

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam melaksanakan penelitian membutuhkan landasan teori, untuk mendukung teori yang diajukan, hal tersebut menjadi salah satu acuan sebagai bahan penelitian. Sehingga nantinya penulis dapat mengembangkan teori yang sedang diajukan untuk mengkaji penelitian yang akan dilaksanakan. Penelitian ini adalah hasil yang didapatkan melalui pengembangan pemikiran penelitian terdahulu, berikut beberapa hasil penelitian terdahulu :

2.1.1 Reza Ramadhan dand Sri Herianingrum (2016)

Jurnal pertama yang menjadi acuan dalam penelitian ini adalah jurnal yang berjudul “Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga Pada Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Bnking di Bank Syariah Mandiri Surabaya”. Tujuan penelitian oleh Ramadhan dan Herianingrum (2016) ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kredibilitas, dan Persepsi Harga secara simultan dan parsial terhadap niat menggunakan layanan *mobile banking* bank Syariah Mandiri. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Persepsi kemudahan, Persepsi kredibilitas, dan Persepsi Harga. Adapun teknik yang digunakan adalah metode penelitian secara kuantitatif dengan teknik analisis regresi berganda. Sampel pada penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri yang mengetahui layanan *mobile banking* namaun belum menggunakan layanan tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel yang

disebutkan di atas adalah berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap niat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Dan variabel yang menunjukkan persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh paling dominan.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini:

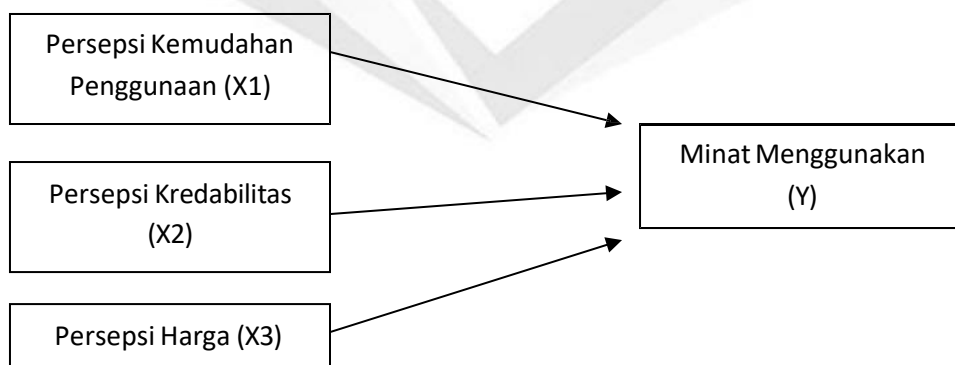
1. Variabel yang diteliti memiliki kesamaan yaitu persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kredibilitas.
2. Teknik dan alat analisis penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya yakni menggunakan teknik analisis regresi berganda.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini:

1. Penelitian saat ini menggunakan variabel baru yakni Kepatuhan syariah, sedangkan penelitian sebelumnya adalah persepsi harga.
2. Objek, Sampel, dan populasi yang digunakan pada penelitian saat ini berbeda.

Adapun gambar kerangka pemikiran penelitian ini adalah sebagai

berikut:



Sumber: Reza Ramadhan dan Sri Herianingrum (2016)

Gambar 2.2
KERANGKA PEMIKIRAN PENELITIAN REZA R DAN SRI
HERIANINGRUM

2.1.2 Isnurhadi , Zakaria Wahab , Fida Muthia dan Abdul Bashir (2020)

Jurnal kedua yang menjadi acuan dalam penelitian ini adalah jurnal yang berjudul “*Identifying The Factors Determining Of Muslims Intention To Adopt Islamic Banking In The Local Region: Religiosity As Moderating Variable*”. Tujuan penelitian oleh Isnurhadi et al (2020) ini adalah untuk mengetahui apa saja faktor yang mempengaruhi niat masyarakat islam dalam menggunakan perbankan syariah. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Attitud, sosial, reputasi, kepatuhan syariah, dan religiusitas. Adapun teknik yang digunakan adalah metode penelitian secara kuantitatif dengan teknik analisis regresi berganda. Sampel pada penelitian ini adalah masyarakat muslim di enam kota di provinsi Sumatera Selatan dengan total responden adalah 300 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel attitud, kepatuhan syariah, dan reputasi bank mempengaruhi niat calon nasabah untuk menggunakan layanan perbankan syariah, sedangkan variabel pengaruh sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan perbankan syariah. Dan variabel religiusitas menjadi variabel moderasi pada penelitian ini.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini:

