

INTEGRASI TEKNOLOGI DAN NILAI SYARIAH: ANALISIS UTAUT2 TERHADAP NIAT PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* DI SAMARINDA

Majiid Ballo Seong
Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda
ballo.seong@gmail.com

Dedy Mainata
Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda
dmainata@gmail.com

Arista Wibowo
Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda
arista.uinsi@gmail.com

Article History

Received:
15th August 2025

Accepted:
20th September 2025

Published:
29th November 2025

Abstract

Digital transformation in Islamic banking opens significant opportunities to improve efficiency, financial inclusion, and customer satisfaction. However, despite this progress, the adoption of Islamic mobile banking still lags behind that of conventional banks. This study aims to analyze several determinants influencing the intention to adopt Islamic mobile banking in Samarinda using the UTAUT2 theoretical framework. This study employed a quantitative approach, with 165 respondents selected through conventional sampling. Data collection used an online questionnaire, which was then processed using the SEM-PLS technique. Data analysis showed that habit, social influence, enabling conditions, hedonic motivation, price value, effort expectancy, and performance expectancy significantly influenced intention to use. Gender, age, and experience were shown to moderate some of the relationships between variables on intention to use. These findings provide a basis for developing digitalization strategies for Islamic banks that are more adaptive to consumer preferences.

Keywords: *Islamic Mobile Banking, UTAUT2, Intention to Use, Islamic Financial Technology, SEM-PLS*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan dalam teknologi digital telah merevolusi banyak sektor, termasuk industri jasa keuangan. Dalam dekade terakhir, digitalisasi perbankan telah menciptakan ekosistem layanan keuangan yang lebih efisien, cepat, dan terjangkau. Salah satu inovasi terdepan dalam transformasi

tersebut adalah layanan *m-banking*, yang memungkinkan seorang nasabah melakukan sebuah transaksi perbankan secara fleksibel melalui perangkat seluler seperti *smartphone* (Venkatesh, et al., 2012). Tidak terkecuali dalam sistem keuangan syariah, digitalisasi turut menjadi strategi penting untuk meningkatkan daya saing dan memperluas inklusi keuangan Islam. Penelitian menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital dalam perbankan Islam tidak hanya memenuhi permintaan yang meningkat untuk layanan keuangan online tetapi juga secara signifikan meningkatkan efisiensi dan kualitas operasi perbankan (Juwita A. et al., 2019). Selain itu, digitalisasi terbukti meningkatkan kepuasan pelanggan dengan mengintegrasikan dimensi kualitas layanan yang esensial, termasuk aksesibilitas digital dan kepatuhan terhadap hukum Syariah, sehingga selaras dengan prinsip keadilan dan transparansi (Zouari & Abdelhedi, 2021).

Di Indonesia, pertumbuhan aset perbankan syariah menunjukkan tren positif. Namun, pemanfaatan layanan digital, khususnya *mobile banking* syariah, belum seimbang dibandingkan bank konvensional. Sebagai contoh, data unduhan aplikasi per Maret 2024 menunjukkan bahwa aplikasi seperti Livin' by Mandiri, BRIimo BRI, dan BCA Mobile masing-masing telah mencapai lebih dari 10 juta unduhan, sedangkan aplikasi syariah seperti BSI Mobile hanya mencatat angka yang sama, sementara BCA Syariah Mobile dan Muamalat DIN jauh tertinggal di bawah 1 juta unduhan. Fenomena ini mencerminkan adanya tantangan dalam adopsi teknologi oleh nasabah bank syariah, yang patut dikaji secara sistematis. Seperti terlihat pada table 1.

Tabel 1. Jumlah Unduhan Aplikasi *Mobile banking* 2024

Aplikasi	Jenis	Unduhan
BCA Mobile	Konvensional	50.000.000
BRIimo BRI	Konvensional	10.000.000
BNI <i>Mobile banking</i>	Konvensional	10.000.000
Livin' by Mandiri	Konvensional	10.000.000
M-Smile	Konvensional	1.000.000
BSI Mobile	Syariah	10.000.000
Aladin: Bank Syariah Digital	Syariah	1.000.000
BCA Syariah Mobile	Syariah	500.000
Muamalat DIN	Syariah	500.000
M-Syariah	Syariah	100.000

Sumber: Data diolah dari Play Store

Sebagai ibu kota Provinsi Kaltim, Kota Samarinda adalah wilayah yang strategis dengan karakteristik urbanisasi yang tinggi dan mayoritas penduduk Muslim. Dengan jumlah populasi melebihi 860.000 jiwa dan 91% di antaranya merupakan pemeluk agama Islam (Kementerian Dalam Negeri, 2024)—kota ini menawarkan lingkungan yang representatif untuk mengkaji adopsi teknologi keuangan syariah. Akan tetapi, tingkat penetrasi mobile banking syariah yang masih rendah di wilayah ini mengindikasikan urgensi untuk memahami lebih mendalam berbagai faktor yang mendorong niat masyarakat dalam mengadopsi layanan tersebut.

Guna mengatasi permasalahan itu, studi ini memanfaatkan kerangka teori Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) yang diperkenalkan Venkatesh et al. (2012). Pemilihan model ini didasari oleh rekam jejaknya yang luas dalam menganalisis adopsi teknologi, lantaran cakupannya yang komprehensif terhadap faktor-faktor determinan. Variabel-variabel inti yang dikajinya meliputi ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi pendukung, motivasi hedonic, nilai harga, dan kebiasaan. Tidak hanya itu, model ini juga mengintegrasikan variabel pemoderasi, termasuk pengaruh dari jenis kelamin, usia, dan pengalaman pengguna.

Beberapa penelitian sebelumnya seperti Hilal et al. (2022), Merhi et al. (2021), dan Farzin et al. (2021) telah membuktikan bahwa UTAUT2 mampu memprediksi intensi penggunaan teknologi di sektor keuangan. Namun, sebagian besar studi tersebut berfokus pada layanan perbankan konvensional, sementara kajian yang menguji mobile banking berbasis syariah masih sangat terbatas. Penelitian ini berkontribusi dengan memperluas penerapan UTAUT2 pada konteks keuangan Islam, khususnya mobile banking syariah di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mereplikasi model yang sudah mapan, tetapi juga menguji validitas dan generalisasi UTAUT2 pada konteks sosial, budaya, dan regulasi yang berbeda, yaitu industri perbankan syariah di banyak kota besar di luar Pulau Jawa. (Hilal & Varela, 2022; Milad Farzin et al., 2021; Mohamad Merhi et al., 2021).

Oleh karena itu, fokus disini untuk mengkaji determinan-determinan yang memprediksi intensi masyarakat dalam menggunakan layanan *mobile banking* syariah di Samarinda dengan pendekatan model UTAUT2. Hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya mampu memberikan sumbangsih bagi khazanah literatur keuangan Islam dan teknologi, tetapi juga menawarkan implikasi praktis bagi perancangan strategi transformasi digital perbankan syariah di Indonesia.

B. KAJIAN/TINJAUAN PUSTAKA

Kajian tentang penerimaan teknologi pada sektor jasa keuangan syariah telah mengalami kemajuan yang signifikan. Perkembangan ini khususnya semakin mengemuka pasca

diperkenalkannya kerangka teori UTAUT2 oleh Venkatesh dan rekan-rekannya pada tahun 2012. Model tersebut kini telah menjadi landasan teoritis yang dominan untuk mengevaluasi beragam faktor penentu yang membentuk minat individu dalam mengadopsi suatu teknologi informasi, tak terkecuali layanan perbankan syariah melalui perangkat seluler. Sebagai sebuah model komprehensif, UTAUT2 menggabungkan tujuh konstruk inti: persepsi kinerja, persepsi kemudahan, pengaruh sosial, kondisi pendukung, motivasi hedonis, nilai harga, serta kebiasaan. Selain itu, model ini juga memperhitungkan dampak dari beberapa variabel moderator, di antaranya jenis kelamin, usia, dan tingkat pengalaman pengguna (Venkatesh, et al., 2012).

Penelitian di India menemukan bahwa *performance expectancy*, *effort expectancy*, *Social influence*, dan *facilitating conditions* secara signifikan memengaruhi niat penggunaan *mobile banking*. Temuan ini mengindikasikan pentingnya persepsi kemudahan dan manfaat dalam mendorong adopsi teknologi keuangan. Sebaliknya, faktor risiko dan kepercayaan (trust) juga memoderasi hubungan tersebut, meskipun tidak menjadi fokus dalam model UTAUT2 murni (Rakesh K. et al., 2023).

