

**PENGARUH INTENSI MENGGUNAKAN DAN KONDISI
PENDUKUNG TERHADAP PENGGUNAAN *MOBILE
BANKING* BANK BNI SYARIAH DI JAWATIMUR
DENGAN MODERASI RELIGIUSITAS**

ARTIKEL ILMIAH

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



Oleh :

ELOK RACHMAWATI
NIM : 2017710530

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2021**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Elok Rachmawati
Tempat, Tanggal Lahir : Kediri, 23 Januari 1999
Nim : 2017710530
Program Studi : Ekonomi Syariah
Program Pendidikan : Sarjana
Kosentrasi : Ekonomi Syariah
Judul : “Pengaruh Intensi Menggunakan dan Kondisi Pendukung Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* Bank BNI Syariah di Jawa Timur dengan Moderasi Religiusitas”

Disetujui dan diterima baik oleh:

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 17 Maret 2021

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

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Tanggal : 17 Maret 2021

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

THE BEHAVIORAL INTENTION AND FACILITATING CONDITIONS ON USAGE BEHAVIORAL OF *MOBILE BANKING* BNI SYARIAH IN EAST JAVA WITH MODERATING RELIGIOSITY

ELOK RACHMAWATI
STIE Perbanas Surabaya

Email : 2017710530@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the extent of the effect of behavioral intention and facillitating conditions on usage behavioral of BNI syariah mobile banking in east java with moderating as religiosity. This research methodology uses 125 respondents' data collected through distributing questionnaires in east java. The sample was taken by using a purposive sampling. The hypotheses were analyzed using a PLS-SEM. The results shows that behavioral intention have a positive and not significant effect, facillitating conditions have a negative and not significant effect, a while moderating religiosity have a negative effect but not significant between behavioral intention with usage behavioral of BNI Syariah mobile banking and facillitating conditions have a positive and significant effect. The pratical implications of this reseacrh are for BNI Syariah that bank to develop its strategy in the future, pay attention to the value of customers religiosity and continue to increase the usage behavioral of mobile banking BNI Syariah.

Keyword : *Mobile Banking, Behavioral Intention, Facillitating Conditions, Usage Behavioral, Religiosity*

PENDAHULUAN

Pada zaman sekarang era globalisasi begitu cepat khususnya perkembangan teknologi yang setiap tahun selalu berlomba – lomba dalam melakukan *upgrading* agar memudahkan konsumen dalam menjalani aktivitasnya. Dari situlah muncul fenomena terbaru yaitu hadirnya *M-Banking (Mobile Banking)*. *Mobile banking* adalah layanan

Melihat perkembangan dan mengevaluasi dari data tahun ke tahun mengenai permasalahan minat penggunaan *mobile banking* di masyarakat Indonesia, bank – bank di Indonesia mulai berlomba – lomba untuk memberikan layanan *mobile banking* secara maksimal khususnya pada *mobile banking* bank BNI konvensional dilihat pada tahun 2019 transaksi *mobile*

yang disediakan pihak bank yang mendukung beragam transaksi guna memperoleh efektifitas dan efisiensi (Udayana, 2017). Melalui layanan *mobile banking*, nasabah dapat bertransaksi secara non tunai seperti cek saldo, transfer, serta pembayaran tagihan tanpa perlu datang ke bank.

banking bank BNI konvensional meningkat sebanyak 154,9% secara tahunan atau year on year menjadi 90 juta transaksi sementara, jumlah pengguna *mobile banking* juga terus meningkat dari tahun ke tahun menjadi 3,78 juta (Sitanggang, 2019). Meskipun *mobile banking* tidak hanya dimanfaatkan bagi bank BNI konvensional tetapi juga bank BNI syariah ikut

memanfaatkan peluang tersebut. Untuk pengguna *mobile banking* BNI syariah sendiri Divisi Bisnis Digital BNI Syariah Amirul Wicaksono mengatakan bahwa jumlah pengguna *mobile banking* tumbuh 200% menjadi 250.000 pengguna *mobile banking* dari 84.000 pengguna pada periode yang sama tahun 2017. Sementara itu, volume transaksinya mencapai Rp 1 triliun pada bulan oktober tahun 2018 (Kusuma, 2019).