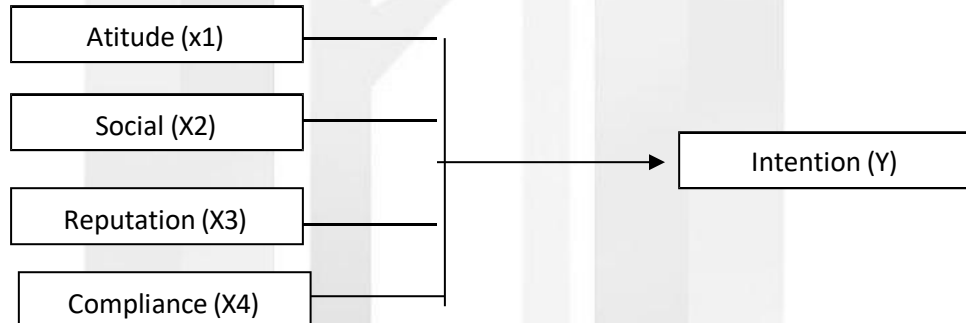
1. Variabel kepatuhan syariah sama-sama digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terhadap keputusan untuk menggunakan layanan bank berbasis syariah.

2. Teknik analisis penelitian ini dengan penelitian sebelumnya memiliki kesamaan.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini:

1. Objek, Sampel, dan populasi yang digunakan pada penelitian saat ini berbeda.
2. Pada penelitian ini yang diteliti adalah pengaruh untuk menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Sedangkan penelitian sebelumnya adalah meneliti tentang niat untuk menggunakan perbankan syariah.

Gambar kerangka penelitian ini adalah sebagai berikut:



Sumber: Isnurhadi et al (2020)

Gambar 2.2
KERANGKA PEMIKIRAN PENELITIAN ISNURHADI

2.1.3 Arya Samudra Mahardhika (2019)

Jurnal ketiga yang menjadi acuan dalam penelitian ini adalah jurnal yang berjudul “Akuntan Di Era Digital: Pendekatan TAM (*Technology Acceptance Model*) Pada *Software* Berbasis Akuntansi”. Tujuan penelitian oleh Isnurhadil, dkk (2020) ini adalah untuk menguji keberterimaan akuntan muda terhadap

software MYOB dengan menggunakan pendekatan TAM (*Technology Acceptance Model*). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi *Variabel perceived ease of use, perceived usefulness dan intention of use*. Adapun teknik yang digunakan adalah metode penelitian secara kuantitatif dengan teknik analisis regresi berganda. Sampel pada penelitian ini adalah Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 47 responden yang terdiri dari 41 responden perempuan dan 6 responden laki-laki yang telah mengambil mata kuliah Komputer Akuntansi dengan pertimbangan bahwa responden pernah menggunakan *software MYOB* di kabupaten Kebumen. Hasil penelitian ini menunjukkan menunjukkan bahwa akuntan muda di Kabupaten Kebumen cenderung menerima sistem informasi apabila mereka beranggapan bahwa sistem tersebut mendatangkan manfaat, namun demikian persepsi kemudahan penggunaan tidak menjadi penentu keinginan penggunaan suatu sistem informasi.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini:

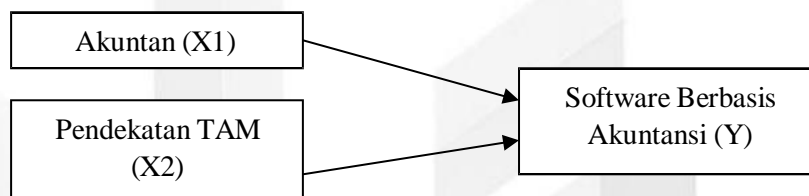
1. Teknik analisis penelitian ini dengan penelitian sebelumnya memiliki kesamaan.
2. Pendekatan yang digunakan sama yakni pendekatan TAM (*Technology Acceptance Model*).

