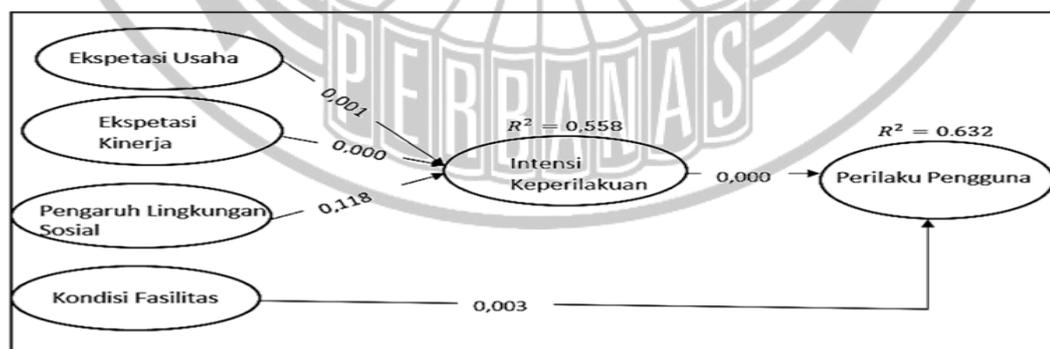
1. Variabel terikat (*dependen*) adalah (*behavioral usage*) penggunaan *mobile banking*. Kemudian ada 2 variabel bebas (*independen*) yang sama dengan penelitian saat ini adalah kondisi pendukung (*facilitating condition*) dan intensi menggunakan (*behavioral intention*).
2. Teknik analisis yang digunakan sama – sama menggunakan *PLS-SEM (Partial Least Square- Structural Equation Modelling)*.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang saat ini dilakukan adalah :

1. Penelitian terdahulu tidak ada variabel moderasinya sedangkan penelitian saat ini menggunakan variabel moderasi yaitu religiusitas.
2. Penelitian terdahulu menggunakan subyek nasabah Bank Syariah Pakistan sedangkan pada penelitian saat ini menggunakan subyek nasabah Bank BNI Syariah di Jawa Timur yang menggunakan *mobile banking*.
3. Teknik pengambilan sampel pada penelitian terdahulu menggunakan *The UTAUT Model* sedangkan pada penelitian saat ini teknik pengambilan sampelnya menggunakan *purposive sampling*.
4. Penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2018 sedangkan untuk penelitian saat ini dilakukan pada tahun 2020.

2.1.4 Penelitian Erwanda Nuryahya, Year Ichsana dan Khadij Maulana Andini (2019)

Penelitian yang berjudul “Perilaku Pengguna Sistem Informasi Akuntansi di *E-Commerce*” ini bertujuan untuk mengetahui perilaku seseorang dalam menggunakan pencatatan akuntansi keuangan berbasis teknologi informasi di *e-commerce*. Populasi pada penelitian ini adalah penjual dan pembeli di beberapa *e-commerce*. Untuk teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan *purposive sampling*. Alat analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah PLS-SEM (*Partial Least Square-Structural Equation Modelling*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspetasi kinerja berpengaruh positif terhadap intensi keperilakuan, ekspetasi usaha berpengaruh positif terhadap intensi keperilakuan, pengaruh lingkungan sosial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap intensi keperilakuan, kondisi fasilitasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengguna, intensi keperilakuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengguna. Sebagaimana yang akan digambarkan melalui kerangka pemikiran pada gambar 2.4



Sumber : Erwanda Nuryahya, Year Ichsana dan Khadij Maulana Andini (2019)

Gambar 2. 4

KERANGKA DAN HASIL PENELITIAN TERDAHULU ERWANDA NURYAHYA, YEAR ICHSANA DAN KHADIJH MAULANA ANDINI (2019)

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini dilakukan adalah :

1. Variabel terikat (*dependen*) yang sama dengan penelitian saat ini adalah perilaku pengguna (pengguna). Kemudian ada dua variabel bebas (*independen*) yang sama dengan penelitian saat ini adalah kondisi fasilitas (kondisi pendukung) dan intensi berperilaku (intensi menggunakan).
2. Teknik pengambilan sampelnya sama - sama menggunakan *purposive sampling*.
3. Teknik analisisnya sama - sama menggunakan PLS-SEM (*Partial Least Square-Structural Equation Modelling*).

