

Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Pada Bank Konvensional dan Bank Syariah di Nusa Tenggara Barat: Pembuktian Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Taufiq Chaidir*, Ihsan Ro'is, Akhmad Jufri
Fakultas Ekonomi dan Bisnis - Universitas Mataram

*Corresponding Email: taufiqch@unram.ac.id

Info Artikel

Kata Kunci:

m-banking, unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT), niat berperilaku, perilaku menggunakan

ABSTRAK

Beberapa strategi ditempuh perbankan untuk meningkatkan kualitas dan ragam layanan keuangan, dimana sejumlah bank mengembangkan digital banking secara internal (*in house*) yang berfokus pada *multichannel delivery* terutama m-banking, sehingga fungsi layanan bank menjadi lebih efisien. Salah satu konstruksi model yang kiranya dapat membuktikan penerimaan dan penggunaan teknologi m-banking adalah model *unified theory of acceptance and use of technology* (UTAUT). Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan bahwa harapan kinerja, harapan berusaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, jenis kelamin, dan usia berpengaruh langsung dan signifikan terhadap niat berperilaku menggunakan m-banking, serta untuk membuktikan bahwa niat berperilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menggunakan m-banking.

Lokasi penelitian di 2 Kota dan 8 Kabupaten di Provinsi Nusa Tenggara Barat. Metode pengumpulan data menggunakan sampel survey, dengan jumlah sampel sebanyak 100 nasabah pengguna m-banking. Teknik sampling menggunakan metode *judgement sampling*, adapun alat pengumpulan data menggunakan kuesioner memanfaatkan aplikasi *google form*. Pengujian hipotesis menggunakan alat analisis SEM-PLS.

Hasil penelitian membuktikan bahwa bahwa dari 4 variabel yakni harapan kinerja, harapan usaha, dukungan sosial, dan kondisi fasilitas, hanya harapan usaha yang tidak berpengaruh signifikan, sedangkan harapan kinerja, dukungan sosial, dan kondisi fasilitas berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku menggunakan m-banking. Efek moderasi jenis kelamin dan usia tidak berpengaruh terhadap niat berperilaku dan perilaku menggunakan m-banking. Adapun niat berperilaku berpengaruh signifikan terhadap perilaku menggunakan m-banking pada bank konvensional dan bank syariah di Provinsi NTB. Perilaku menggunakan m-banking dapat diukur melalui niat dan dianggap sebagai variabel penting dalam penerimaan teknologi, hal tersebut secara eksplisit diungkapkan bahwa niat perilaku sebenarnya mengarah pada penggunaan

teknologi.

1. PENDAHULUAN

Di Indonesia dikenal dua sistem perbankan yakni sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah. Kesamaan antara keduanya sesuai dengan arah dan tujuan yang hendak dicapai yakni tetap diharapkan berkontribusi terhadap perkembangan dan pertumbuhan ekonomi secara umum dan mengembangkan lembaga perbankan secara khusus. Perbedaannya adalah bahwa bank konvensional berorientasi pada keuangangan (profit), sementara bank syariah berbasiskan pada ekuitas, didukung oleh aset, etika ekonomi, berkelanjutan, keuangan yang bertanggung jawab secara lingkungan dan sosial.

Bank syariah adalah bank yang memiliki kekuatan yang kuat untuk menarik sejumlah besar pelanggan terutama karena orientasi agama (Shohrowardhy H.S, 2015). Mematuhi syariah (hukum Islam) dan di implementasi melalui pengembangan ekonomi Islam. Melarang bunga (Riba), menghindari Gharar (ketidakpastian) dalam suatu transaksi bisnis (Ayub, 2007, halaman 57; Mansoori, 2007, halaman 179; Ghazi, 2010, halaman 237), perjudian (Maysir), serta membiayai

usaha atau kegiatan yang dilarang dan dianggap berbahaya bagi masyarakat.

Sampai saat ini baik bank umum konvensional maupun bank syariah berinovasi dan terus mengubah cara layanan keuangan yang diberikan kepada pelanggan dengan memanfaatkan jasa teknologi keuangan (*financial technology*) melalui fasilitas *digital banking*. Beberapa strategi ditempuh perbankan untuk meningkatkan kualitas dan ragam layanan keuangan, dimana sejumlah bank mengembangkan digital banking secara internal (*in house*) yang berfokus pada *multichannel delivery* (terutama internet dan mobile banking) (BI, 2019 : 25). Sehingga fungsi layanan yang dilakukan bank menjadi lebih efisien, sehingga pelanggan akan menerima manfaat besar tidak hanya dari pengalaman pengguna atau perspektif kenyamanan tetapi juga kemudahan akses dan penghematan biaya.