Ditinjau dari uraian diatas tersebut bahwa intensi menggunakan pada kenyataannya memang ada peningkatan dan signifikan jika dilihat dari masyarakat yang terus menerus berkontribusi dengan penggunaan *mobile banking*. Akan tetapi, harus juga dilihat dari sebanyak apa ketertarikan individu dalam penggunaan *mobile banking* agar bisa memunculkan intensi itu untuk menggunakan *mobile banking* tersebut (Baptista & Oliveira, 2015).

Kondisi pendukung pada kenyataannya juga memberikan kontribusi pengaruh yang positif terhadap penggunaan *mobile banking* (Soomro, 2019). Maka dari itu pengetahuan, kemampuan, serta sumber

daya yang dimiliki setiap individu dalam penggunaan *mobile banking* sudah terpenuhi namun tergantung dengan seberapa besar kontribusi pemberian fasilitas *mobile banking* tersebut.

Demikian juga dengan sisi religiusitasnya nasabah masih memiliki keraguan dan retan sekali menggunakan *mobile banking*, karena saat ini masyarakat menilai digitalisasi bank syariah masih sedikit tertinggal dibandingkan dengan bank konvensional. Serta dari kondisi masyarakat saat ini juga bisa dikatakan bahwa masih rendah literasi syariahnya atau pun pemahamannya masih jauh mengenai keuangan syariah dibandingkan konvensional dan jangkauan layanannya juga masih kalah (Raza et al., 2018). Religiusitas nasabah apakah bisa menjamin pengaruh intensi menggunakan akan berdampak pada penggunaan jika dilihat dari tingkat religiusitasnya tersebut. Oleh karena itu, peneliti akan meneliti tentang “Pengaruh Intensi Menggunakan dan Kondisi Pendukung Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* Bank BNI Syariah di Jawa Timur dengan Moderasi Religiusitas”.

KERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Intensi Menggunakan

Intensi 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).

Kondisi Pendukung

Kondisi pendukung 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).

Penggunaan

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).

Religiusitas

Religiusitas adalah perbuatan seseorang yang berhubungan dengan masyarakat luas dalam rangka mengembangkan kreativitas pengabdian (ibadah) kepada Allah SWT (Nasir, 2020). 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 أَمْوَالِكُمْ
بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن

تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ
كَانَ بِكُمْ رَجِيمًا

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).

Pengaruh Intensi Menggunakan Terhadap Penggunaan Mobile Banking

Penelitian (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 menggunakannya turun maka penggunaan juga akan menurun karena tidak ada rasa keinginan secara terus menerus dalam penggunaan *mobile banking*.

Hipotesis 1 : Intensi menggunakan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking* Bank BNI Syariah

Pengaruh Kondisi Pendukung Terhadap Penggunaan Mobile Banking

Dalam penelitian (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

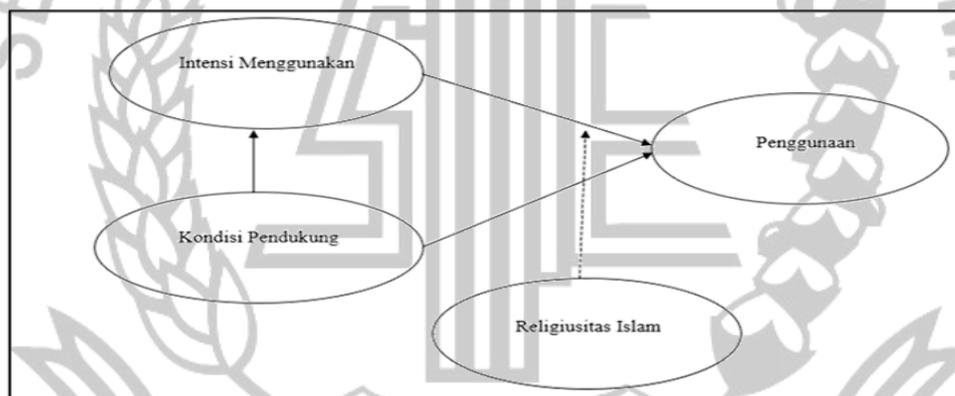
menyatakan juga bahwa kondisi fasilitasi berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna.

Hipotesis 2 : Kondisi pendukung berpengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking Bank BNI Syariah

Pengaruh Intensi Menggunakan Terhadap Penggunaan Mobile Banking dengan Moderasi Religiusitas

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.