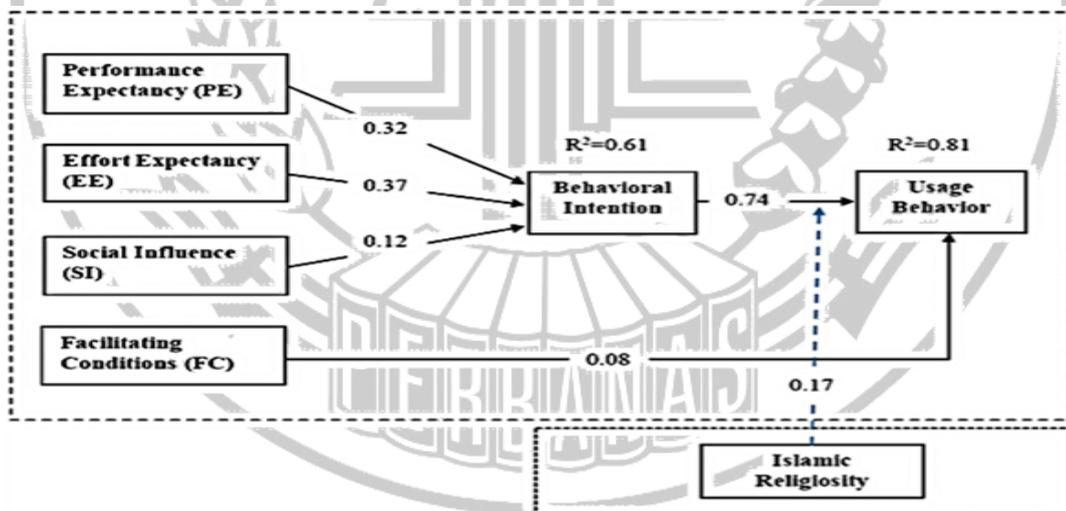
Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang saat ini dilakukan adalah :

1. Penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel moderasi sedangkan pada penelitian saat ini menggunakan variabel moderasi yaitu religiusitas.
2. Penelitian terdahulu menggunakan subyek penjual dan pembeli di beberapa *e-commerce*. Sedangkan pada penelitian saat ini menggunakan subyek nasabah Bank BNI Syariah di Surabaya yang menggunakan *mobile banking*.
3. Penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2019 sedangkan untuk penelitian saat ini dilakukan pada tahun 2020.

2.1.5 Penelitian Yasir Ali Soomro (2019)

Penelitian yang berjudul “*Understanding the Adoption of SADAD E-Payments: UTAUT Combined with Religiosity as Moderator*” ini bertujuan untuk mengetahui model *UTAUT* dengan religiusitas islam sebagai moderasi dalam

memahami penerapan sistem pembayaran *SADAD* oleh pelanggan perbankan. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa yang menjadi pelanggan *e-payments* perbankan Saudi. Untuk teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *The UTAUT Model*. Alat analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *PLS (Partial Least Square)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Kemudian untuk *facilitating conditions* berpengaruh positif terhadap *behavioral usage*. Untuk *behavioral intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral usage*. Untuk *the islamic religiosity of muslim customers* memoderasi berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* dan *behavioral usage*. Sebagaimana yang akan digambarkan melalui kerangka pemikiran pada gambar 2.5



Sumber : Yasir Ali Soomro (2019)

Gambar 2. 5
KERANGKA DAN HASIL PENELITIAN TERDAHULU YASIR ALI
SOOMRO (2019)

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang saat ini dilakukan adalah :

1. Variabel terikat (*dependen*) yang sama dengan penelitian saat ini adalah penggunaan (*behavioral usage*) *mobile banking*. Kemudian ada dua variabel bebas (*independen*) yang sama dengan penelitian saat ini adalah kondisi pendukung (*facilitating condition*) dan intensi menggunakan (*behavioral intention*). Kemudian untuk variabel moderasi juga sama dengan penelitian saat ini yaitu memoderasi religiusitas islam (*islamic religiosity*).