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini:

1. Objek, Sampel, dan populasi yang digunakan pada penelitian saat ini berbeda.

2. Pada penelitian ini yang diteliti adalah pengaruh nasabah muslim untuk menggunakan layanan mobile banking Bank Syariah Indonesia. Sedangkan penelitian sebelumnya adalah menguji keberterimaan akuntan muda terhadap software MYOB dengan menggunakan pendekatan TAM (*Technology Acceptance Model*).

Gambar kerangka penelitian ini adalah sebagai berikut:



Sumber: Arya Samudra Mahardika (2019)

Gambar 2.1
KERANGKA PEMIKIRAN PENELITIAN ARYA SAMUDERA M

2.2 Landasan Teori

2.2.1 *Techonoly Acceptance Model (TAM)*

TAM merupakan teori yang menjelaskan penggunaan teknologi baru (Davis et al, 1989 dalam Mahardika, 2019). Teori TAM menjelaskan tentang perilaku penggunaan teknologi oleh seseorang. Variabel yang mempengaruhi penggunaan teknologi menurut TAM diantaranya adalah persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*), Persepsi Manfaat (*Perceived of Usefullness* dan Sikap individu. Persepsi kemudahan penggunaan menjadi alasan dari niat perilaku individu. Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana individu percaya bahwa mengimplementasikan sebuah sistem akan bebas

dari usaha (Davis, 1989) dalam Reza dan Herianingrum (2017). Sistem yang mudah digunakan akan meningkatkan niat untuk menggunakan.

TAM memiliki tujuan untuk memaparkan faktor-faktor luar dari perilaku para pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan dari teknologi tersebut (Mahardika, 2019). Vanktesh dan David (2000) dalam Mahardika, 2019 menyebutkan bahwa perilaku individu dalam menggunakan suatu teknologi informasi dipengaruhi oleh dua aspek yakni:

- a. Manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*)
- b. Kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*)

Penerimaan penggunaan teknologi informasi baik secara individu maupun kelompok bergantung pada penggunaan sistem teknologi informasi tersebut. Apabila pengguna menyakini bahwa dengan menggunakan teknologi tersebut dapat meningkatkan kinerja individu atau organisasi, maka mereka akan memiliki kecenderungan lebih untuk dapat menerima teknologi informasi tersebut (Igabria, 1994 dalam Lucyanda, 2010). Adapun indikator TAM adalah sebagai berikut:

- 1) *Perceived Ease Of Use* (PEOU) artinya kemudahan penggunaan.
- 2) *Perceived Usefulness* (PU), artinya persepsi terhadap kemanfaatan.
- 3) *Attitude Towards Using* (PTT), artinya sikap penggunaan.
- 4) *Behavioral Inten-in To Use* (BI), perilaku untuk tetap menggunakan.
- 5) *Actual Usage* (AU), kondisi nyata penggunaan sistem.

2.2.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan

Teori TAM menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan akan mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan dan pada akhirnya akan mempengaruhi pula perilaku adopsi atau penggunaan teknologi informasi. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkat keyakinan bahwa menggunakan teknologi baru yang spesifik akan bebas dari kerepotan dan mudah untuk menggunakannya (Davis, 1989, hlm. 320 dalam Mahardika, 2017). Teknologi baru memiliki kemampuan menyediakan fitur-fitur yang interaktif yang mempermudah komunikasi antara pengguna dan penyedia layanan.

Perceived Ease of Use merupakan seberapa yakin pengguna bahwa sebuah teknologi informasi dapat dipahami dan digunakan dengan mudah tanpa mengeluarkan usaha yang banyak. Sistem yang sering dipakai oleh individu menunjukkan bahwa sistem mudah dikenal dan mudah digunakan oleh pengguna (Nasution, 2004) dalam Mahardika (2019). Selain itu, jika pengguna merasa bahwa layanan sistem berbasis teknologi informasi tidak rumit dan tidak terlalu diperlukan pengetahuan teknis, maka pengguna akan memiliki niat menggunakan sistem tersebut (Abu-Shaab, 2016).

Dalam perspektif Islam penggunaan layanan *e-banking* memiliki tujuan memberikan kemudahan individu dalam melakukan transaksi dan bermuamalah sesuai prinsip-prinsip Syariah Islam sebagaimana yang ada dalam Ayat Al-Qur'an: surat Al-Maidah Ayat 1 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا

Yang Artinya “Wahai orang-orang yang beriman! Penuhilah akad-akad kalian”

Makna dari ayat tersebut di atas adalah bahwa Islam mendorong dan menerima kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan. Teknologi informasi diciptakan dengan tujuan untuk memberikan kemudahan urusan setia Ilmu pengetahuan dan teknologi perlu dikembangkan dalam rangka mempermudah kehidupan manusia.