Kerangka pemikiran yang mendasari pada penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2
Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Klasifikasikan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah pengguna *mobile banking* Bank BNI Syariah di Jawa Timur. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel dengan beberapa pertimbangan dan kriteria tertentu yang bertujuan supaya data yang diperolehnya nantinya dapat mewakili dari populasi dalam penelitian. Adapun

Hipotesis 3 : Religiusitas memoderasi hubungan antara variabel intensi menggunakan terhadap penggunaan mobile banking Bank BNI Syariah.

Pengaruh Kondisi Pendukung Terhadap Intensi Menggunakan

Penelitian (Raza et al., 2018) menyatakan bahwa *facilitating 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.

Hipotesis 4 : Kondisi pendukung berpengaruh positif terhadap intensi menggunakan

syarat dan kriteria pada penggunaan teknik ini pada sampel sebagai berikut :

1. Memiliki rekening pada Bank BNI Syariah dan terdaftar sebagai pengguna *mobile banking*.
2. Telah menggunakan layanan *mobile banking* setidaknya selama 6 bulan dari pengalaman penggunaan *mobile banking* Bank BNI Syariah.

3. Menggunakan layanan *mobile banking* Bank BNI Syariah setidaknya sekali dalam sebulan terakhir.
4. Usia responden minimal 17 tahun.
5. Wilayah pengambilan sampel adalah di Jawa Timur.

Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang secara langsung diambil dari observasi langsung dengan tujuan suatu masalah dapat diselesaikan melalui riset penelitian dengan data kuesioner (Sugiyono, 2017). Data primer diperoleh dari responden yang mana obyeknya diberikan kuesioner yang kemudian disebarkan untuk para responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini berisi beberapa item pertanyaan dari setiap variabel yang telah ditentukan.

Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan pada penelitian ini meliputi variabel dependen yaitu penggunaan dan variabel independen yaitu intensi menggunakan dan kondisi pendukung serta variabel moderasi yaitu religiusitas.

Definisi Operasional

Intensi Menggunakan (IM)

Intensi menggunakan merupakan pendapat responden tentang keinginan atau niat yang dimiliki oleh responden untuk terus menggunakan sebuah layanan *mobile banking* secara berulang dengan harapan bahwa responden mempunyai akses terhadap informasi transaksi perbankannya. Indikator variabel ini menggunakan item pernyataan dari (Cao et al., 2018; Venkatesh et al., 2003) yang selanjutnya di modifikasi pada penggunaan *mobile banking* Bank BNI Syariah, sebagai berikut:

1. Saya akan terus menggunakan *mobile banking* Bank BNI Syariah untuk sebulan yang akan datang.
2. Saya akan terus menggunakan *mobile banking* Bank BNI Syariah untuk setahun yang akan datang.
3. Saya akan terus menggunakan *mobile banking* Bank BNI Syariah di masa yang akan datang.

Indikator tersebut dinyatakan dalam sebuah pernyataan dan diukur dengan menggunakan skala Likert. Skala pernyataan tersebut dimulai dari skala 1-7 antara lain : (1) Sangat Tidak Setuju (STS), (2) Agak Tidak Setuju (ATS), (3) Tidak Setuju (TS), (4) Netral (N), (5) Agak Setuju (AS), (6) Setuju (S), (7) Sangat Setuju (SS).

Kondisi Pendukung (KP)

Kondisi pendukung merupakan pendapat responden tentang konsep kondisi yang menitik beratkan dukungan pada persepsi penggunaan layanan *mobile banking* dalam meninjau pemanfaatan layanan bertransaksi di lingkungannya. Kondisi pendukung akan diukur melalui indikator seperti penggunaan pengetahuan, kemampuan dan sumber daya. Indikator variabel ini menggunakan item pernyataan dari (Venkatesh et al., 2003) yang selanjutnya di modifikasi pada penggunaan *mobile banking* Bank BNI Syariah, sebagai berikut :

1. Saya memiliki peralatan (handphone & akses internet) untuk menggunakan *mobile banking* Bank BNI Syariah.
2. Saya tahu cara menggunakan *mobile banking* Bank BNI Syariah.
3. *Mobile banking* Bank BNI Syariah tidak sesuai dengan handphone saya.