2. Teknik analisis yang digunakan sama – sama menggunakan *PLS (Partial Least Square)*.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang saat ini dilakukan adalah :

1. Penelitian terdahulu menggunakan subyek mahasiswa yang menjadi pelanggan *e-payments* perbankan Saudi Sedangkan pada penelitian saat ini menggunakan subyek nasabah Bank BNI Syariah di Surabaya yang menggunakan *mobile banking*.
2. Teknik pengambilan sampel pada penelitian terdahulu menggunakan *The UTAUT Model* sedangkan pada penelitian saat ini teknik pengambilannya menggunakan *purposive sampling*.
3. Penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2019 sedangkan untuk penelitian saat ini dilakukan pada tahun 2020.

Tabel 2. 1
PERSAMAAN DAN PERBEDAAN PENELITIAN TERDAHULU DENGAN PENELITIAN SEKARANG

Keterangan	Yasinta Oktaviana L.Remana dan Djoko Budianto Setyohadi (2016)	Muhammad Zainal Mushofa (2018)	Syed Ali Raza, Nida Shah & Muhammad Ali (2018)	Erwanda Nuryahya, Year Ichsana dan Khadij Maulana Andini (2019)	Yasir Ali Soomro (2019)	Elok Rachmawati (2020)
Judul	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan <i>Mobile Banking</i> Studi Kasus : BRI Cabang Bajawa	Pengaruh Kegunaan, Kesesuaian, Keuntungan Relatif, Motivasi Hedonic Dan Risiko Yang Dirasakan Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Bank Mandiri Surabaya Dimediasi Niat Perilaku Nasabah.	<i>Acceptance of mobile banking in Islamic banks: evidence from modified UTAUT model</i>	Perilaku Pengguna Sistem Informasi Akuntansi di <i>E-Commerce</i>	<i>Understanding the Adoption of SADAD E-Payments: UTAUT Combined with Religiosity as Moderator.</i>	Intensi Menggunakan dan Kondisi Pendukung Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Bank BNI Syariah di Jawa Timur dengan Moderasi Religiusitas
Tujuan	Untuk mengetahui niat penggunaan kembali <i>mobile banking</i> oleh nasabah pengguna <i>mobile banking</i> di Bank BRI Cabang Bajawa	Untuk menguji pengaruh persepsi kegunaan, kompatibilitas, keunggulan relatif, motivasi hedonis, dan risiko yang dirasakan pada penggunaan <i>mobile banking</i> Bank	Untuk menguji faktor – faktor yang memengaruhi penerimaan <i>mobile banking (M-banking)</i> di Bank Syariah Pakistan dengan menggunakan teori penerimaan dan penerimaan terpadu yang dimodifikasi	Untuk mengetahui perilaku seseorang dalam menggunakan pencatatan akuntansi keuangan berbasis teknologi informasi di <i>e-commerce</i> .	Untuk mengetahui model <i>UTAUT</i> dengan religiusitas Islam sebagai moderator dalam memahami penerapan sistem pembayaran <i>SADAD</i> oleh pelanggan perbankan Saudi Religiusitas Islam	Untuk mengetahui pengaruh intensi menggunakan dan kondisi pendukung terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> jika dimoderasi oleh religiusitas nasabah Bank BNI Syariah.