Indikator pengukuran persepsi kemudahan menurut Adams et al.. (1992), Gao et al. (2011) dalam Mulia et al (2020):

a. Sistem mudah digunakan.

Aplikasi/teknologi informasi mudah digunakan oleh pemakai.

b. Sistem mudah dioperasikan.

Pengoperasian aplikasi/teknologi informasi mudah dilakukan oleh pengguna.

c. Sistem mudah dipahami

Pengguna mudah memahami petunjuk dan fitur aplikasi/teknologi informasi.

d. Pengoperasian sistem mudah dipelajari.

Pengguna mudah mempelajari aplikasi/teknologi informasi

e. Informasi untuk menggunakan sistem mudah diperoleh.

Informasi petunjuk penggunaan dan penjelasan aplikasi/teknologi informasi mudah diakses.

f. Mudah berinteraksi dengan sistem.

Aplikasi / teknologi informasi memiliki tampilan dan fitur-fitur yang yang interaktif.

Indikator dari Persepsi Kemudahan Penggunaan atau *Online Banking*, adalah sebagai berikut,

- a. Interaksi antar individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti.
- b. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut.
- c. Sistem mudah digunakan.
- d. Mudah untuk mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang individu kerjakan.

2.2.3 Persepsi Kredibilitas

Persepsi kredibilitas adalah sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan *mobile banking* tidak akan memiliki keamanan atau ancaman privasi Luarn dan Lin (2005) dalam Khasawneh et al (2018). Persepsi kredibilitas menurut Wang (2003) dalam Ramadhan dan Herianingrum (2017) merupakan perilaku individu yang percaya bahwa transaksi dan privasi informasi pelanggan keamanannya.

Berdasarkan penelitian terdahulu, kredibilitas yang dirasakan oleh individu atas penggunaan sistem baru akan mempengaruhi niat menggunakan sistem tersebut dan pada akhirnya akan mempengaruhi adopsi. Persepsi Kredibilitas menjelaskan bahwa pengguna dijamin kemandirian dan privasinya ketika menggunakan sebuah system.

Pengukuran variabel persepsi kredibilitas dilakukan melalui indikator-indikator yang dikembangkan oleh Luarn dan Lin (2005) dan Fohh and Fah (2011) dalam Khasawneh et al (2018) sebagai berikut:

- a. Informasi nasabah terjaga kerahasiaannya.

Aplikasi / teknologi informasi dilengkapi dengan sistem keamanan yang handal sehingga kerahasiaan pengguna terjamin.

- b. Transaksi nasabah aman.

Transaksi nasabah dilindungi oleh sistem keamanan yang handal.

- c. Privasi nasabah tidak diungkap.

Perusahaan menjamin kerahasiaan informasi nasabah.

Adanya kredibilitas atau menjaga amanah ini sudah ada sejak jaman Rasulullah SAW, beliau sudah mempraktikkan dan memberi perintah kepada semua muslim untuk selalu menjaga amanah yang telah diberikan. Atas apa yang telah dilakukan oleh Rasulullah SAW, beliau mendapatkan gelar Al-Amin (Ramadan, 2016). Dalam salah satu hadis Rasulullah bersabda:

”Dan apabila kedua belah pihak (penjual dan pembeli) mengatakan yang sesungguhnya dan menjelaskan apa kekurangan dan kualitas barang yang diperjual belikan, maka transaksi jual-beli mereka akan diberkahi Allah. Tetapi jika mereka berdusta atau menyembunyikan sesuatu maka Allah tidak memberi berkah atas transaksi jual beli mereka.” (HR. Bukhari)

2.2.4 Kepatuhan Syariah

Dewan Syariah Nasional (DSN) dalam menetapkan fatwa terkait kegiatan operasional dan produk keuangan berbasis syariah dalam industri keuangan syariah menggunakan prinsip-prinsip syariah Islam sebagai rujukan utama. Prinsip syariah juga menjadi dasar bagi Dewan Pengawas Syariah

dalam aktivitas pengawasan bagi industri keuangan syariah bank (IKBS) ataupun non-bank (IKNB).