Adapun perkembangan digital banking yang berfokus pada *multichannel delivery* meliputi: internet banking, phone banking, SMS banking, dan mobile banking (OJK, 2019). Adapun visual perbedaan antara Internet banking, phone banking, SMS banking, dan mobile banking, seperti nampak dalam gambar 1.1.

Gambar 1. Fitur Internet Banking, SMS Banking, dan Mobile Banking



Mobile banking adalah layanan antarmuka (inter face), di mana pelanggan dapat mengakses sistem perbankan dengan menggunakan perangkat ponsel seperti smartphone, asisten digital pribadi (personal digital asistance) dan IPAD kapan saja atau di mana saja (Teo et al., 2012; Oliveira et al., 2014; Alalwan et al., 2016). Mobile banking memfasilitasi pengguna untuk melakukan transaksi keuangan yang meliputi informasi saldo, pembayaran tagihan, transfer pembayaran dan pemberitahuan teks (Howell dan Wei, 2010; Zhou, Lu dan Wang, 2010). Saat ini, bisnis perbankan dianggap tidak lengkap tanpa mobile banking (Wonglimpiyarat, 2014; Mohammadi, 2015).

Beberapa penelitian sebelumnya yang terkait dengan dengan penggunaan aplikasi mobile banking (Luarn dan Lin, 2005; Zhou et al., 2010; Gu et al., 2009; Mishra dan Bisht, 2013; Lu et al., 2015). Sebagian besar penelitian tersebut menjelaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan mobile banking (Al-Jabri dan Sohail, 2012; Hanafizadeh et al., 2014; Baptista dan Oliveira, 2015; Alalwan et al., 2016) dan sebaliknya beberapahasil penelitian mengungkapkan bahwa penggunaan mobile banking adalah sangat rendah (Khan et al., 2008; Awwad dan Ghadi, 2010). Namun, sangat sedikit penelitian yang terkait dengan penggunaan mobile banking khususnya di negara-negara berkembang (Al-Somali et al., 2009; Afshan dan Sharif, 2016; Raza et al., 2017c).

Menurut hasil survey McKinsey menobatkan Indonesia sebagai negara dengan penetrasi keuangan digital tercepat dari 17 negara yang disurvei. Adapun negara lain yang disurvei di antaranya Tiongkok, India, Korea Selatan, Jepang, Asia Tenggara, dan Australia. Ada 17 ribu responden yang diambil sebagai sampelnya, termasuk

diantaranya 900 responden dari Indonesia. “Indonesia bergerak paling cepat di antara negara Asia di seluruh kategori, baik *internet banking*, *smartphone*, dan digital secara keseluruhan,” (McKinsey Indonesia Guillaume de Gantes, 2020).

Penetrasi pengguna keuangan digital (*internet banking*, *SMS banking*, dan *mobile banking*) di provinsi Nusa Tenggara Barat sampai tahun 2019 baik untuk bank konvensional maupun bank syariah, belum diperoleh data yang pasti. Namun gambaran secara parsial informasi keuangan digital yakni data dari Bank NTB Syariah mengungkapkan bahwa pengguna mobile banking tiga tahun sebelumnya hanya 1 persen telah naik menjadi 2,06 persen pada tahun 2018, dan menargetkan peningkatan pengguna mobile banking bisa mencapai 10 persen atau sekitar 40 ribu pengguna hingga akhir tahun 2019.

Perkembangan penggunaan mobile banking oleh perbankan sebagai tuntutan akan meningkatnya kebutuhan transaksi perorangan dan perusahaan, serta didukung oleh adanya kemajuan dalam teknologi telekomunikasi termasuk telpon seluler (Kiran, 2012). Namun dalam implementasinya, penggunaan mobile banking saat ini masih terdapat persepsi negatif dari pelanggan, persepsi negatif tersebut berkontribusi terhadap berkurangnya pengguna mobile banking di antara para pelanggan perbankan (Chikomo et al, 2006).

Adanya persepsi negatif atau ketidakpuasan pelanggan dalam menggunakan mobile banking, mengharuskan bank sebagai penyedia layanan mengeluarkan dana atau uang untuk melengkapi fasilitas dan pengembangan aplikasi mobile banking. Salah satu alasan kenapa bank-bank mengoptimalkan penggunaan aplikasi mobile banking karena penggunaan mobile banking oleh pelanggan dapat

mengurangi adanya antrian di bank (Kenya Bankers Association, 2012).