		Mandiri Surabaya oleh niat perilaku.	penggunaan model teknologi (<i>UTAUT</i>)		memengaruhi perilaku dan pilihan orang.	
Sampel	133 Responden	125 Responden	250 Responden	100 Reseponden	248 Responden	125 Responden
Periode Penelitian	2016	2018	2018		2019	2020
Metode penelitian	Model <i>UTAUT</i>	<i>Purposive Sampling</i>	<i>The UTAUT Model</i>	<i>Purposive Sampling</i>	<i>The UTAUT Model</i>	<i>Purposive Sampling</i>
Teknik Analisis	<i>SEM (Structural Equation Modeling)</i>	<i>PLS (Partial Least Square)</i>	<i>PLS-SEM</i>	<i>PLS-SEM</i>	<i>PLS (Partial Least Square)</i>	<i>PLS-SEM</i>
Variabel Dependen	- <i>Behavioral Intention</i> - <i>Reuse Behavioral</i>	Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	- <i>Behavioral Intention</i> - <i>Behavioral Usage</i>	- Intensi keperilakuan - Perilaku Pengguna	- <i>Behavioral Intention</i> - <i>Behavioral Usage</i>	- Penggunaan
Variabel Independen	- Performance Expectancy - Effort Expectancy - Social Influence - Perceived Security - Perceived Finansial - Facilitating Conditions	- Kegunaan - Kesesuaian - Keuntungan Relatif - Motivasi Hedonik - Resiko	- <i>Performance Expectancy</i> - <i>Effort Expectany</i> - <i>Social Influence</i> - <i>Facilitating Conditions</i> - <i>Hedonic Motivation,</i> - <i>Perceived Value</i> - <i>Habit</i>	- Ekspetasi Kinerja - Ekspetasi Usaha - Pengaruh Lingkungan Sosial - Kondisi Fasilitasi	- <i>Performance Expectancy</i> - <i>Effort Expectany</i> - <i>Social Influence</i> - <i>Facilitating Conditions</i>	- Intensi Menggunakan - Kondisi Pendukung
Variabel Mediasi	-	Niat Perilaku	-	-	-	-
Variabel Moderasi	-	-	-	-	<i>Islamic Religiosity</i>	Religiusitas

<p>Hasil Penelitian</p>	<p>Menunjukkan bahwa persepsi keamanan dan kemudahan penggunaan menjadi faktor yang paling menentukan dalam niat perilaku seseorang untuk menggunakan <i>mobile banking</i>, niat perilaku dan kondisi fasilitasi juga mempengaruhi seseorang dalam menggunakan kembali <i>mobile banking</i>, biaya yang besar dalam menggunakan <i>mobile banking</i> masih menjadi penghalang dalam niat seseorang menggunakan <i>mobile banking</i>, manfaat yang dirasakan dan pengaruh sosial tidak mempengaruhi niat perilaku seseorang dalam menggunakan <i>mobile banking</i></p>	<p>Menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan dan keunggulan relatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan <i>mobile banking</i>, sementara kompatibilitas dan motivasi hedonis berpengaruh positif tetapi tidak signifikan dan risiko yang dirasakan berpengaruh negatif terhadap niat perilaku, serta niat perilaku berpengaruh positif terhadap penggunaan <i>mobile banking</i>, niat perilaku memediasi kegunaan, kesesuaian dan risiko namun tidak memediasi kesesuaian serta motivasi hedonik terhadap penggunaan.</p>	<p>Menunjukkan bahwa <i>Performance Expectancy, Effort Expectancy, Facilitating Conditon, Hedonic Motivation, Perceived Value, Habit</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>behavioral Intention</i>. Kemudian untuk <i>Social Influence</i> berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap <i>behavioral intention</i>. Untuk <i>behavioral intention</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>behavior usage</i>.</p>	<p>Menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap intensi keperilakuan, ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap intensi keperilakuan, pengaruh lingkungan sosial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap intensi keperilakuan, kondisi fasilitasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengguna, intensi keperilakuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengguna</p>	<p>Menunjukkan bahwa <i>Performance Expectancy, Effort Expectany, Social Influence</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavioral Intention</i>. Kemudian untuk <i>facilitating conditions</i> berpengaruh positif terhadap <i>Usage Behavior</i>. Untuk <i>Behavioral Intention</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Usage Behavior</i>. Untuk <i>The Islamic Religiosity of muslim customers</i> memoderasi hubungan antara variabel <i>Behavioral Intention</i> terhadap <i>Usage Behavior</i>.</p>	<p>Menunjukkan bahwa intensi menggunakan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> Bank BNI Syariah, kondisi pendukung berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> Bank BNI Syariah dan religiusitas memoderasi hubungan negatif dan tidak signifikan antara intensi menggunakan dengan penggunaan <i>mobile banking</i> Bank BNI Syariah, kondisi pendukung berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menggunakan</p>
--------------------------------	--	--	--	---	--	--

2.2 Landasan Teori

Landasan teori pada sub bab ini didukung dengan teori pendukung yang dimana teori pendukung tersebut akan menjadi dasar dalam menyusun kerangka pemikiran yang mampu merumuskan hipotesis tersebut.