Al-Quran dan Hadist Rasulullah Muhammad SAW mewajibkan umat Islam untuk patuh pada aturan Allah dan RasulNya. Sebagaimana QS Al Baqarah Ayat 256:

لَا يُكْرِهُنَّ عَلَىٰ طَعْنِ فِي دِينِنَا وَلَا مَوَدَّةٍ لِلْكَافِرِينَ ۗ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ
بِأَنَّكُمْ كَفَرْتُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ بِذُنُوبِكُمْ ۗ

Yang artinya:

“Tidak ada paksaan dalam (menganut) agama (Islam), sesungguhnya telah jelas (perbedaan) antara jalan yang benar dengan jalan yang sesat. Barang siapa ingkar kepada Tagut dan beriman kepada Allah, maka sungguh, dia telah berpegang (teguh) pada tali yang sangat kuat yang tidak akan putus. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui”

Kepatuhan Syariah merupakan seberapa jauh produk dan kegiatan operational bank syariah sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah (Maswadeh, 2014 dalam Isnuhadi et al, 2020). Bank syariah adalah sistem perbankan yang beroperasi di bawah hukum Islam (Syariah) (Haque et al.,2007 dalam Mulia et al, 2020). Praktik nilai syariah membedakan antara sistem konvensional dan syariah. Interaksi dalam perbankan Islam biasanya dikaitkan dengan masalah agama dan seperangkat keyakinan. Oleh karena itu, teknologi yang digunakan oleh bank syariah, terutama yang terkait dengan e-banking dan m-banking, juga harus memenuhi kepatuhan syariah. Kepatuhan harus dianggap sebagai salah satu variabel eksternal yang penting. Kepatuhan syariah di bank syariah adalah

penerapan prinsip-prinsip Islam, hukum dan tradisi dalam transaksi keuangan dan perbankan dan bisnis terkait lainnya (Arifin, 2009 dalam Mulia et al, 2020).

Sementara itu, Ansori (2001) dalam Mulia et al (2020) mengemukakan bahwa kepatuhan syariah merupakan salah satu indikator untuk memastikan kepatuhan bank syariah terhadap prinsip syariah. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa kepatuhan syariah merupakan bentuk akuntabilitas bank untuk memenuhi prinsip syariah, termasuk dalam menggunakan teknologi, terutama dalam transaksi menggunakan e-banking atau m-banking.

Indikator kepatuhan syariah menurut Fajar (2018), adalah sebagai berikut:

- a. Pengungkapan Dewan Pengawas Syariah.
- b. Pengungkapan Akad Mudharabah.
- c. Pengungkapan Akad Murabahah.
- d. Pengungkapan Akad Musyarakah.
- e. Pengungkapan Akad Ijarah.
- f. Pengungkapan Akad Qardh.
- g. Pengungkapan Zakat.
- h. Pengungkapan Akad Istishna.

2.2.5 Niat Menggunakan

Niat adalah kecenderungan seseorang untuk memilih melakukan atau tidak melakukan sesuatu pekerjaan. Niat diasumsikan sebagai faktor pemotivasi yang ada dalam diri individu yang mempengaruhi perilaku. Niat ini tercermin dari seberapa besar keinginan untuk mencoba dan seberapa kuat usaha yang dialokasikan untuk mewujudkan perilaku tertentu (Ajzen, 1991: 181). Niat

perilaku merupakan tingkat seseorang untuk menggunakan teknologi informasi baru (Tsai, 2012: 56). Niat menggunakan adalah kecendrungan perilaku untuk tetap menggunakan teknologi. Tingkat penggunaan sebuah teknologi pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan untuk menambahkan alasan pendukung, memotivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain.

Indikator niat menggunakan menurut Marafon et al (2018) adalah :

1. Menggunakan e-banking dalam waktu dekat.

Nasabah merencanakan menggunakan e-banking.

2. Memprediksikan akan menggunakan e-banking di masa yang akan datang.

Nasabah mempertikirkakan akan menggunakan e-banking di masa yang akan datang.

3. Berniat menggunakan e banking

Nasabah memiliki niat untuk menggunakan e-banking.

4. Berniat menggunakan e-banking 6 bulan mendatang.

Nasabah akan menggunakan e-banking pada 6 bulan yang akan datang.