Studi Ashraf Hilal et al. (2022) memperluas model UTAUT2 dengan menambahkan variabel *proactive personality*, namun tetap menegaskan pengaruh signifikan dari *performance expectancy*, *hedonic motivation*, dan *price value* terhadap intensi adopsi *mobile banking*. Penelitian ini memperlihatkan bahwa faktor psikologis pengguna turut memperkuat motivasi adopsi teknologi, sejalan dengan temuan dalam konteks digital banking secara global (Hilal & Varela-Neira, 2022).

Dalam konteks yang lebih spesifik pada moderasi variabel demografis, Merhi et al. (2021) membuktikan bahwa *gender* dan *age* memiliki peran moderasi terhadap hubungan antara variabel UTAUT2 dan niat penggunaan *mobile banking* (Mohamad Merhi et al., 2021). Mereka menunjukkan bahwa pengguna laki-laki cenderung lebih sensitif terhadap *performance expectancy* dan *habit*, sementara perempuan lebih terpengaruh oleh *effort expectancy* dan *Social influence*. Hal ini juga diperkuat oleh studi Alexandre da C. Goularte et al. (2019), yang menggarisbawahi pentingnya faktor budaya dan pengalaman pengguna dalam memengaruhi hasil moderasi (Goularte & Zilber, 2019).

Adapun penelitian dalam konteks perbankan syariah di Indonesia masih terbatas. Marpaung et al. (2021) menganalisis adopsi *mobile banking* pada Bank Mestika dengan pendekatan UTAUT2 dan menemukan bahwa *habit* dan *hedonic motivation* menjadi faktor dominan (Fenny Krisna Marpaung et al., 2021). Sementara itu, studi oleh Iskandar et al. (2020) menunjukkan bahwa *experience* sebagai variabel moderasi memiliki pengaruh signifikan dalam memperkuat hubungan antara variabel independen dan intensi penggunaan *mobile banking* berbasis syariah (Maja Iskandar et al., 2020).

Beberapa penelitian sebelumnya seperti Hilal et al. (2022), Merhi et al. (2021), dan Farzin et al. (2021) telah membuktikan bahwa UTAUT2 mampu memprediksi intensi penggunaan teknologi di sektor keuangan. Namun, masih sedikit kajian yang secara khusus meneliti niat penggunaan mobile banking berbasis syariah di Indonesia, khususnya di kota-kota besar di luar Pulau Jawa (Hilal & Varela-Neira, 2022; Farzin et al., 2021; Merhi et al., 2021). Dalam konteks keuangan Islam, digitalisasi perbankan tidak hanya dipahami sebagai transformasi teknologi, tetapi juga sebagai upaya menjaga kepatuhan terhadap Maqashid Syariah yang menekankan keadilan, keberlanjutan, dan perlindungan bagi pengguna (Riyanto et al., 2025). Selain itu, aspek hukum akad dan kepercayaan (trust) terhadap kehalalan transaksi menjadi faktor yang secara normatif membedakan mobile banking syariah dari layanan konvensional (Adipurno, 2025; Setiawan et al., 2025). Walaupun penelitian ini tidak memasukkan variabel-variabel tersebut ke dalam model UTAUT2, keberadaan konteks syariah tersebut memperkuat urgensi untuk menguji kembali relevansi UTAUT2 dalam menjelaskan adopsi mobile banking syariah, khususnya di wilayah di luar Pulau Jawa.

Tabel berikut merangkum perbandingan beberapa penelitian terdahulu yang relevan:

Tabel 2. Penelitian terdahulu

Peneliti	Konteks Penelitian	Variabel Utama	Temuan Utama
Kumar et al. (2023)	Mobile banking – India	PE, EE, SI, FC, PR, Trust	PE dan SI signifikan, risiko perlu dikaji
Hilal et al. (2022)	Mobile banking – UTAUT2+	PE, EE, SI, HM, PV, PP	PP memperkuat pengaruh PE & PV
Merhi et al. (2021)	Mobile banking – Lebanon	PE, EE, SI, HM, PV, Trust + Gender, Age	Gender dan usia sebagai moderator penting
Marpaung et al. (2021)	Mobile banking – Indonesia	PE, EE, SI, FC, HM, HB	HB dan HM paling berpengaruh
Goularte et al. (2019)	Brazil – Cross Cultural	PE, EE, SI, HM, PV, HB, Gender, Age	Konteks budaya dan pengalaman penting

Sumber: Data reference diolah penulis

Sumber-sumber tersebut menunjukkan bahwa model UTAUT2 relevan dalam menjelaskan perilaku adopsi *mobile banking*, termasuk dalam konteks layanan syariah. Namun, penelitian tentang adopsi *mobile banking* syariah di Indonesia dengan pendekatan UTAUT2 masih jarang dilakukan, khususnya di luar Pulau Jawa seperti di Samarinda. Oleh karena itu, studi ini tidak hanya memperkuat validitas model UTAUT2 dalam konteks lokal, tetapi juga memberikan kontribusi empiris dalam pengembangan strategi digitalisasi keuangan syariah.

1. Landasan Teori

a. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)

UTAUT2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*) merupakan penyempurnaan dari model UTAUT yang digagas sebelumnya oleh Venkatesh et al. (2003). Venkatesh dan kawan-kawan (2012) kemudian memperkaya model asli tersebut dengan memasukkan tiga konstruk tambahan, yakni motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan. Penambahan ini membuat UTAUT2 menjadi lebih relevan dan robust untuk menganalisis pola adopsi teknologi pada konteks konsumen, seperti dalam studi penerimaan *mobile banking*. Secara teoretis, model ini memposisikan niat perilaku (*behavioral intention*) sebagai variabel yang dipengaruhi oleh tujuh faktor inti, yaitu:

- 1) *Performance Expectancy* (PE): Keyakinan seorang pengguna bahwa suatu sistem teknologi akan membantunya meningkatkan capaian kinerja dalam berbagai aktivitas..
- 2) *Effort Expectancy* (EE): Tingkat persepsi kemudahan yang dihubungkan dengan penggunaan teknologi tersebut.
- 3) *Social influence* (SI): Persepsi individu mengenai seberapa besar orang-orang yang penting dalam lingkungan sosialnya mendorongnya untuk memakai teknologi yang dimaksud.
- 4) *Facilitating conditions* (FC): Keyakinan pengguna bahwa terdapat dukungan infrastruktur dan teknis yang memadai untuk mengimplementasikan teknologi tersebut..
- 5) *Hedonic motivation* (HM): Unsur kesenangan atau nilai hiburan yang didapatkan dari proses menggunakan teknologi.
- 6) *Price value* (PV): Persepsi terhadap keseimbangan antara manfaat fungsional yang diterima dengan besaran biaya yang harus dikeluarkan untuk mengakses teknologi.
- 7) *Habit* (HB): Tingkat kecenderungan otomatis untuk menggunakan suatu teknologi yang lahir dari pengalaman yang berulang.

Lebih lanjut, UTAUT2 juga mengakomodasi peran variabel moderasi, seperti gender, usia, dan pengalaman, guna menganalisis variasi pengaruh dari konstruk-konstruk utama tersebut terhadap niat perilaku pada berbagai kelompok demografis.

b. Niat Penggunaan (Behavioral Intention)

Niat penggunaan merupakan indikator utama dari perilaku aktual dalam berbagai model adopsi teknologi (Ajzen, 1991). Dalam konteks *mobile banking*, niat menunjukkan seberapa besar kemungkinan seseorang menggunakan layanan tersebut dalam waktu dekat. Niat ini dipengaruhi oleh persepsi terhadap manfaat, kemudahan, kesenangan, pengaruh sosial, dan faktor-faktor personal lain seperti kebiasaan dan pengalaman. Menurut Venkatesh et al. (2012), *behavioral intention* adalah determinan langsung dari perilaku aktual, dan dapat dijadikan dasar prediksi adopsi teknologi baru (Venkatesh, et al., 2012).

c. Perbankan Syariah dan *Mobile banking*

Perbankan syariah adalah lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam, termasuk pelarangan riba, gharar, dan maysir. Dalam konteks digital, bank syariah turut mengembangkan layanan *mobile banking* sebagai upaya untuk memperluas inklusi keuangan syariah dan menjangkau segmen muda yang melek digital.