2.2.1 Intensi menggunakan

Intensi menggunakan disini maksudnya lebih kepada niat perilaku nasabah yang ingin secara terus menggunakan *mobile banking* tersebut. Intensi bisa dikatakan sebagai niat yang merupakan keinginan yang menjadi kecenderungan yang dimiliki seseorang untuk beberapa tindakan atau perilaku tertentu (Fishbein & Ajzen, 1975). Niat perilaku akan muncul ketika adanya keinginan yang besar terhadap perilaku dengan usaha yang dilakukannya untuk mengubah niat tersebut menjadi sebuah perilaku (Baptista & Oliveira, 2015). Sehingga secara konteks teknologi informasi intensi menggunakan bisa dikatakan sebagai niat perilaku yang merupakan keinginan atau niat yang dimiliki oleh pemakai untuk terus menggunakan sebuah sistem informasi secara berulang dengan harapan bahwa pengguna mempunyai akses terhadap informasi tersebut (Raza et al., 2018). Dalam hal ini, menurut penelitian terdahulu seseorang nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* tersebut adalah suatu niat untuk mendapatkan sebuah pembaharuan yang menyesuaikan gaya hidup nasabah tersebut (Mushofa, 2018). Sehingga pada penelitian ini dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator (Cao et al., 2018; Venkatesh et al., 2003) yaitu:

1. Keinginan terus menggunakan sistem sebulan yang akan datang.
2. Keinginan terus menggunakan sistem setahun yang akan datang.

3. Keinginan terus menggunakan sistem di masa yang akan datang.

2.2.2 Kondisi pendukung

Kondisi pendukung maksudnya adalah lebih kepada kondisi fasilitasi yang mengacu pada bagaimana orang percaya akan infrastruktur teknisnya yang membantu mereka dalam menggunakan sistem tersebut yang siap digunakan kapan pun. Kondisi pendukung ini adalah kondisi dimana yang menitik beratkan dukungan pada persepsi pengguna teknologi dalam meninjau pemanfaatan teknologi informasi di lingkungannya (Nuryahya et al., 2019). Dalam pengadopsian *mobile banking* mensyaratkan rata – rata individu memiliki keterampilan terkait ponsel dan juga koneksi internet yang aman. Ketersediaan pengguna untuk menerima teknologi didorong oleh ketersediaan kondisi pendukung (Baptista & Oliveira, 2015). Kondisi fasilitasi dalam UTAUT juga mencerminkan pengaruh ketersediaan infrastruktur pengguna dan teknis untuk mendukung penggunaan *mobile banking*, seperti pengetahuan dan sumber daya lainnya (Rema & Setyohadi, 2016). Sehingga pada penelitian ini dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator (Venkatesh et al., 2003) yaitu :

1. Pengetahuan
2. Kemampuan
3. Sumber Daya

2.2.3 Penggunaan

Penggunaan pada *mobile banking* adalah salah satu terobosan terbaru pada produk bank yang sudah ada sejak beberapa tahun lalu. Pengertian penggunaan

adalah proses tindakan suatu pemakaian sistem kepada penggunanya untuk mengetahui apakah sistem tersebut sudah bekerja dan memenuhi sesuai harapan penggunanya tersebut (Raza et al., 2018). Penggunaan merupakan sebagai penerimaan dan kesediaan untuk melanjutkan penggunaan sebuah produk (Mushofa, 2018). Dari pengertian beberapa penelitian terdahulu tersebut dapat ditafsirkan bahwa penggunaan adalah persepsi pengguna yang menuju tindakan pemakaian teknologi tersebut.