Indikator tersebut dinyatakan dalam sebuah pernyataan dan diukur dengan menggunakan skala Likert. Skala pernyataan tersebut dimulai dari skala 1-7 antara lain : (1) Sangat Tidak Setuju (STS), (2) Agak Tidak Setuju (ATS), (3) Tidak Setuju (TS), (4) Netral (N), (5) Agak Setuju (AS), (6) Setuju (S), (7) Sangat Setuju (SS).

Penggunaan (PG)

Penggunaan adalah pendapat responden tentang persepsi responden yang menuju pada tindakan pemakaian layanan *mobile banking* tersebut. Indikator variabel ini menggunakan item pernyataan dari (Im et al., 2011) yang selanjutnya di modifikasi pada penggunaan *mobile banking* Bank BNI Syariah, sebagai berikut:

1. Berapa frekuensi menggunakan *mobile banking* Bank BNI Syariah dalam sebulan ?

Religiusitas Islam (RI)

Religiusitas merupakan pendapat responden tentang seberapa besar kepercayaan nasabah kepada tuhan dan seberapa besar nasabah memiliki komitmen untuk bertindak sesuai dengan aturan tuhan. Religiusitas berkaitan dengan dukungan atas rasa puas yang dirasakan nasabah pada pengguna *mobile banking* Bank BNI Syariah di Jawa Timur. Indikator variabel ini menggunakan item pertanyaan dari (Abd Rahman et al., 2015; Agag & El-Masry, 2016) yang selanjutnya di modifikasi pada penggunaan *mobile banking* Bank BNI Syariah sebagai berikut:

1. Saya membayar zakat pada waktunya
2. Saya senang bersama orang lain dalam hubungan keagamaan

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat untuk menguji sejauh mana indikator yang mempresentasikan konstruk laten itu valid dan sah pada suatu kuesioner. Suatu item pertanyaan dapat dikatakan valid apabila mengukur apa yang semestinya diukur dan melakukan apa yang semestinya dilakukan. Uji validitas yang digunakan adalah *pearson correlation*. Bertujuan untuk melihat perbandingan pada item pernyataan skor variabel yang terdiri dari item-item pernyataan yang terdapat pada kuesioner. Uji validitas dapat dikatakan valid jika memiliki nilai konstruk signifikan $P\text{-value} < 0,05$ (Ghozali, 2015).

3. Saya sering ikut pengajian di masjid
 4. Saya sering membaca masalah keagamaan
 5. Saya sering melihat acara keagamaan di media elektronik (misalnya TV, internet)
 6. Penting bagi saya untuk meluangkan waktu untuk berdoa
 7. Saya menyediakan waktu untuk meningkatkan pengetahuan agama saya.
- Indikator tersebut dinyatakan dalam sebuah pernyataan dan diukur dengan menggunakan skala Likert. Skala pernyataan tersebut dimulai dari skala 1-7 antara lain : (1) Sangat Tidak Setuju (STS), (2) Agak Tidak Setuju (ATS), (3) Tidak Setuju (TS), (4) Netral (N), (5) Agak Setuju (AS), (6) Setuju (S), (7) Sangat Setuju (SS).

Metode Analisis

Analisis statistik pada penelitian ini menggunakan analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM) pada program SmartPLS 3.0. Smart PLS atau Smart Partial Least Square yang merupakan software statistik yang mana menguji hubungan antara variabel (Ghozali, 2015).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini digunakan sebagai alat ukur untuk indikator dari variabel dari suatu kuesioner (Ghozali, 2015). Pada uji reliabilitas suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ atau 60 %, maka kuesioner tersebut bisa dikatakan reliabel. Apabila nilai *composite reliability* $> 0,70$, maka suatu variabel atau konstruk bisa dikatakan reliabel.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini mayoritas responden nya yang berjenis kelamin perempuan yaitu, ber agama islam, rata – rata memiliki rentang umur sekitar 21-30

tahun, berstatus mahasiswa, memiliki *mobile banking* Bank BNI Syariah dan menjadi pengguna *mobile banking* Bank BNI Syariah, serta rata – rata hanya memiliki satu *mobile banking* Bank BNI Syariah dan rata – rata pemakaian *mobile banking* Bank BNI Syariah dalam sebulan hanya menggunakan sekitar 5 – 6 kali.