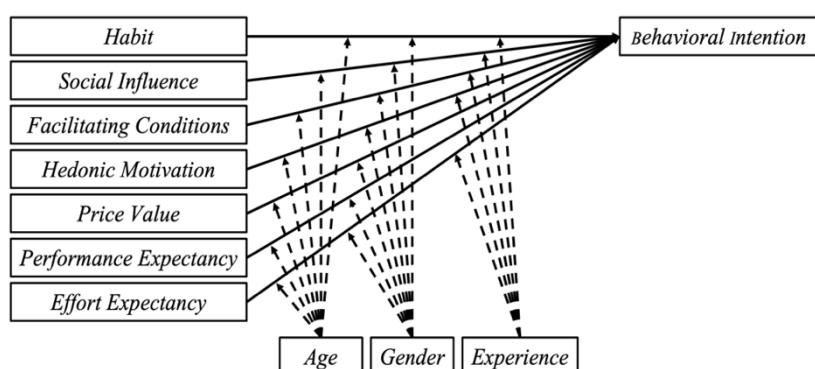
Mobile banking syariah tidak hanya menawarkan layanan yang cepat dan mudah, tetapi juga menuntut kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah, seperti kesesuaian akad dan transaksi yang halal. Oleh karena itu, perilaku pengguna *mobile banking* syariah dipengaruhi oleh dimensi teknologi sekaligus nilai-nilai religius dan kepercayaan terhadap sistem keuangan Islam.

Sejumlah studi dalam literatur keuangan Islam menekankan pentingnya faktor kepatuhan syariah (*Perceived Shariah Compliance*) dan kepercayaan (*trust*) dalam adopsi teknologi keuangan berbasis Islam (Aji et al., 2020; Abubakar et al., 2022). Penelitian tentang Islamic *FinTech* juga menunjukkan bahwa kesesuaian layanan dengan prinsip Maqashid Syariah menjadi faktor yang meningkatkan niat penggunaan (Riyanto et al., 2025). Walaupun penelitian ini tidak secara langsung memasukkan variabel-variabel tersebut, keberadaan literatur tersebut menegaskan bahwa penerapan model UTAUT2 dalam konteks mobile banking syariah perlu dipahami sebagai bagian dari kerangka adopsi teknologi yang khas pada keuangan Islam.

d. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori UTAUT2 dan hasil studi terdahulu, dapat dirumuskan bahwa ketujuh konstruk utama (*PE*, *EE*, *SI*, *FC*, *HM*, *PV*, dan *HB*) memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan *mobile banking* syariah. Pengaruh tersebut dapat diperkuat atau dimoderasi oleh karakteristik pengguna seperti gender, usia, dan pengalaman. Kerangka teoritik ini menjadi dasar dalam menyusun model empiris yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor penentu niat penggunaan *mobile banking* syariah di Kota Samarinda.

Gambar 1: Kerangka Berpikir



Penjelasan:

1. Variabel Bebas (X) pada penelitian ini, yaitu: habit (X1), *Social influence* (X2), *facilitating conditions* (X3), *hedonic motivation* (X4), *price value* (X5), performance expectancy (X6), effort expectancy (X7).
2. Variabel Terikat (Y) pada penelitian ini, yaitu: behavioral intention(Y).
3. Variabel Moderasi (M) pada penelitian ini, yaitu: gender (M1), age (M2), experience (M3).

C. METODOLOGI PENELITIAN

Studi ini mengadopsi metode kuantitatif yang bersifat deskriptif dan verifikatif. Tujuan utama dari penerapan pendekatan ini adalah untuk menguji pengaruh berbagai konstruk yang terdapat dalam model UTAUT2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*) terhadap intensi masyarakat Kota Samarinda dalam menggunakan layanan mobile banking syariah. Pemilihan metodologi kuantitatif didasarkan pada pertimbangan bahwa pendekatan ini dinilai paling tepat untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antar variabel secara obyektif dan terstruktur (Creswell, 2014).

Populasi dan Sampel

Cakupan populasi dalam studi ini meliputi seluruh nasabah yang telah menggunakan aplikasi mobile banking dari Bank Umum Syariah (BUS) yang beroperasi di wilayah Samarinda. Mengingat kerangka sampel populasi yang tidak diketahui secara pasti serta karakteristiknya yang tersebar luas, penelitian ini menerapkan teknik *non-probability sampling*, khususnya dengan pendekatan *convenience sampling*. Teknik ini dipilih untuk memudahkan akuisisi data dari partisipan yang paling mudah dijangkau dan memiliki kesediaan untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner. Secara kuantitas, sampel yang berhasil dikumpulkan berjumlah 165 orang. Jumlah ini telah memenuhi dan mematuhi syarat minimum sampel untuk analisis SEM-PLS, yang mensyaratkan ukuran sampel minimal 10 kali lipat dari jumlah indikator pada variabel yang memiliki indikator terbanyak (Hair et al., 2010).

Sebagai upaya untuk memitigasi risiko bias dalam representasi sampel, penelitian ini juga melampirkan profil demografis partisipan yang terperinci, seperti yang tertera pada Tabel 3. Berdasarkan data yang terkumpul, dapat dilihat bahwa lebih dari separuh responden (50,9%) berada dalam rentang usia 20-30 tahun, didominasi oleh partisipan berjenis kelamin perempuan (72,7%), dan mayoritas telah memiliki pengalaman menggunakan layanan mobile banking selama lebih dari dua tahun (56,4%). Komposisi demografis ini mengindikasikan bahwa sebagian besar sampel penelitian berasal dari kalangan generasi muda yang telah melek teknologi dan secara aktif terlibat dalam penggunaan platform finansial digital. Oleh karena itu, sampel yang terbentuk dinilai

tetap memadai dan relevan untuk menganalisis pola adopsi mobile banking syariah di wilayah Samarinda.

Jumlah responden sudah memenuhi kriteria minimal untuk analisis SEM-PLS, yaitu minimal 10 kali jumlah indikator pada variabel dengan indikator terbanyak (Hair et al., 2010).

Tabel 2. Bank Umum Syariah (BUS) Di Kota Samarinda
Yang Memiliki Aplikasi *Mobile banking*

No	Nama Bank	Nama Aplikasi
1	Bank Muamalat Indonesia	Muamalat DIN
2	Bank Syariah Indonesia	BSI Mobile
3	Bank Mega Syariah	M-Syariah
4	Bank Syariah Bukopin	BISA Mobile by KBBS
5	Bank Aladin Syariah	Aladin: Bank Syariah Digital

Sumber: Data diolah dari Play Store dan OJK

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup yang dikembangkan berdasarkan konstruk dalam model UTAUT2. Kuesioner ini terdiri dari tujuh variabel independen, yaitu: (Venkatesh, et al., 2012)

1. *Performance Expectancy* (PE)
2. *Effort Expectancy* (EE)
3. *Social influence* (SI)
4. *Facilitating conditions* (FC)
5. *Hedonic motivation* (HM)
6. *Price value* (PV)
7. *Habit* (HB)

Sementara variabel dependen adalah *Behavioral Intention* (BI), dan variabel moderator yang dianalisis mencakup *gender*, *age*, dan *experience*.

Seluruh item diukur menggunakan skala Likert 4 poin, yaitu: 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 4 (Sangat Setuju). Skala ini dipilih untuk mendorong responden memberikan penilaian yang tegas serta meminimalkan bias jawaban netral (Hadi, 1991; Siregar, 2014).

Untuk meminimalkan potensi bias dalam desain survei, kuesioner disusun dengan redaksi yang jelas serta urutan pertanyaan yang sistematis, sehingga mengurangi kemungkinan pengaruh sosial maupun jawaban yang bersifat *leading*. Anonimitas responden juga dijaga untuk

meminimalkan *social desirability bias*. Selanjutnya, potensi *common method bias* diuji melalui *collinearity test*, di mana seluruh konstruk memiliki nilai VIF di bawah ambang batas 3,3. Hasil ini menunjukkan bahwa data penelitian bebas dari masalah bias metode umum.

Teknik Analisis Data

Proses analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan memanfaatkan teknik *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) melalui peranti lunak SmartPLS versi 3.3.9. Pemilihan metode SEM-PLS didasarkan pada beberapa pertimbangan metodologis. Pertama, teknik ini sangat ideal untuk pendekatan penelitian yang bersifat eksploratori. Kedua, SEM-PLS tidak mensyaratkan data berdistribusi normal secara mutlak dan dapat dioperasikan dengan ukuran sampel yang tidak terlalu besar. Kelebihan lainnya adalah kemampuannya dalam mengelola model penelitian yang kompleks, mencakup banyak konstruk dan indikator secara simultan (Hair et al., 2010).