Pada dasarnya bahwa penggunaan *mobile banking* yang tidak tepat bisa menjerumuskan ke arah tingkat konsumtif secara berlebihan atau boros dalam penggunaan tersebut. Hal tersebut sudah dijelaskan dalam QS Al-Ma'idah ayat 77 yang berbunyi :

قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ لَا تَغْلُوا فِي دِينِكُمْ غَيْرَ الْحَقِّ وَلَا تَتَّبِعُوا أَهْوَاءَ قَوْمٍ قَدْ ضَلُّوا مِنْ قَبْلُ وَأَضَلُّوا
كَثِيرًا وَضَلُّوا عَنْ سَوَاءِ السَّبِيلِ

Artinya : “Hai Ahli Kitab, janganlah kamu berlebih – lebih (melampaui batas) dengan cara tidak benar dalam agamamu. Dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu orang – orang yang telah sesat dahulunya (sebelum kedatangan Muhammad) dan mereka telah menyesatkan kebanyakan (manusia), dan mereka tersesat dari jalan yang lurus”.

Dari ayat tersebut menjelaskan bahwa kita sebagai manusia harus semaksimal mungkin penggunaan *mobile banking* dan sesuai dengan kebutuhan serta tidak mengikuti hawa nafsu. Dapat diketahui bahwa pada penelitian ini dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator (Im et al., 2011) yaitu :

1. Frekuensi penggunaan

2.2.4 Religiusitas

Pada dasarnya pengertian religiusitas adalah perbuatan seseorang yang berhubungan dengan masyarakat luas dalam rangka mengembangkan kreativitas pengabdian (ibadah) kepada Allah SWT (Nasir, 2020). Gambaran dari religiusitas adanya konstistensi antara kepercayaan terhadap agama sebagai unsur kognitif, perasaan agama sebagai unsur efektif dan perilaku terhadap agama sebagai unsur psikomotorik, (Rahmat, 1986). Dalam tingkatan religiusitas pada setiap orang berbeda - beda justru tergantung pada tingkatan keimanannya, suka atau tidak, sebenarnya konsumen sangat dipengaruhi oleh komitmen agama (Nauvalia & Herwinarni, 2018). Para konsumen akan mempertimbangkan pembelian suatu produk ataupun jasa layanan, mereka akan melihat apakah produk atau jasa yang ingin digunakan mengandung mudharat yang dilarang oleh syariat, selama tidak bertentangan dengan agama yang dianut dan dapat memberikan masalah konsumen akan tetap menggunakan produk atau pun jasa tersebut. Bagi masyarakat dengan tingkat religiusitas yang tinggi pasti akan memilih menggunakan jasa perbankan syariah, dikarenakan mereka sudah mengenal riba. Riba merupakan sesuatu yang diharamkan oleh syariat islam sesuai dengan firman Allah SWT yang tercantum dalam surat An-Nisa 4:29 sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama - suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Dari ayat tersebut menjelaskan bahwa sudah jelas riba akan menghantarkan kita menuju ke gerbang pintu neraka. Maka dari itu kita sebagai umat islam wajib berusaha dijauhkan dari aktivitas yang mengandung riba.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa religiusitas merupakan integrasi secara kompleks antara pengetahuan agama, perasaan serta tindakan keagamaan dalam diri seseorang (Nasir, 2020). Sehingga pada penelitian ini dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator item pernyataan (Abd Rahman et al., 2015; Agag & El-Masry, 2016) yaitu :

1. Membayar zakat
2. Hubungan keagamaan.
3. Ikut pengajian di masjid
4. Membaca masalah Keagamaan
5. Melihat acara keagamaan
6. Berdoa
7. Pengetahuan agama

2.2.5 Pengaruh Intensi Menggunakan Terhadap Penggunaan Mobile Banking

Intensi menggunakan adalah keinginan secara terus menerus dalam rangka memiliki serta menggunakan layanan *mobile banking*. Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa suatu keinginan akan mempengaruhi penggunaan *mobile banking* tersebut. Sejalan juga dengan penelitian terdahulu dari (Raza et al., 2018; Soomro, 2019) menyatakan bahwa *behavioral intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral usage* serta juga menurut (Mushofa, 2018) niat perilaku berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*. Jika intensi

menggunakan nya turun maka penggunaan juga akan menurun karena tidak ada rasa keinginan secara terus menerus dalam penggunaan *mobile banking*.