HASIL ANALISIS DENGAN MENGGUNAKAN SMARTPLS

Path Coefficient and P Value

Tabel 1
Path Coefficient

Variabel	IM	KP	PG	RI
IM			0,161	
KP	0,370		-0,071	
PG				
RI			-0,174	
<i>Moderating Effect</i>			-0,137	

Tabel 2
P-Value

Variabel	IM	KP	PG	RI
IM			0,079	
KP	0,000		0,475	
PG				
RI			0,296	
<i>Moderating Effect</i>			0,529	

Path coefficient dapat dilihat dengan cara melihat dari nilai signifikansi p-value seberapa besar pengaruh antar variabel berdasarkan hipotesis yang telah dihipotesiskan melalui metode resampling.

Nilai signifikansi yang dapat digunakan sebagai acuan yaitu memiliki nilai p-value < 0,05 (Ghozali, 2015). Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa Intensi Menggunakan (IM) terhadap Penggunaan

(PG) dengan koefisiensi beta sebesar 0,161 dan nilai signifikansinya sebesar 0,079, Kondisi Pendukung (KP) terhadap Penggunaan (PG) dengan koefisiensi beta sebesar -0,071 dan nilai signifikansinya sebesar 0,475, Religiusitas Islam (RI) terhadap Penggunaan (PG) dengan koefisiensi beta sebesar -0,174 dan nilai signifikansinya sebesar 0,296, moderating

effect nya koefisiensi beta sebesar -0,137 dan nilai signifikansinya sebesar 0,529. Dapat disimpulkan hanya variabel Kondisi Pendukung (KP) terhadap Intensi Menggunakan (IM) dengan koefisiensi beta sebesar 0,370 dan nilai signifikansinya sebesar 0,000 yang memiliki nilai signifikansi dibawah 0,05 dan memiliki positif dan signifikan.

Avarage Variance Extracted (AVE)

Tabel 3
Avarage Variance Extracted (AVE)

Variabel	Nilai AVE
IM	0,772
KP	0,772
PG	1,000
RI	0,599

Nilai AVE pada penelitian ini digunakan untuk mengukur banyaknya varians yang dapat ditangkap oleh konstruknya dibandingkan dengan variansi yang ditimbulkan oleh kesalahan pengukuran. jika hasil yang diperoleh pada seluruh konstruk memiliki nilai AVE

diatas 0,5 maka dapat dikatakan sangat baik (Ghozali, 2015). Tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai AVE diatas 0,5. Sehingga nilai AVE pada seluruh variabel tersebut dapat dikatakan sangat baik dan memenuhi kriteria validitas diskriminan.

Variance Inflation Factors (VIF)

Tabel 4
Variance Inflation Factors (VIF)

Variabel	IM	KP	PG	RI
IM			1,196	
KP	1,000		1,174	
PG				
RI			1,033	
Moderating Effect			1,015	

Nilai *Variance Inflation Factors* (VIF), setiap variabel dikatakan sangat baik, apabila memiliki nilai *full collinearity* $\leq 3,3$ namun nilai ≤ 5 masih dapat diterima (Ghozali, 2015). Tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hasil

Variance Inflation Factors (VIF) setiap variabel pada penelitian ini dapat diterima dan tidak terdapat *problem vertical* ataupun *lateral collinearity* di dalam model tersebut. Karena seluruh nilai menunjukkan *full collinearity* $\leq 3,3$.

R-Square

Tabel 5
R-Square

Variabel	Nilai R Square
IM	0,137
PG	0,069

Nilai *R-Square* digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat, dan nilai *R-Square* adalah antara 0 sampai dengan 1 (Ghozali, 2015). Tabel diatas dapat diketahui bahwa untuk variabel intensi menggunakan berkontribusi sebesar 0,137 atau 13,7%. Sedangkan untuk variabel penggunaan

berkontribusi sebesar 0,069 atau 6,9%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk variabel intensi menggunakan sebesar 86,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel intensi menggunakan. Untuk penggunaan sebesar 93,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel penggunaan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Intensi Menggunakan Terhadap Penggunaan Mobile Banking BNI Syariah

Berdasarkan penelitian ini awalnya menduga bahwa intensi menggunakan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking* Bank BNI Syariah. Dilihat dari hasil estimasi model diagram path menunjukkan bahwa intensi menggunakan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* Bank BNI Syariah artinya hipotesis pertama tidak didukung dengan nilai koefisien beta sebesar 0,161 dan nilai signifikansinya sebesar 0,079 atau kurang dari 0,05.