Analisis dilakukan dalam dua tahap utama:

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*). Tahap awal analisis melibatkan penilaian kualitas pengukuran model. Hal ini mencakup pengujian validitas konvergen, yang dievaluasi melalui nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dengan batas minimum 0,50. Selanjutnya, keandalan suatu konstruk diukur memakai *Composite Reliability* (CR) yang harus mencapai nilai di atas 0,70. Untuk memastikan bahwa setiap konstruk memiliki karakteristik yang unik, dilakukan pula uji validitas diskriminan dengan memeriksa kriteria *Fornell-Larcker* dan *Heterotrait-Monotrait* (HTMT) ratio yang harus tidak melebihi nilai 0,90. Sebagai langkah tambahan, mengingat data diperoleh secara self-reported dan secara cross- sectional, penelitian ini juga melakukan pemeriksaan terhadap kemungkinan terjadinya *common method bias* (CMB). Pemeriksaan ini dilakukan dengan menerapkan full collinearity test sesuai rekomendasi dari Kock (2015).
2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*). Setelah model pengukuran (*outer model*) dinyatakan valid dan reliabel, tahap selanjutnya adalah menguji hubungan kausalitas antar variabel laten dalam model struktural. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menerapkan prosedur bootstrapping yang melibatkan 5.000 subsample. Suatu hubungan dinyatakan memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik apabila nilai probabilitas (p-value) yang dihasilkan kurang dari 0,05. Tidak hanya signifikansi, kualitas model juga dinilai berdasarkan besaran koefisien determinasi (R^2) untuk melihat kekuatan prediksi model, nilai Q^2 (*predictive relevance*) untuk menilai relevansi prediktif, dan SRMR (Standardized Root Mean Square Residual) sebagai salah satu indikator *goodness-of-fit*.

Dalam penelitian ini, teknik pemodelan persamaan struktural dengan pendekatan Partial Least Squares (SEM-PLS) diterapkan sebagai metode analisis data. Pemilihan SEM-PS didasarkan pada kesesuaiannya untuk penelitian eksploratori yang melibatkan model rumit, kemampuannya bekerja dengan sampel berukuran terbatas, serta fleksibilitasnya yang tidak memerlukan pemenuhan asumsi normalitas data. Sebagai teknik berbasis varians, SEM-PLS mengoptimalkan varians yang dapat dijelaskan pada konstruk dependen, sehingga tepat untuk diaplikasikan dalam studi yang melibatkan banyak variabel laten. Proses komputasi dan pengujian model dilakukan menggunakan software SmartPLS.

Evaluasi model dilakukan secara bertahap, dimulai dengan penilaian outer model (model pengukuran) untuk memverifikasi validitas dan reliabilitas instrumen, guna memastikan akurasi dan konsistensi pengukuran setiap konstruk laten. Tahap berikutnya adalah evaluasi inner model (model struktural) yang menguji hubungan kausal antar variabel sesuai dengan kerangka konseptual yang diajukan. Pengujian signifikansi statistik dalam model struktural menggunakan teknik bootstrapping untuk menghasilkan t- statistic dan p-value, dengan patokan signifikansi pada p-value di bawah 0.05 (tingkat kepercayaan 95%). Seluruh rangkaian prosedur analitis ini dirancang untuk memastikan model yang dibangun memenuhi standar kecocokan (model fit) dan menghasilkan estimasi parameter yang andal dalam menjawab pertanyaan penelitian (Chin, 1998).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Data

Peneliti berhasil mengumpulkan data dari 222 responden, namun hanya 165 di antaranya yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Karakteristik dari 165 responden tersebut disajikan dalam Tabel 3.

Tabel 3. Statistik Deskriptif Karakteristik Responden

Variabel	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki - Laki	45	27.3
	Perempuan	120	72.7
Usia	< 20 Tahun	0	0
	20 - 30 Tahun	84	50.9
	31 - 40 Tahun	44	26.7
	41 - 50 Tahun	32	18.4
	> 50 Tahun	5	3
Pengalaman	< 2 Bulan	0	0
	2 Bulan - 1 Tahun	27	16.4
	1 - 2 Tahun	45	27.3
	> 2 Tahun	93	56.4

Sumber: Hasil olah data

Tabel 3 menyajikan 165 responden, mayoritas adalah perempuan sebanyak 120 orang (72.7%), sementara laki-laki sebanyak 45 orang (27.3%). Distribusi usia menunjukkan bahwa kelompok usia terbanyak adalah 20-30 tahun dengan 84 responden (50.9%), diikuti oleh usia 31-40 tahun sebanyak 44 responden (26.7%). Kelompok usia 41-50 tahun terdiri dari 32 responden (19.4%), sedangkan kelompok usia di atas 50 tahun hanya 5 responden (3.0%). Tidak ada responden yang berusia di bawah 20 tahun.

Pengalaman responden dalam kategori pengalaman mayoritas memiliki pengalaman lebih dari 2 tahun sebanyak 93 orang (56.4%). Responden dengan pengalaman 1-2 tahun berjumlah 45 orang (27.3%), sementara 27 orang (16.4%) memiliki pengalaman 2 bulan hingga 1 tahun. Tidak ada responden yang memiliki pengalaman kurang dari 2 bulan. Distribusi responden mayoritasnya adalah perempuan dan sebagian besar berada dalam rentang usia 20-30 tahun. Sebagian besar responden memiliki pengalaman lebih dari dua tahun dalam penggunaan *mobile banking syariah*. Hal ini memberikan gambaran tentang demografi dan tingkat pengalaman responden yang dapat mempengaruhi hasil penelitian.

Uji Validitas

Tabel 4. Uji Validitas

Variabel	Item	Outer loadings	AVE
Niat Penggunaan (BI)	BI1	0.837	0.712
	BI2	0.878	
	BI3	0.826	
	BI4	0.832	
Ekspektasi Usaha (EE)	EE1	0.863	0.765
	EE2	0.878	
	EE3	0.883	
Kondisi Pendukung (FC)	FC1	0.857	0.730
	FC2	0.869	
	FC3	0.835	
	FC4	0.856	
Kebiasaan (HB)	HB1	0.837	0.671
	HB2	0.810	
	HB3	0.811	
	HB4	0.819	
Motivasi Hedonis (HM)	HM1	0.863	0.760
	HM2	0.887	
	HM3	0.877	
	HM4	0.860	
Ekspektasi Kinerja (PE)	PE1	0.850	0.727
	PE2	0.854	

	PE3	0.877	
	PE4	0.828	
Nilai Harga (PV)	PV1	0.800	0.718
	PV2	0.853	
	PV3	0.866	
	PV4	0.868	
Pengaruh Sosial (SI)	SI1	0.856	0.714
	SI2	0.827	
	SI3	0.848	
	SI4	0.849	

Sumber: Hasil olah data SmartPLS4

Niat Penggunaan (BI). Semua item (BI1, BI2, BI3, BI4) memiliki *outer loading* di atas 0,70, dengan nilai tertinggi pada BI2 (0,878). Ini menunjukkan bahwa semua item valid dalam mengukur variabel Niat Penggunaan.

Ekspektasi Usaha (EE). Semua item (EE1, EE2, EE3) juga memiliki *outer loading* di atas 0,70, dengan nilai tertinggi pada EE3 (0,883). Hal ini mengindikasikan validitas yang baik dari indikator ini.

Kondisi Pendukung (FC). Item-item pada variabel ini (FC1, FC2, FC3, FC4) menunjukkan *outer loading* yang tinggi, dengan nilai tertinggi pada FC2 (0,869), yang berarti validitasnya terkonfirmasi.

Kebiasaan (HB). Semua item (HB1, HB2, HB3, HB4) memiliki *outer loading* di atas 0,70, dengan nilai tertinggi pada HB1 (0,837), menunjukkan validitas yang memadai.

Motivasi Hedonis (HM). Item-item pada variabel ini (HM1, HM2, HM3, HM4) memiliki *outer loading* yang sangat baik, dengan nilai tertinggi pada HM2 (0,887), menunjukkan validitas yang kuat.

Ekspektasi Kinerja (PE). Semua item (PE1, PE2, PE3, PE4) memiliki *outer loading* di atas 0,70, dengan nilai tertinggi pada PE3 (0,877). Ini menegaskan bahwa indikator ini valid dalam mengukur variabel Ekspektasi Kinerja.

Nilai Harga (PV). Item-item pada variabel ini (PV1, PV2, PV3, PV4) juga menunjukkan *outer loading* yang tinggi, dengan nilai tertinggi pada PV4 (0,868), memastikan validitas yang baik.

Pengaruh Sosial (SI). Semua item (SI1, SI2, SI3, SI4) memiliki *outer loading* di atas 0,70, dengan nilai tertinggi pada SI1 (0,856). Ini mengonfirmasi validitas item dalam mengukur variabel Pengaruh Sosial.

Secara keseluruhan, semua item dalam variabel yang diuji memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70, menunjukkan bahwa semua indikator valid dalam mengukur masing-masing variabel sesuai dengan rekomendasi (Hair et al., 2017).

