

ABSTRAK

Riska Berliani, 2024, Analisis Penerimaan dan Penggunaan *Mobile Banking* dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) (Studi Kasus pada Nasabah BSI Kota Tasikmalaya): Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi

Perilaku menggunakan teknologi adalah kondisi nyata penggunaan sistem secara konseptual diukur melalui bentuk frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi tersebut. Berdasarkan studi pendahuluan bahwa sebanyak 95,8% responden setuju bahwa kepercayaan menjadi faktor yang diperhatikan dalam keputusan penggunaan BSI *mobile banking* selain persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh hubungan persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan dan kepercayaan terhadap perilaku menggunakan BSI *mobile banking* melalui sikap penggunaan dan intensi minat penggunaan oleh nasabah BSI di Kota Tasikmalaya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif korelasional. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner dan angket. Kemudian populasi pada penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia yang ada di Kota Tasikmalaya dengan sampel sebanyak 205 responden. Teknik analisis data dan uji hipotesis yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling-Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan *software* SmartPLS 3.0.

Hasil dari penelitian ini adalah intensi minat penggunaan (Z2) mampu memediasi variabel kepercayaan (X3) terhadap perilaku menggunakan (Y), sikap penggunaan dan intensi minat penggunaan (Z2) mampu memediasi persepsi kegunaan (X2) terhadap perilaku menggunakan (Y), sikap penggunaan mampu memediasi pengaruh persepsi kegunaan (X2) terhadap intensi minat penggunaan (Z2), intensi minat menggunakan (Z2) mampu memediasi pengaruh sikap penggunaan terhadap perilaku menggunakan (Y), sikap penggunaan (Z1) dan intensi minat penggunaan (Z2) mampu memediasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (X1) dan persepsi kegunaan (X2) terhadap perilaku menggunakan (Y). Namun, sikap penggunaan dan intensi minat penggunaan (Z2) tidak mampu memediasi persepsi kemudahan penggunaan (X2) terhadap perilaku menggunakan (Y) dan sikap penggunaan (Z1) tidak mampu memediasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (X1) terhadap intensi minat penggunaan (Z2) BSI *mobile banking*. Kontribusi bagi nasabah BSI yaitu sebagai tambahan wawasan pertimbangan penggunaan BSI *mobile banking* karena memberikan solusi yang positif dalam mengelola transaksi keuangan secara efisien sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Kata kunci: Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Sikap Penggunaan, Intensi Minat Penggunaan, Perilaku Menggunakan

ABSTRACT

Riska Berliani, 2024, *Analysis of Acceptance and Use of Mobile Banking using the Technology Acceptance Model (TAM) Approach (Case Study of BSI Customers in Tasikmalaya City): Islamic Economic Study Program, Faculty of Islamic, University of Siliwangi.*

Behavior using technology is the real condition of using the system conceptually measured through the form of frequency and duration of time using the technology. Based on a preliminary study that 95.8% of respondents agreed that trust is a factor that is considered in the decision to use BSI mobile banking in addition to perceived ease of use and perceived usefulness. The purpose of this study was to determine how the relationship between perceived ease of use, perceived usefulness, and trust influence the behavior of using BSI mobile banking through attitudes of use and intention to use by BSI customers in Tasikmalaya City.

The method used in this research is correlational quantitative method. Data collection techniques through questionnaires and questionnaires. Then the population in this study were Bank Syariah Indonesia customers in Tasikmalaya City, with a sample of 205 respondents. The data analysis technique and hypothesis testing used is Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) with SmartPLS 3.0 software.

The results of this study are intention to use (Z2) is able to mediate the trust variable (X3) on using behavior (Y), usage attitudes and intention to use (Z2) are able to mediate perceived usefulness (X2) on using behavior (Y), usage attitudes are able to mediate the effect of perceived usefulness (X2) on intention to use (Z2), intention to use (Z2) is able to mediate the effect of usage attitude on usage behavior (Y), usage attitude (Z1) and intention to use (Z2) are able to mediate the effect of perceived ease of use (X1) and perceived usefulness (X2) on usage behavior (Y). However, usage attitudes and intention to use (Z2) are unable to mediate perceived ease of use (X2) on usage behavior (Y) and usage attitudes (Z1) are unable to mediate the effect of perceived ease of use (X1) on intention to use (Z2) BSI mobile banking. and usage attitudes (Z1) are unable to mediate the effect of perceived ease of use (X1) on intention to use (Z2) BSI mobile banking. The contribution for BSI customers is as an additional insight into the consideration of using BSI mobile banking because it provides a positive solution in managing financial transactions efficiently in accordance with sharia principles.

Keyword: Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Attitudes to Use, Intentions to Use, Use Behavior