Penerimaan dan penggunaan sistem mobile banking oleh pelanggan bank ditentukan oleh beberapa faktor, dimana faktor-faktor tersebut memiliki kaitan satu dengan yang lainnya. Salah satu konstruksi model yang kiranya dapat membuktikan penerimaan dan penggunaan teknologi mobile banking adalah model teori terpadu penerimaan dan penggunaan teknologi (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology/ UTAUT*) yang dikembangkan oleh Venkatesh et.al (2003).

Keterkaitan atau pengaruh dari keempat faktor dalam model UTAUT yakni harapan kinerja, harapan berusaha dan pengaruh sosial, serta kondisi fasilitas menentukan niat berperilaku, yang selanjutnya menentukan perilaku menggunakan mobile banking, adalah mengikuti kerangka pikir berdasarkan hasil studi berikut.

Faktor pertama yakni harapan kinerja terkait dengan keyakinan individu bahwa menggunakan mobile banking akan meningkatkan aktivitas perbankan mereka. Mazhar et al. (2014) menyimpulkan bahwa pelanggan memiliki niat positif untuk menggunakan teknologi mobile banking jika mereka dapat mewujudkan banyak manfaat yang diperoleh dari teknologi mobile banking.

Faktor ke-dua yaitu harapan berusaha. Terminologi harapan berusaha bahwa betapa mudahnya bagi individu untuk mengoperasikan teknologi (Venkatesh et al., 2003). Menurut Koenig-Lewis et al. (2010), kemudahan dalam pengoperasian teknologi dapat meningkatkan keinginan untuk mengadopsinya. Sebaliknya, Amin et.al. (2012), dan Phonthanukitithaworn et al. (2016) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi mobile banking dan menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan menggunakan tidak

mempengaruhi niat individu untuk mengadopsinya mobile banking.

Faktor ke-tiga yaitu pengaruh sosial. Menurut Venkatesh et al. (2003) pengaruh sosial adalah keyakinan individu bagaimana tanggapan keluarga atau saudara mereka jika mereka mengadopsi penggunaan mobile banking. Pendapat keluarga memiliki dampak terhadap penerimaan mobile banking (Hong et al., 2008). Püschel et al. (2010), dan Echchabi dan Aziz (2012) mengidentifikasi bahwa pengaruh sosial sebagai faktor penting yang mempengaruhi niat individu untuk menggunakan mobile banking. Sebaliknya hasil penelitian Kaabachi dan Obeid (2014) menyimpulkan bahwa pengaruh sosial tidak mempengaruhi niat pelanggan untuk menggunakan mobile banking.

Faktor ke-empat terkait dengan kondisi fasilitas, semakin baik kondisi fasilitas yang tersedia bagi pengguna, semakin besar kemauan mereka untuk menerima teknologi mobile banking (Baptista dan Oliveira, 2015); Alalwan et al. (2017). Namun, sebaliknya hasil studi Bhatiasevi (2015) menyimpulkan bahwa kondisi fasilitas tidak memiliki dampak terhadap niat individu untuk mengadopsi mobile banking. Keputusan akhir terkait dengan penggunaan aktual mobile banking adalah kesediaan individu untuk menerima atau menolak teknologi (Straub, 2009).

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah.

- a. Apakah harapan kinerja, harapan berusaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, jenis kelamin, dan usia berpengaruh langsung dan signifikan terhadap niat berperilaku dan penggunaan aktual mobile banking?

- b. Apakah niat berperilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aktual mobile banking?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah.

- a. Untuk membuktikan bahwa harapan kinerja, harapan berusaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, jenis kelamin, dan usia berpengaruh langsung dan signifikan terhadap niat berperilaku dan menggunakan aktual mobile banking?
- b. Untuk membuktikan bahwa niat berperilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aktual mobile banking?

Manfaat Penelitian

Hasil pembuktian model UTAUT terkait dengan penggunaan mobil banking bagi bank umum konvensional dan bank umum syariah oleh pengguna atau pelanggan di provinsi NTB adalah dalam rangka evaluatif bagi perkembangan revolusi industri 4.0 secara umum, dan perkembangan digital banking secara khusus. Dengan demikian hasil penelitian diharapkan berkontribusi untuk menyusun langkah-langkah antisipatif berupa kebijakan strategis guna mengembangkan digital banking, khususnya aplikasi mobile banking pada bank umum konvensional dan bank syariah di NTB di masa-masa yang akan datang seiring dengan dinamika perkembangan digital banking.

Rumusan Hipotesis

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan teoritis di atas, maka hipotesis dari penelitian ini adalah.

- a. Diduga harapan kinerja, harapan berusaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, jenis kelamin, dan usia berpengaruh langsung dan signifikan

terhadap niat berperilaku dan penggunaan aktual mobile banking?