Dari hasil tersebut pun berbeda dengan hasil penelitian terdahulu dari (Mushofa, 2018) yang menyatakan bahwa dilihat dari demografi seperti jenis kelamin, umur, pekerjaan itu sesuai dengan kebutuhan

dalam menggunakan *mobile banking* maka niat perilaku berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang menjadi pertimbangan pada penelitian ini adalah ditemukannya indikasi bahwa nasabah yang memiliki intensi menggunakan tinggi tidak menjamin penggunaan *mobile banking* Bank BNI Syariah menjadi tinggi juga.

Hal tersebut dilihat dari perspektif islam bahwa sebagai manusia dianjurkan memiliki intensi menggunakan yang tinggi meskipun seseorang tersebut belum tentu akan bertindak dalam penggunaan *mobile banking* Bank BNI Syariah. Disini yang terpenting adalah keutamaan niat awal keinginan besar nasabah yang akan menggunakan teknologi berbasis syariah secara terus menerus untuk mencapai keberkahan di kehidupannya yang tertuang dalam hadist Rasulullah shallahu alaihi

wa sallam yang diriwayatkan oleh Al-Baihaqi sebagai berikut :

نِيَّةُ الْمُؤْمِنِ خَيْرٌ مِنْ عَمَلِهِ

Artinya : “ niat seseorang mukmin lebih utama dari pada amalnya.”

Dapat disimpulkan bahwa penyebab utama tidak signifikan adalah dari faktor tidak sesuai dengan kebutuhannya karena disebabkan dari saldo yang dimilikinya serta juga ada atau tidaknya transaksi yang dilakukan nasabah dalam penggunaan *mobile banking* Bank BNI Syariah (Transfer, Pembayaran, dan transaksi lainnya).

Pengaruh Kondisi Pendukung Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank BNI Syariah

Berdasarkan penelitian ini awalnya menduga bahwa kondisi pendukung berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking* Bank BNI Syariah. Dilihat dari hasil estimasi model diagram path menunjukkan bahwa kondisi pendukung berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* Bank BNI Syariah artinya hipotesis kedua tidak terdukung dengan koefisien beta sebesar -0,071 dan nilai signifikansinya sebesar 0,475 atau kurang dari 0,05. Dari hasil tersebut pun berbeda dengan hasil penelitian dari (Madan & Yadav, 2016) yang menyatakan bahwa jika *facillitating conditons* tinggi dan memadai maka penggunaan *mobile payment* pun juga tinggi artinya *fasillitating condition* berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile payment* serta juga hasil penelitian dari (Nuryahya et al., 2019) yang menyatakan bahwa kondisi fasilitasi berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna.

Berdasarkan penelitian ini menemukan sesuatu bahwa faktor lain yang membuat variabel kondisi pendukung tidak signifikan pada penggunaan bisa dilihat dari faktor saldo dan faktor bertransaksi sehingga jika kondisi pendukungnya

memadai belum tentu akan mempengaruhi penggunaan layanan *mobile banking* Bank BNI Syariah juga. Faktor – faktor tersebut menjadi sebuah pertimbangan pada penelitian ini. Hal tersebut juga dibuktikan dalam penelitian Thopson et all (1991) dalam (Rachmawati, 2008) yang menemukan tidak adanya hubungan yang positif antara kondisi pendukung dengan pemanfaatan teknologi informasi.

Pengaruh Intensi Menggunakan terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank BNI Syariah dengan Moderasi Religiusitas

Berdasarkan penelitian ini awalnya menduga bahwa religiusitas memoderasi secara positif hubungan antara intensi menggunakan terhadap penggunaan *mobile banking* Bank BNI Syariah. Dilihat dari hasil estimasi model diagram path menunjukkan bahwa religiusitas memoderasi negatif dan tidak signifikan hubungan antara intensi menggunakan terhadap penggunaan *mobile banking* Bank BNI Syariah artinya hipotesis ketiga tidak terdukung. dengan koefisien beta sebesar -0,137 dan nilai signifikansinya sebesar 0,529 atau kurang dari 0,05. Dari hasil tersebut pun berbeda dengan hasil penelitian dari (Soomro, 2019) yang menyatakan bahwa *islamic religiosity* memoderasi positif dan signifikan hubungan antara *behavioral intention* dengan *usage behavioral* yang artinya religiusitasnya memiliki hubungan yang mengandung nilai ketaatan agama yang kuat dan memiliki keyakinan keislaman yang tinggi dalam penggunaan pembayaran syariah.