2.2.6 Pengaruh Kondisi Pendukung Terhadap Penggunaan Mobile Banking

Kondisi pendukung merupakan dilihat dari tingkat keyakinan seseorang terhadap penggunaan *mobile banking* dengan tujuan mendukung dalam memanfaatkan penggunaan *mobile banking*. Menurut (Madan & Yadav, 2016) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kondisi yang mendukung mencakup sumber daya dan lingkungan fisik yang diperlukan untuk adopsi dan penggunaan produk, layanan atau teknologi yang efektif. Kondisi pendukung mengacu pada kepercayaan seseorang tentang memiliki akses ke sumber daya yang diperlukan untuk memfasilitasi layanan apa pun. Dalam penelitian terdahulu dari (Soomro, 2019) menyatakan bahwa *facilitating conditions* berpengaruh positif terhadap *behavioral usage*. Sejalan juga dengan penelitian terdahulu dari (Rema & Setyohadi, 2016) bahwa kondisi pendukung berpengaruh positif terhadap penggunaan kembali serta menurut (Nuryahya et al., 2019) yang menyatakan juga bahwa kondisi fasilitasi berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna.

2.2.7 Pengaruh Intensi Menggunakan Terhadap Penggunaan Mobile Banking dengan Moderasi Religiusitas

Religiusitas merupakan sebuah kekuatan sosial krusial yang berdampak pada perilaku manusia, jika konsumen memiliki religiusitas yang tinggi pada intensi menggunakan suatu produk atau jasa maka akan mempengaruhi penggunaan juga artinya menunjukkan intensi menggunakan yang religiusitas nya positif akan

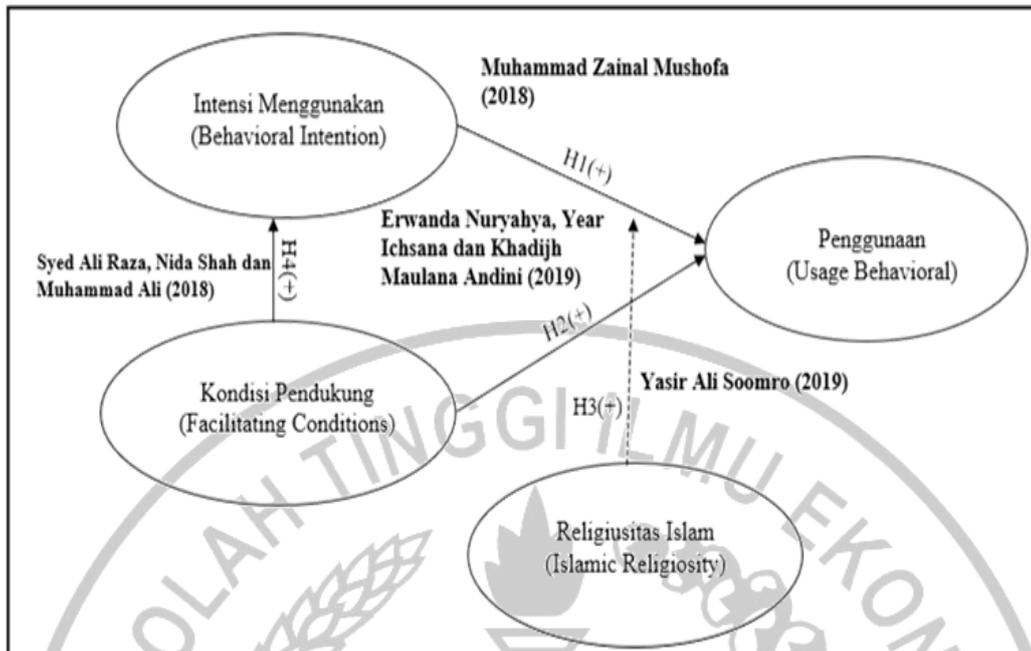
menjadi tetap setia pada pengguna suatu produk. Berdasarkan penelitian (Soomro, 2019) menyatakan bahwa adanya hubungan religiusitas dengan intensi menggunakan pada penggunaan memiliki hubungan yang sangat kuat karena jika disampingkan oleh religiusitas masuk ke dalam hubungan tersebut akan berdampak positif dan membuat tetap setia menjadi pengguna suatu produk tersebut.