2.2.6 Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat perilaku menggunakan layanan mobile banking

Berdasarkan teori TAM, persepsi kemudahan penggunaan akan mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan teknologi baru. Persepsi kemudahan penggunaan adalah tingkat keyakinan bahwa menggunakan teknologi baru yang spesifik akan bebas dari kerepotan dan mudah untuk menggunakannya (Davis, 1989, hlm. 320 dalam dalam Mahardika, 2017). Semakin mudah sebuah teknologi dan semakin tidak

merepotkan pengguna akan mendorong niat untuk menggunakan teknologi. Hasil penelitian Ramadhan dan Herianingrum (2017) menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan mobile banking. Dapat disimpulkan semakin mudah penggunaan sebuah sistem maka semakin tinggi niat menggunakan sistem tersebut.

2.2.7 Pengaruh persepsi kredibilitas penggunaan terhadap niat perilaku menggunakan

Persepsi kredibilitas adalah sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan *mobile banking* tidak akan memiliki keamanan atau ancaman privasi. Menurut Zeithaml, et al (2002) dalam Ramadhan dan Herianingrum (2016) privasi pelanggan dalam kualitas layanan online, berupa jaminan bahwa data pelanggan berbelanja tidak akan diberikan kepada pihak lain manapun dan bahwa informasi data konsumen terjamin keamanannya. Jaminan akan kerahasiaan data konsumen dapat menimbulkan rasa percaya para konsumen. Penelitian Ramadhan dan Herianingrum (2016) mendukung temuan bahwa persepsi kredibilitas mempengaruhi niat untuk menggunakan mobile banking.

Pengaruh kredibilitas memiliki berpengaruh secara signifikan terhadap niat nasabah dalam menggunakan mobile banking meskipun tidak sebesar pengaruh kemudahan, hal ini disebabkan jika keamanan

data nasabah terjamin ketika menggunakan sistem tersebut (Dewi & Warmika, 2016)

2.2.8 Pengaruh kepatuhan syariah terhadap niat perilaku menggunakan layanan mobile banking

Kepatuhan Syariah merupakan seberapa jauh produk dan kegiatan operasional bank syariah sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah (Maswadeh, 2014 dalam Isnuhadi et al, 2020). Kepatuhan harus dianggap sebagai salah satu variabel eksternal yang penting. Kepatuhan syariah di bank syariah adalah penerapan prinsip-prinsip Islam, hukum dan tradisi dalam transaksi keuangan dan perbankan dan bisnis terkait lainnya (Arifin, 2009 dalam Mulia et al, 2020). Oleh karena itu, teknologi yang digunakan oleh bank syariah, terutama yang terkait dengan e-banking dan m-banking, juga harus memenuhi kepatuhan syariah. Dengan adanya prinsip kepatuhan tersebut, nasabah menjadi lebih yakin untuk menggunakan layanan *mobile banking* pada produk perbankan. Hasil penelitian Isnurhadi et al, 2020 menemukan bahwa kepatuhan syariah mempengaruhi niat menggunakan produk perbankan.

Menurut (Alfonita, 2018) kepatuhan syariah mempunyai pengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap minat nasabah. Artinya, faktor kesyariahan suatu produk atau jasa juga dapat mempengaruhi minat, namun faktor tersebut tidak memiliki pengaruh yang sangat berarti terhadap minat.

2.2.9 Kerangka Berfikir

Berdasarkan penjelasan penelitian terdahulu serta landasan teori di atas, maka kerangka pemikiran penelitian saat ini adalah sebagai berikut:

2.2.10 Hipotesis Penelitian

- H1: Persepsi kemudahan penggunaan secara signifikan berpengaruh terhadap niat perilaku mahasiswa muslim Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya dalam menggunakan e-banking Bank Syariah Indonesia.
- H2: Persepsi kredibilitas secara signifikan berpengaruh terhadap niat perilaku mahasiswa muslim Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya dalam menggunakan e-banking Bank Syariah Indonesia,
- H3: Kepatuhan syariah secara signifikan berpengaruh terhadap niat perilaku mahasiswa muslim Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya dalam menggunakan e-banking Bank Syariah Indonesia.
- H4: Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kredibilitas dan kepatuhan terhadap Syariah secara simultan berpengaruh terhadap niat perilaku mahasiswa muslim Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya dalam menggunakan e-banking Bank Syariah Indonesia.