Uji Validitas Konvergen

Dalam evaluasi model pengukuran, uji validitas konvergen dilakukan dengan menganalisis nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Nilai AVE merepresentasikan proporsi varians dari indikator-indikator yang mampu dijelaskan oleh konstruk latennya. Berdasarkan kriteria yang berlaku, nilai AVE minimal sebesar 0,50 menjadi ambang batas untuk menyatakan suatu konstruk memiliki validitas konvergen yang memadai. Hasil perhitungan yang tertuang dalam Tabel 4 mengungkapkan bahwa seluruh konstruk dalam studi ini mencapai nilai AVE yang melampaui batas minimum tersebut. Temuan ini membuktikan bahwa setiap variabel laten telah memenuhi syarat validitas konvergen. Lebih lanjut, hal ini mengonfirmasi bahwa indikator pengukuran pada masing-masing konstruk memiliki kemampuan yang kuat dalam merepresentasikan variabel yang dimaksud.

Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan menunjukkan bahwa suatu variabel laten berbeda secara teori dan empiris dari konstruk atau variabel lainnya. Dalam penelitian ini validitas diskriminan diukur menggunakan *Fornell-Larcker Criterion* dan *Heterotrait Monotrait Ratio* (HTMT).

Tabel 5. Uji Heterotrait-Monotrait Ratio Of Correlations (HTMT)

	BI	EE	FC	HB	HM	PE	PV	SI
BI								
EE	0.670							
FC	0.762	0.416						
HB	0.814	0.463	0.601					
HM	0.449	0.108	0.231	0.154				
PE	0.736	0.379	0.403	0.484	0.219			
PV	0.838	0.395	0.398	0.445	0.282	0.534		
SI	0.708	0.394	0.322	0.373	0.204	0.372	0.647	

Sumber: Hasil olah data SmartPLS4

Dari Tabel 5 di atas, bahwa semua nilai HTMT antara variabel adalah di bawah 0,90:

1. Nilai HTMT tertinggi adalah 0,838 antara variabel BI dan PV.
2. Nilai HTMT terendah adalah 0,108 antara variabel EE dan HM.

Dengan demikian, semua nilai HTMT memenuhi kriteria di bawah 0,90, yang berarti evaluasi validitas diskriminan diterima.

Tabel 6. Uji Fornell Lacker Criterion

	BI	EE	FC	HB	HM	PE	PV	SI
BI	0.844							
EE	0.575	0.875						
FC	0.669	0.365	0.854					
HB	0.695	0.395	0.521	0.819				
HM	0.397	0.096	0.207	0.133	0.872			
PE	0.645	0.330	0.361	0.419	0.199	0.852		
PV	0.729	0.339	0.353	0.389	0.253	0.470	0.847	
SI	0.614	0.336	0.283	0.323	0.182	0.328	0.564	0.845

Sumber: Hasil olah data SmartPLS4

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan pada Tabel 6, dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas diskriminan *Fornell-Larcker*. Seperti terlihat pada tabel, kondisi ini berlaku untuk semua variabel:

1. Nilai akar AVE Behavioral Intention (BI) sebesar 0,844 melebihi nilai korelasinya dengan variabel manapun.
2. Pada variabel Effort Expectancy (EE), akar AVE (0,875) lebih unggul dibandingkan korelasi silangnya.
3. Demikian halnya dengan Facilitating Conditions (FC), dimana akar AVE (0,854) mengungguli semua nilai korelasinya.
4. Pola yang sama terlihat pada Habit (HB), dengan akar AVE 0,819 yang lebih besar dari nilai korelasi antar variabelnya.
5. Performance Expectancy (PE) menunjukkan akar AVE 0,852 yang melampaui seluruh koefisien korelasinya.
6. Price Value (PV) memiliki akar AVE 0,847 yang lebih besar dari nilai korelasi dengan variabel lainnya.
7. Terakhir, akar AVE Social Influence (SI) sebesar 0,845 juga lebih tinggi dibandingkan dengan semua korelasinya.
8. Terakhir, akar AVE Social Influence (SI) sebesar 0,845 juga lebih tinggi dibandingkan dengan semua korelasinya.

Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa seluruh konstruk dalam model telah memenuhi syarat validitas diskriminan.

Berdasarkan hasil evaluasi yang menerapkan dua metode berbeda, yaitu Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) dan Fornell-Larcker Criterion, dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh konstruk yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi prasyarat validitas diskriminan. Pemenuhan kriteria ini ditandai dengan dua bukti empiris utama: (1) seluruh nilai HTMT yang diperoleh berada di bawah ambang batas 0,90, dan (2) nilai akar kuadrat Average Variance Extracted (AVE) untuk setiap variabel laten terbukti lebih tinggi jika dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruk lainnya. Temuan ini secara kolektif mengonfirmasi bahwa setiap variabel dalam model pengukuran memiliki karakteristik yang unik dan dapat dibedakan secara empiris dari variabel lain, sehingga membuktikan bahwa pengukurannya memang spesifik dan tidak tumpang tindih.

Uji Reliabilitas

Tabel 7 . Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	
		rho_a	rho_c
Niat Penggunaan (BI)	0.865	0.866	0.908
Ekspektasi Usaha (EE)	0.846	0.847	0.907
Kondisi Pendukung (FC)	0.877	0.881	0.915
Kebiasaan (HB)	0.837	0.840	0.891
Motivasi Hedonis (HM)	0.895	0.901	0.927
Ekspektasi Kinerja (PE)	0.875	0.882	0.914
Nilai Harga (PV)	0.869	0.871	0.910
Pengaruh Sosial (SI)	0.867	0.868	0.909

Sumber: Hasil olah data SmartPLS4

Evaluasi terhadap keandalan alat ukur, seperti yang tertera pada Tabel 7, mengonfirmasi bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini telah memenuhi standar reliabilitas. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (CR) untuk setiap variabel yang seluruhnya berada jauh di atas batas ambang penerimaan sebesar 0,70. Secara lebih spesifik, koefisien *Cronbach's Alpha* yang diperoleh berada dalam rentang 0,837 sampai 0,895, sementara nilai CR, baik itu *rho_a* maupun *rho_c*, berkisar antara 0,840 hingga 0,927. Keseluruhan hasil ini tidak hanya memenuhi namun melampaui nilai minimum yang disyaratkan, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat tinggi dan tergolong sangat baik

(*excellent*). Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa instrumen penelitian yang digunakan telah teruji kehandalannya dan secara akurat mampu mengukur setiap konstruk yang dimaksudkan.

Uji Multikolinier

Tabel 8. Collinearity Statistics (VIF)

Item			VIF
Ekspektasi Usaha (EE)	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	1.981
Fasilitas Pendukung (FC)	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	1.872
Kebiasaan (HB)	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	1.981
Motivasi Hedonis (HM)	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	1.258
Ekspektasi Kinerja (PE)	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	2.181
Nilai Harga (PV)	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	2.239
Pengaruh Sosial (SI)	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	1.926
Jenis Kelamin (GN)	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	1.363
Usia (AG)	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	1.324
Pengalaman (EXP)	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	1.181
GN · PE	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	3.327
GN · HM	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	1.546
GN · HB	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	2.278
GN · FC	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	2.043
GN · SI	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	2.266
GN · PV	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	2.718
GN · EE	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	2.801
AG · PE	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	1.834
AG · SI	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	1.757
AG · FC	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	1.944
AG · HB	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	1.668
AG · PV	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	1.967

AG · EE	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	1.668
AG · HM	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	1.537
EXP · HM	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	1.354
EXP · SI	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	1.513
EXP · EE	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	1.679
EXP · FC	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	1.379
EXP · HB	<input type="checkbox"/>	Niat Penggunaan (BI)	1.667

Sumber: Hasil olah data SmartPLS4

Berdasarkan tabel 8 yang menampilkan *Collinearity Statistics* (VIF) untuk berbagai variabel yang mempengaruhi Niat Penggunaan (BI), dapat disimpulkan pengujian multikolinier menggunakan nilai inner VIF menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai VIF di bawah 3, kecuali untuk GN · PE Niat Penggunaan (BI). Dalam tabel ini, tidak ada satu pun variabel yang memiliki nilai VIF yang mencapai atau melebihi 5, sehingga dapat disimpulkan bahwa multikolinieritas tidak signifikan. Secara keseluruhan, hasil pengujian multikolinieritas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel bebas dapat digunakan dalam analisis regresi tanpa kekhawatiran adanya multikolinieritas yang signifikan.