2.2.8 Pengaruh Kondisi Pendukung terhadap Intensi Menggunakan

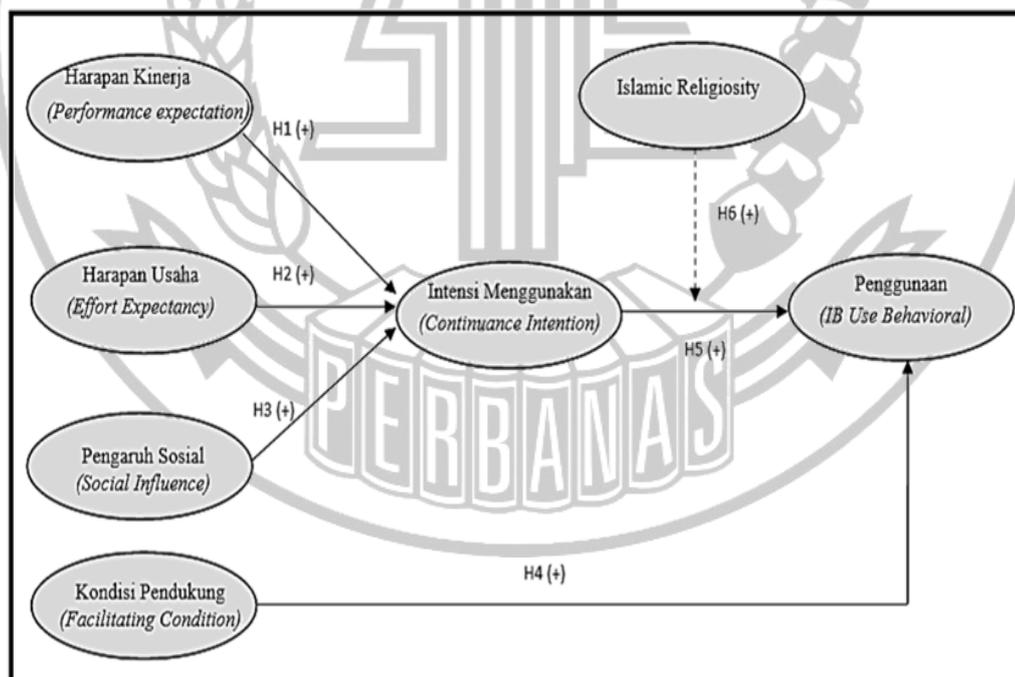
Kondisi pendukung mempengaruhi intensi menggunakan merupakan bentuk dukungan teknis yang tersedia bagi individu yang berkeinginan secara terus menerus menggunakan teknologi. Berdasarkan penelitian terdahulu (Raza et al., 2018) menyatakan bahwa *facillitating conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Semakin baik kondisi pendukung tersedia bagi pengguna maka, semakin besar keinginan mereka untuk menggunakan secara terus menerus dalam teknologi.

2.3 Kerangka Pemikiran

Pada sub bab ini memberikan gambaran alur hubungan variabel yang ada akan dilakukan penelitian berdasarkan landasan teori atau penelitian yang telah dirujuk. Sebagaimana yang akan digambarkan kerangka pemikiran penelitian sekarang pada gambar 2.6



Gambar 2. 6
KERANGKA PEMIKIRAN PENELITIAN SEKARANG



Gambar 2. 7
KERANGKA PEMIKIRAN PENELITIAN KOLABORASI

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran penelitian sekarang, maka dapat dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1 : Intensi menggunakan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*.

H2 : Kondisi pendukung berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*.

H3 : Religiusitas memoderasi hubungan antara variabel intensi menggunakan terhadap penggunaan *mobile banking*.

H4 : Kondisi pendukung berpengaruh positif terhadap intensi menggunakan