Berdasarkan penelitian saat ini bahwa tidak menjamin tingkat kereligiusitasnya tinggi atau rendah meskipun nasabah memiliki keinginan untuk menggunakan secara terus menerus belum tentu juga akan berdampak pada penggunaan *mobile banking* Bank BNI Syariah. Pengguna *mobile banking* Bank BNI Syariah hanya

tergantung pada kesesuaian kebutuhan dalam bertransaksi nya tersebut. Dapat disimpulkan bahwa tidak ada efek religiusitas dalam hubungan antara intensi menggunakan dengan penggunaan.

Pengaruh Kondisi Pendukung Terhadap Intensi Menggunakan

Berdasarkan hasil estimasi model diagram path yang menunjukkan kondisi pendukung berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menggunakan artinya hasil hipotesis keempat tambahan ini dapat dikatakan hasil yang terdukung dengan koefisien beta sebesar 0,370 dan nilai signifikansinya sebesar 0,000. Hal tersebut juga dibuktikan bahwa dengan adanya pengetahuan, kemampuan, serta sumber daya yang cukup akan mendorong dan membentuk intensi menggunakan dalam mengadopsi layanan *mobile banking* Bank BNI Syariah yang tertuang dalam hadist riwayat Baihaqi sebagai berikut:

“Jadilah engkau orang yang berilmu (pandai) atau orang yang belajar, atau orang yang mau mendengarkan ilmu atau orang yang menyukai ilmu. Dan janganlah engkau menjadi orang yang kelima maka kamu akan celaka.” (HR Baihaqi)

Dapat disimpulkan bahwa kondisi pendukung memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat individu yang ingin secara terus menerus menggunakan layanan *mobile banking* Bank BNI Syariah. Hal tersebut juga dibuktikan dalam penelitian terdahulu dari (Raza et al., 2018) yang menemukan bahwa *facillitating conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari secara keseluruhan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan yaitu :

1. Intensi Menggunakan (IM) berpengaruh positif dan tidak

signifikan terhadap Penggunaan (PG) *mobile banking* Bank BNI Syariah karena tidak memiliki pengaruh antara intensi menggunakan dengan penggunaan *mobile banking* Bank BNI Syariah.

2. Kondisi Pendukung (KP) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Penggunaan (PG) *mobile banking* Bank BNI Syariah karena tidak memiliki pengaruh antara kondisi pendukung dengan penggunaan *mobile banking* Bank BNI Syariah.
3. Religiusitas (RG) berpengaruh negatif dan tidak signifikan memoderasi antara Intensi Menggunakan terhadap Penggunaan (PG) *mobile banking* Bank BNI Syariah karena tinggi rendahnya tingkat ketaatan dan kesholehan nasabah tidak menjamin bahwa penggunaan *mobile banking* Bank BNI Syariah meningkat meskipun intensi menggunakan nya tinggi juga.
4. Kondisi Pendukung (KP) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Menggunakan (IM) karena dengan kondisi pendukung yang memadai akan mendorong niat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* Bank BNI Syariah secara terus menerus.

Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan penelitian yang dilakukan baik secara teoritik, metodologis dan teknis pada penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut:

1. Situasi pandemi seperti ini sulit untuk mencari responden sehingga pencarian responden hanya melalui media sosial, teman, tetangga dan lain sebagainya.
2. Sebagian besar banyak nasabah yang merasa keberatan jika menjadi responden karena disibukkan oleh aktivitas mereka
3. Responden kurang teliti memperhatikan pertanyaan pada kuesioner sehingga peneliti harus memilah jawaban responden yang

sesuai dengan karakteristik penelitian ini atau pun mencari responden kembali.

Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah disimpulkan, penelitian ini dapat memberikan saran yang bermanfaat bagi pihak lain yaitu :

1. Bagi Bank Syariah

Dalam meningkatkan intensi menggunakan dan kondisi pendukung yang baik maka bagi bank harus mempertimbangkan terkait pelayanan dalam meningkat penggunaan *mobile banking* Bank BNI Syariah seperti dilihat dari fitur, iklan, promosi serta juga ada *reward* dalam setiap bertransaksi agar

menarik daya pikat para nasabah dalam penggunaan *mobile banking* Bank BNI Syariah secara terus menerus. Dari sisi religiusitas bank harus memperhatikan nilai keislaman kembali seperti sesuai dengan akad dan sesuai dengan syariat islam dalam layanan *mobile banking* Bank BNI Syariah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain selain dari intensi menggunakan, kondisi pendukung, penggunaan dan religiusitas serta juga menambah pengetahuan dan literatur nilai keislamannya untuk memperkuat penelitian selanjutnya berbasis syariah karena penelitian saat ini adalah penelitian baru sehingga perlu adanya tambahan literatur untuk memperkuat penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd Rahman, A., Asrarhaghighi, E., & Ab Rahman, S. (2015). Consumers and halal cosmetic products: Knowledge, religiosity, attitude and intention. *Journal of Islamic Marketing*.<https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2013-0068>
- Agag, G. M., & El-Masry, A. A. (2016). Cultural and religiosity drivers and satisfaction outcomes of consumer perceived deception in online shopping. *Internet Research*.<https://doi.org/10.1108/IntR-06-2015-0168>
- Baptista, G., & Oliveira, T. (2015). Understanding mobile banking: The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators. *Computers in Human Behavior*, 50, 418–430. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.04.024>
- Cao, X., Yu, L., Liu, Z., Gong, M., & Adeel, L. (2018). Understanding mobile payment users' continuance intention: a trust transfer perspective. *Internet Research*. <https://doi.org/10.1108/IntR-11-2016-0359>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Chapter 1. Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research. In *Reading, MA: Addison-Wesley*.
- Ghozali, I. (2015). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Im, I., Hong, S., & Kang, M. S. (2011). An international comparison of technology adoption: Testing the UTAUT model. *Information and Management*, 48(1), 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.im.2010.09.001>
- Madan, K., & Yadav, R. (2016).

- Behavioural intention to adopt mobile wallet: a developing country perspective. *Journal of Indian Business Research*, 8(3), 227–244. <https://doi.org/10.1108/JIBR-10-2015-0112>
- Mushofa, M. (2018). Pengaruh Kegunaan, Kesesuaian, Keuntungan Relatif, Motivasi Hedonic, dan Risiko yang Dirasakan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Mandiri Surabaya Dimediasi Niat Perilaku Nasabah. *Journal of Business & Banking*, 8(1). <https://doi.org/10.14414/jbb.v8i1.1515>
- Nasir, M. D. A. (2020). RELIGIUSITAS MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH S1 UIN MALANG YANG MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH. *Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Nauvalia, F. A., & Herwinarni, Y. (2018). Pengaruh Religiusitas, Pemahaman Perpajakan, Status Sosial Ekonomi dan Love Of Money Terhadap Persepsi Penggelapan Pajak. *Permana : Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*. <https://doi.org/10.24905/permana.v10i1.73>
- Nuryahya, E., Ichšana, Y., & Andini, K. M. (2019). Perilaku Pengguna Sistem Informasi Akuntansi E-Commerce. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 10(3), 502–515. <https://doi.org/10.21776/ub.jamal.2019.10.3.29>
- Raza, S. A., Shah, N., & Ali, M. (2018). Acceptance of mobile banking in Islamic banks: evidence from modified UTAUT model. *Journal of Islamic Marketing*, 10(1), 357–376. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0038>
- Rema, Y. O. L., & Setyohadi, D. B. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan mobile banking studi kasus : BRI Cabang Bajawa. *Seminar Riset Teknologi Informasi*, 114–122.
- Sitanggang, L. S. (2019). *Transaksi Mobile Banking Perbankan Makin Ramai*. Retrieved September 20, 2020, from Keuangan Kontan News:<https://keuangan.kontan.co.id/news/transaksi-mobile-banking-perbankan-makin-ramai>
- Soomro, Y. A. (2019). Understanding the adoption of sadad e-payments: UTAUT combined with religiosity as moderator. *International Journal of E-Business Research*, 15(1), 55–74. <https://doi.org/10.4018/IJEBR.2019010104>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet. In Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Udayana, E. A. U. (2017). Penerapan Model Utaut2 Untuk Menjelaskan Minat Dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 18(2), 1369–1397.
- Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G., & Davis, F. (2003). TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL - Research. *MIS Quarterly*.