Uji Hipotesis

Tabel 9. Uji Hipotesis

	Original sample	Sample mean	Standard deviation	T statistics	P values
HB <input type="checkbox"/> BI	0.253	0.261	0.048	5.254	0.000
GN · HB <input type="checkbox"/> BI	0.026	0.016	0.052	0.490	0.624
AG · HB <input type="checkbox"/> BI	-0.006	-0.001	0.040	0.143	0.887
EXP · HB <input type="checkbox"/> BI	-0.015	-0.018	0.043	0.346	0.729
SI <input type="checkbox"/> BI	0.137	0.137	0.031	4.352	0.000
GN · SI <input type="checkbox"/> BI	-0.009	-0.015	0.032	0.278	0.781
AG · SI <input type="checkbox"/> BI	0.053	0.050	0.030	1.750	0.080
EXP · SI <input type="checkbox"/> BI	0.078	0.073	0.025	3.080	0.002

FC □ BI	0.229	0.233	0.045	5.121	0.000
GN · FC □ BI	0.035	0.031	0.041	0.873	0.382
AG · FC □ BI	-0.037	-0.047	0.046	0.799	0.424
EXP · FC □ BI	0.009	0.016	0.036	0.244	0.807
HM □ BI	0.174	0.178	0.027	6.347	0.000
GN · HM □ BI	-0.068	-0.062	0.030	2.259	0.024
AG · HM □ BI	-0.059	-0.057	0.032	1.874	0.061
EXP · HM □ BI	-0.006	-0.006	0.024	0.251	0.802
PV □ BI	0.289	0.283	0.030	9.502	0.000
GN · PV □ BI	-0.011	-0.011	0.036	0.311	0.756
AG · PV □ BI	0.010	0.015	0.030	0.346	0.729
PE □ BI	0.161	0.158	0.052	3.088	0.002
GN · PE □ BI	0.059	0.069	0.068	0.876	0.381
AG · PE □ BI	0.030	0.028	0.034	0.871	0.384
EE □ BI	0.167	0.164	0.039	4.255	0.000
GN · EE □ BI	-0.106	-0.102	0.043	2.488	0.013
AG · EE □ BI	-0.068	-0.065	0.032	2.125	0.034
EXP · EE □ BI	-0.048	-0.048	0.027	1.771	0.077

Sumber: Hasil olah data SmartPLS4

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menerapkan teknik bootstrapping dalam analisis Structural Equation Modeling (SEM-PLS). Suatu hipotesis dinyatakan didukung oleh data empiris apabila nilai p-value yang diperoleh kurang dari 0,05, yang mengindikasikan adanya pengaruh yang signifikan secara statistik. Hasil analisis, yang dirangkum dalam Tabel 9, mengungkapkan temuan sebagai berikut:

1. Variabel Kebiasaan (HB) terbukti berpengaruh signifikan dan positif terhadap Niat Penggunaan (BI), ditunjukkan dengan nilai koefisien jalur 0,253 (*p-value* = 0,000). Temuan ini mengimplikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada skor HB akan diikuti oleh kenaikan sebesar 0,253 satuan pada BI, dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

2. Pengaruh Sosial (SI) juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap BI (koefisien jalur = 0,137; *p-value* = 0,000). Hal ini berarti bahwa peningkatan dalam persepsi tekanan sosial akan mendorong peningkatan niat penggunaan sebesar 0,137 satuan.
3. Fasilitas Pendukung (FC) memberikan pengaruh signifikan yang positif terhadap BI, dengan koefisien jalur sebesar 0,229 (*p-value* = 0,000). Dengan kata lain, perbaikan dalam kondisi pendukung akan meningkatkan niat behavioral sebesar 0,229 satuan.
4. Motivasi Hedonis (HM) memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan (BI) dengan koefisien jalur sebesar 0,174 dan *p-value* 0,000 (< 0,05). Artinya, Jika ada peningkatan 1 poin pada HM, maka terjadi kenaikan 0,174 poin pada BI dengan asumsi variabel lainnya di anggap konstan.
5. Motivasi Hedonis (HM) secara statistik signifikan memengaruhi BI, dengan koefisien sebesar 0,174 (*p-value* = 0,000). Ini menandakan bahwa unsur kesenangan dalam penggunaan teknologi berperan dalam membentuk niat, di mana setiap kenaikan satu satuan HM akan menaikkan BI sebesar 0,174 satuan.
6. Ekspektasi Kinerja (PE) memiliki pengaruh signifikan terhadap BI (koefisien jalur = 0,161; *p-value* = 0,002), yang menunjukkan bahwa keyakinan terhadap manfaat teknologi berkontribusi pada pembentukan niat.
7. Ekspektasi Usaha (EE) juga signifikan memprediksi BI, dengan koefisien jalur 0,167 (*p-value* = 0,000). Implikasinya, persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor penentu dalam membangkitkan niat untuk mengadopsi teknologi.

Hasil olah data variabel moderasi:

1. Jenis Kelamin (GN) signifikan dalam memoderasi pengaruh HM terhadap niat penggunaan (BI) dengan koefisien jalur moderasi -0.068 dan *p-value* 0.024 (< 0,05). Artinya, Jika ada peningkatan 1 poin pada interaksi GN dan EE, maka terjadi penurunan 0.068 poin pada BI dengan asumsi variabel lainnya di anggap konstan.
2. Jenis Kelamin (GN) signifikan dalam memoderasi pengaruh EE terhadap niat penggunaan (BI) dengan koefisien jalur moderasi -0.106 dan *p-value* 0.013 < 0,05. Artinya, Jika ada peningkatan 1 poin pada interaksi GN dan EE, maka terjadi penurunan 0,106 poin pada BI dengan asumsi variabel lainnya di anggap konstan.
3. Jenis Kelamin (GN) tidak signifikan dalam memoderasi pengaruh HB terhadap niat penggunaan (BI) dengan *p-value* 0.624 (> 0,05).
4. Jenis Kelamin (GN) tidak signifikan dalam memoderasi pengaruh SI terhadap niat penggunaan (BI) dengan *p-value* 0.781 (> 0,05).

5. Jenis Kelamin (GN) tidak signifikan dalam memoderasi pengaruh FC terhadap niat penggunaan (BI) dengan p-value 0.382 ($> 0,05$).
6. Jenis Kelamin (GN) tidak signifikan dalam memoderasi pengaruh PV terhadap niat penggunaan (BI) dengan p-value 0.756 ($> 0,05$).
7. Jenis Kelamin (GN) tidak signifikan dalam memoderasi pengaruh PE terhadap niat penggunaan (BI) dengan p-value 0.381 ($> 0,05$).
8. Usia (AG) signifikan dalam memoderasi pengaruh EE terhadap niat penggunaan (BI) dengan koefisien jalur moderasi -0.068 dan p-value 0.034 ($< 0,05$). Artinya, Jika ada peningkatan 1 poin pada interaksi AG dan EE, maka terjadi penurunan 0,068 poin pada BI dengan asumsi variabel lainnya di anggap konstan.
9. Usia (AG) tidak signifikan dalam memoderasi pengaruh HB terhadap niat penggunaan (BI) dengan p-value 0.887 ($> 0,05$).
10. Usia (AG) tidak signifikan dalam memoderasi pengaruh SI terhadap niat penggunaan (BI) dengan p-value 0.080 ($> 0,05$).
11. Usia (AG) tidak signifikan dalam memoderasi pengaruh FC terhadap niat penggunaan (BI) dengan p-value 0.424 ($> 0,05$).
12. Usia (AG) tidak signifikan dalam memoderasi pengaruh HM terhadap niat penggunaan (BI) dengan p-value 0.061 ($> 0,05$).
13. Usia (AG) tidak signifikan dalam memoderasi pengaruh PV terhadap niat penggunaan (BI) dengan p-value 0.729 ($> 0,05$).
14. Usia (AG) tidak signifikan dalam memoderasi pengaruh PE terhadap niat penggunaan (BI) dengan p-value 0.384 ($> 0,05$).
15. Pengalaman (EXP) signifikan dalam memoderasi pengaruh SI terhadap niat penggunaan (BI) dengan koefisien jalur moderasi 0.078 dan p-value 0.002 $< 0,05$. Artinya, Jika ada peningkatan 1 poin pada interaksi EXP dan EE, maka terjadi kenaikan 0,078 poin pada BI dengan asumsi variabel lainnya di anggap konstan.
16. Pengalaman (EXP) tidak signifikan dalam memoderasi pengaruh HB terhadap niat penggunaan (BI) dengan p-value 0.729 ($> 0,05$).
17. Pengalaman (EXP) tidak signifikan dalam memoderasi pengaruh FC terhadap niat penggunaan (BI) dengan p-value 0.807 ($> 0,05$).
18. Pengalaman (EXP) tidak signifikan dalam memoderasi pengaruh HM terhadap niat penggunaan (BI) dengan p-value 0.802 ($> 0,05$).

19. Pengalaman (EXP) tidak signifikan dalam memoderasi pengaruh EE terhadap niat penggunaan (BI) dengan p-value 0.077 ($> 0,05$).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar jalur moderasi gender, usia, dan pengalaman tidak signifikan. Temuan ini memiliki implikasi teoretis penting. Pertama, tidak signifikannya sebagian besar peran moderasi gender dapat mengindikasikan bahwa adopsi mobile banking syariah di Samarinda bersifat semakin *gender-neutral*, sejalan dengan tren digitalisasi yang merata pada laki-laki maupun perempuan. Kedua, lemahnya efek moderasi usia juga dapat merefleksikan bahwa penggunaan layanan digital perbankan syariah telah meluas di berbagai kelompok umur, sehingga faktor usia tidak lagi menjadi pembeda yang kuat. Dengan demikian, hasil ini memperkuat argumen bahwa dalam konteks keuangan syariah, faktor-faktor UTAUT2 utama lebih dominan dibandingkan faktor demografis dalam memengaruhi niat penggunaan.

Uji F Square

Tabel 10 . Uji F-Square (F^2)

Item		F^2	Effect Size
Kebiasaan (HB)	<input type="checkbox"/> Niat Penggunaan (BI)	0.504	Tinggi
GN · HB	<input type="checkbox"/> Niat Penggunaan (BI)	0.005	Rendah
AG · HB	<input type="checkbox"/> Niat Penggunaan (BI)	0.000	Null
EXP · HB	<input type="checkbox"/> Niat Penggunaan (BI)	0.002	Null
Pengaruh Sosial (SI)	<input type="checkbox"/> Niat Penggunaan (BI)	0.152	Sedang
GN · SI	<input type="checkbox"/> Niat Penggunaan (BI)	0.001	Null
AG · SI	<input type="checkbox"/> Niat Penggunaan (BI)	0.023	Tinggi
EXP · SI	<input type="checkbox"/> Niat Penggunaan (BI)	0.056	Tinggi
Fasilitas Pendukung (FC)	<input type="checkbox"/> Niat Penggunaan (BI)	0.435	Tinggi
GN · FC	<input type="checkbox"/> Niat Penggunaan (BI)	0.012	Sedang
AG · FC	<input type="checkbox"/> Niat Penggunaan (BI)	0.011	Sedang
EXP · FC	<input type="checkbox"/> Niat Penggunaan (BI)	0.001	Null
Motivasi Hedonis (HM)	<input type="checkbox"/> Niat Penggunaan (BI)	0.375	Tinggi
GN · HM	<input type="checkbox"/> Niat Penggunaan (BI)	0.049	Tinggi

AG · HM	<input type="checkbox"/> Niat Penggunaan (BI)	0.053	Tinggi
EXP · HM	<input type="checkbox"/> Niat Penggunaan (BI)	0.000	Null
Nilai Harga (PV)	<input type="checkbox"/> Niat Penggunaan (BI)	0.582	Tinggi
GN · PV	<input type="checkbox"/> Niat Penggunaan (BI)	0.001	Null
AG · PV	<input type="checkbox"/> Niat Penggunaan (BI)	0.001	Null
Ekspektasi Kinerja (PE)	<input type="checkbox"/> Niat Penggunaan (BI)	0.186	Sedang
GN · PE	<input type="checkbox"/> Niat Penggunaan (BI)	0.015	Sedang
AG · PE	<input type="checkbox"/> Niat Penggunaan (BI)	0.008	Rendah
Ekspektasi Usaha (EE)	<input type="checkbox"/> Niat Penggunaan (BI)	0.219	Sedang
GN · EE	<input type="checkbox"/> Niat Penggunaan (BI)	0.067	Tinggi
AG · EE	<input type="checkbox"/> Niat Penggunaan (BI)	0.042	Tinggi
EXP · EE	<input type="checkbox"/> Niat Penggunaan (BI)	0.026	Tinggi

Sumber: Hasil olah data SmartPLS4, 2024

Berdasarkan ukuran efek (*effect size*) F^2 , dapat disimpulkan bahwa beberapa variabel independen seperti Fasilitas Pendukung (FC), Kebiasaan (HB), Motivasi Hedonis (HM), dan Nilai Harga (PV) memiliki pengaruh tinggi terhadap Niat Penggunaan (BI). Sementara itu, Ekspektasi Usaha (EE) dan Ekspektasi Kinerja (PE) memiliki pengaruh sedang.

Untuk variabel moderasi, terdapat beberapa interaksi yang memiliki pengaruh tinggi terhadap Niat Penggunaan (BI), seperti interaksi antara Jenis Kelamin (GN) dengan Motivasi Hedonis (HM) dan Ekspektasi Usaha (EE), serta interaksi antara Usia (AG) dengan Ekspektasi Usaha (EE) dan Motivasi Hedonis (HM). Namun, banyak interaksi lainnya memiliki pengaruh rendah atau tidak ada pengaruh signifikan.

Uji R-Square (R²)

Tabel 11. Uji R-Square / R²

Item	R-square	R-square adjusted
Niat Penggunaan (BI)	0.936	0.922

Sumber: Hasil olah data

Nilai R-Square untuk variabel Niat Penggunaan (BI) sebagai berikut:

1. R-Square (0,936), Ini menunjukkan bahwa 93,6% variabilitas dalam Niat Penggunaan (BI) dapat dijelaskan oleh variabel-variabel eksogen dalam model. Menurut Hair et al., nilai ini termasuk dalam kategori pengaruh substantial.
2. R-Square adjusted (0,922 / 92,2%), Ini adalah nilai R^2 yang telah disesuaikan untuk jumlah variabel prediktor dalam model. Nilai ini juga sangat tinggi, menunjukkan bahwa penyesuaian model memperhitungkan kompleksitas model dengan baik dan tetap menunjukkan pengaruh yang substansial.

Dengan nilai R-Square sebesar 0,936 dan R-Square adjusted sebesar 0,922, dapat disimpulkan bahwa model ini memiliki pengaruh yang substansial dalam menjelaskan variabilitas Niat Penggunaan (BI). Hal ini berarti bahwa variabel-variabel dalam model sangat efektif dalam menjelaskan perubahan atau variasi dalam niat penggunaan, menunjukkan bahwa model ini sangat kuat dan baik dalam memprediksi variabel endogen tersebut.

Uji Q-Square (Q2)

Tabel 12. Uji Q-Square / Q^2

Item	Q^2 predict
Niat Penggunaan (BI)	0,888

Sumber: Hasil olah data

Nilai Q^2 (Q-Square) yang diperoleh sebesar 0,888 mengindikasikan kapasitas prediktif model yang sangat tinggi. Angka ini, yang jauh melampaui ambang batas 0,50, membuktikan bahwa model struktural yang dibangun memiliki relevansi prediktif (predictive relevance) yang sangat kuat. Dengan demikian, variabel-variabel eksogen dalam penelitian ini secara kolektif menunjukkan efektivitas yang sangat besar dalam memprediksi dan menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel endogen, yaitu Niat Penggunaan (BI). Temuan ini memperkuat validitas model secara keseluruhan dalam meramalkan perilaku.

UJI Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)

Tabel 13. Uji Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.055	0.055

Sumber: Hasil olah data SmartPLS4

Nilai SRMR sebesar 0,055 baik untuk model yang disaturasi maupun model yang diestimasi menunjukkan bahwa perbedaan antara matriks korelasi dari data yang diamati dengan matriks korelasi yang diestimasi oleh model adalah sangat kecil. Nilai ini berada di bawah batas 0,08, yang

menunjukkan bahwa model tersebut memiliki kecocokan yang baik. Hal ini berarti bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini mampu merefleksikan data yang diamati dengan sangat baik, menunjukkan bahwa estimasi model tersebut adalah akurat dan dapat dipercaya.

PLS Predict

Tabel 14. Uji PLS Predict

	Q²predict	PLS-SEM RMSE	PLS-SEM MAE	LM RMSE	LM MAE
BI1	0.629	0.498	0.415	0.588	0.486
BI2	0.701	0.436	0.355	0.458	0.372
BI3	0.609	0.468	0.393	0.499	0.417
BI4	0.573	0.542	0.452	0.627	0.521

Sumber: Hasil olah data SmartPLS4

Analisis komparatif yang dilakukan membuktikan keunggulan kapabilitas prediktif dari model PLS-SEM. Keunggulan ini ditunjukkan melalui nilai *Root Mean Square Error* (RMSE) dan *Mean Absolute Error* (MAE) untuk seluruh indikator yang secara konsisten lebih rendah jika dibandingkan dengan model *Linear Regression* (LM) yang berperan sebagai model dasar. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model PLS-SEM yang diajukan dalam penelitian ini tidak hanya akurat tetapi juga secara signifikan lebih efektif dan memiliki kekuatan peramalan yang lebih kuat dibandingkan pendekatan regresi linier konvensional.

Pembahasan

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh konstruk dalam model UTAUT2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan *mobile banking* syariah di Samarinda. Habit merupakan konstruk dengan pengaruh paling dominan, mengindikasikan bahwa penggunaan yang telah menjadi kebiasaan akan cenderung berulang tanpa perlu pengaruh eksternal yang kuat. Hal ini konsisten dengan studi (Venkatesh, et al., 2012) dan (Fenny Krisna Marpaung et al., 2021) yang menegaskan bahwa kebiasaan adalah prediktor kuat dalam perilaku penggunaan teknologi.

Konstruk performance expectancy dan effort expectancy juga terbukti signifikan, menunjukkan bahwa pengguna memprioritaskan kemudahan dan manfaat dalam mempertimbangkan penggunaan layanan digital syariah. Hasil ini didukung oleh studi (Rakesh Kumar et al., 2023) dan (Maja Iskandar et al., 2020).

Social influence yang signifikan menegaskan pentingnya dorongan dari lingkungan sosial (keluarga, teman, komunitas) dalam memengaruhi niat penggunaan, terutama dalam konteks budaya kolektif seperti Indonesia. Dukungan teknis dan infrastruktur (*facilitating conditions*), serta

nilai kesenangan (*hedonic motivation*) dan pertimbangan biaya-manfaat (*price value*) juga berperan dalam mendorong adopsi *mobile banking* berbasis syariah.

Hasil moderasi menunjukkan bahwa desain dan penyampaian layanan *mobile banking* syariah perlu mempertimbangkan perbedaan demografis, terutama dalam konteks pengalaman digital dan preferensi gender. Strategi pemasaran dan edukasi digital bank syariah sebaiknya disesuaikan dengan segmentasi pengguna agar lebih tepat sasaran.

Meskipun penelitian ini berfokus pada konstruk UTAUT2, perlu dicatat bahwa dalam konteks perbankan syariah, faktor religiusitas berpotensi memengaruhi niat penggunaan mobile banking. Beberapa studi menunjukkan bahwa religiusitas dapat memperkuat hubungan antara persepsi teknologi dan niat adopsi (Wibowo & Bin Bakri, 2024; Alfarizi & Ngatindriatun, 2022). Oleh karena itu, integrasi nilai-nilai syariah ke dalam model UTAUT2 menjadi peluang penelitian selanjutnya. Hal ini akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku adopsi teknologi pada layanan keuangan syariah.

E. KESIMPULAN

Kajian ini dirancang untuk mengkaji determinan-determinan yang membentuk intensi masyarakat Kota Samarinda dalam mengadopsi layanan mobile banking syariah dengan berpedoman pada kerangka teori UTAUT2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*). Hasil analisis statistik menggunakan SEM-PLS terhadap data dari 165 partisipan mengungkapkan sebuah temuan kunci: ketujuh konstruk inti dalam model UTAUT2 yakni ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi pendukung, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan—secara empiris terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat penggunaan. Di antara semua faktor tersebut, variabel kebiasaan (*habit*) teridentifikasi sebagai prediktor yang paling dominan dalam memengaruhi intensi perilaku konsumen.

Selain itu, variabel moderator seperti gender, usia, dan pengalaman terbukti memperkuat atau memperlemah pengaruh konstruk utama terhadap niat penggunaan, yang menunjukkan pentingnya pendekatan segmentasi dalam strategi adopsi teknologi keuangan berbasis syariah.

Implikasi teoretis dari studi ini adalah penguatan validitas model UTAUT2 dalam konteks keuangan syariah di Indonesia, khususnya pada perilaku penggunaan teknologi perbankan. Sementara itu, secara praktis, temuan ini memberikan dasar bagi pengambil kebijakan dan pelaku industri keuangan syariah untuk menyusun strategi pemasaran, edukasi digital, dan pengembangan fitur layanan yang sesuai dengan preferensi serta kebiasaan pengguna.

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi pijakan bagi studi-studi lanjutan dalam pengembangan layanan keuangan syariah berbasis teknologi, dengan mempertimbangkan faktor psikologis, sosial, dan demografis pengguna secara lebih komprehensif.

Saran

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat dijadikan pertimbangan bagi studi mendatang. Pertama, ruang lingkup penelitian terbatas pada pengguna mobile banking syariah di Kota Samarinda, sehingga generalisasi temuan masih bersifat lokal. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan geografis, mencakup wilayah urban dan rural lainnya di Indonesia agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif.

Kedua, meskipun model UTAUT2 mampu menjelaskan intensi penggunaan secara signifikan, variabel-variabel lain seperti trust (kepercayaan), religiosity (religiusitas), perceived risk (persepsi risiko), dan perceived security (persepsi keamanan) belum dimasukkan dalam model. Studi mendatang disarankan untuk mengintegrasikan variabel-variabel tersebut guna memperoleh pemahaman yang lebih dalam terhadap perilaku pengguna dalam konteks keuangan syariah.

Ketiga, pendekatan penelitian ini bersifat kuantitatif dengan teknik survei. Pendekatan mixed-method atau kualitatif eksploratif dapat digunakan pada penelitian selanjutnya untuk menggali dimensi pengalaman pengguna yang tidak dapat ditangkap oleh data kuantitatif saja.

Dengan mempertimbangkan arah pengembangan teknologi dan transformasi digital dalam sektor perbankan syariah, penelitian lanjutan juga dapat diarahkan untuk mengevaluasi pengaruh layanan berbasis AI (*Artificial Intelligence*), gamifikasi, maupun fitur interaktif lainnya terhadap loyalitas dan adopsi jangka panjang.

Referensi

- Adipurno, S. (2025). Peran Ekonomi Digital Islam dan Fintech Syariah dalam Mendukung Masyarakat Lokal. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 52–56.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Alfarizi, M., & Ngatindriatun, N. (2022). Indonesian halal msme open innovation with islamic fintech adoption. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 19(2), 221–243.
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. *Advances in Hospitality and Leisure*, 8(2).
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Fenny Krisna Marpaung et al. (2021). Behavioral Stimulus for Using Bank Mestika Mobile Banking Services: UTAUT2 Model Perspective. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 1(2).

- Goularte, A. D. C., & Zilber, S. N. (2019). The Moderating Role of Cultural Factors in The Adoption of Mobile Banking in Brazil. *International Journal of Innovation Science*, 11(1).
- Hadi, S. (1991). Metodelogi Research. *Andi Offset*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (2nd ed.). *SAGE*.
- Hilal, A., & Varela-Neira, C. (2022). Understanding Consumer Adoption of Mobile Banking: Extending the UTAUT2 Model with Proactive Personality. *Sustainability*, 14(22).
- Juwita Anggraini et al. (2019). Analysis of the Impact of Digitization of Islamic Banking For Small and Medium Enterprises (SMEs) in Indonesia. *Journal of International Conference Proceedings*, 2(1).
- Kementerian Dalam Negeri. (2024, April 24). *Visualisasi Data Kependudukan*. <https://gis.dukcapil.kemendagri.go.id/peta/>
- Kock, N. (2015). Common method bias in PLS-SEM: A full collinearity assessment approach. *International Journal of e-Collaboration*, 11(4), 1–10.
- Maja Iskandar et al. (2020). Analysis of Factors Affecting Behavioral Intention and Use of Behavioral of Mobile Banking Using Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 Model Approach. *International Review of Management and Marketing*, 10(2).
- Milad Farzin et al. (2021). Extending UTAUT2 in M-Banking Adoption and Actual Use Behavior: Does WOM Communication Matter *Asian Journal of Economics and Banking*, 5(2).
- Mohamad Merhi et al. (2021). An Empirical Examination of the Moderating Role of Age and Gender in Consumer Mobile Banking Use: A Cross-National, Quantitative Study. *Journal of Enterprise Information Management*, 34(4).
- Rakesh Kumar et al. (2023). How Does Perceived Risk and Trust Affect Mobile Banking Adoption? Empirical Evidence from India. *Sustainability*, 15(5).
- Setiawan, A., Diadani, P. S., Masyita, R., Putri, S. I. A., & Nurbaiti, N. (2025). Strategi Digitalisasi di Bank Syariah untuk Meningkatkan Daya Saing. *Deleted Journal*, 2(1), 260–270.
- Riyanto, R. B., Agustin, D., Pratama, H. Y., Arivia, N., Qiram, Z., & Wahyudi, M. A. T. (2025). Implementasi Ekonomi Digital pada Mahasiswa Universitas Islam Kadiri, Kediri dalam Perspektif Maqasid Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 26-30.
- Siregar, S. (2014). Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif. *Bumi Aksara*.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.
- Wibowo, D., & Bin Bakri, M. H. (2024). Determining factors in the adoption of fintech of sharia in Indonesia: analysis of the effect of utaut2, Es-qual, and religiosity. *Edelweiss Applied Science and Technology*.
- Zouari, G., & Abdelhedi, M. (2021). Customer satisfaction in the digital era: Evidence from Islamic banking. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1), 9.