- b. Diduga niat berperilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aktual mobile banking?

2. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanasi. Penelitian eksplanasi (menerangkan) juga dapat bertujuan menjelaskan. Penelitian ini dapat dikatakan sebagai penelitian pengujian hipotesis yang menguji hubungan sebab akibat diantara variabel yang diteliti (Mardalis, 2002:26).

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) yang meliputi 2 Kota, yakni Kota Mataram dan Kota Bima, serta 8 Kabupaten meliputi Kabupaten Lombok Barat, Lombok Tengah, Lombok Timur, Sumbawa, Dompu, Bima, Sumbawa Barat, dan Kabupaten Lombok Utara. Adapun waktu penelitian atau pengumpulan data dilakukan pada bulan September 2020.

Metode, Teknik, dan alat Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini mengambil sampel dari keseluruhan populasi pelanggan atau nasabah yang menggunakan aplikasi mobile banking pada bank konvensional dan bank syariah di provinsi NTB. Adapun metode yang digunakan adalah metode sampel survey. Sedangkan teknik pengumpulan data adalah melalui studi pustaka, observasi, dan komunikasi dengan responden melalui smart phone yang berpedoman pada alat pengumpulan data yaitu aplikasi *google form*.

Teknik Pengambilan Sampel

Proses seleksi sampel yang digunakan dalam penelitian dari populasi pelanggan atau nasabah bank konvensional dan bank syariah di provinsi NTB adalah menggunakan teknik non probability sampling, yakni dengan metode *Judgement sampling*.

Populasi, dan Besarnya Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pelanggan atau nasabah yang menggunakan aplikasi mobile banking pada bank konvensional dan bank syariah di provinsi NTB. Berdasarkan undang-undang tentang kerahasiaan bank, maka populasi pelanggan yang menggunakan mobile banking tidak dapat diperoleh. Berdasarkan metode penarikan sampel pelanggan dengan *judgment sampling*, maka besarnya jumlah sampel adalah sebanyak 100 pelanggan pengguna mobile banking dengan proporsi 10 sampel pada tiap kota/kabupaten.

Klasifikasi dan Definisi Operasional Variabel

Klasifikasi Variabel

Variabel di dalam penelitian ini terdiri dari variabel endogen, variabel eksogen, variabel antara (*intervening*), dan variabel moderator. Variabel endogen (*dependen variable*), yaitu penggunaan actual mobile banking. Variabel eksogen (*independen variable*) yakni harapan kinerja, harapan berusaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, dan variabel antara yakni niat berperilaku (niat menggunakan) mobile banking, serta variabel moderator adalah usia dan jenis kelamin.

Definisi Operasional Variabel

a. Harapan kinerja (*performance expectancy*), merupakan indikator sejauh mana pengguna sistem percaya bahwa dengan menggunakan sistem akan membantu memperoleh keuntungan-keuntungan kinerja dalam pekerjaannya. Diukur dengan skala

interval, dengan rentang skala 5-1. Skala 5 = mobile banking sangat membantu; skala 1 = mobile banking sangat tidak membantu.

- b. Harapan usaha (*effort expectancy*), merupakan indikator tingkat kemudahannya dalam penggunaan sistem. Penggunaan variabel ini dapat diketahui apakah sistem yang diterapkan tidak membebani penggunaannya dalam segi kemudahan. Diukur dengan skala interval, dengan rentang skala 5-1. Skala 5 = mobile banking sangat memberi kemudahan; skala 1 = sangat tidak memberi kemudahan
- c. Pengaruh sosial (*social influence*), didefinisikan sebagai tingkatan dimana pengguna merasakan bahwa orang-orang terdekatnya percaya bahwa sudah seharusnya menggunakan sistem yang baru. Diukur dengan skala interval, dengan rentang skala 5-1. Skala 5 = pengguna sangat yakin menggunakan mobile banking; skala 1 = pengguna sangat tidak yakin menggunakan mobile banking
- d. Kondisi-kondisi fasilitas (*facilitating conditions*) merupakan tingkat sejauh mana pengguna meyakini bahwa infrastruktur dan teknis perusahaan telah mendukung penerapan sistem. Diukur dengan skala interval, dengan rentang skala 5-1. Skala 5 = kondisi fasilitas sangat mendukung; skala 1 = kondisi fasilitas sangat tidak mendukung.
- Niat berperilaku atau niat penggunaan (*behavioral intention*) adalah tingkat intensitas minat seseorang untuk melakukan sesuatu, dalam hal ini adalah niat menggunakan mobile banking dan *use behavior* merupakan kondisi aktual seseorang menggunakan mobile banking. Niat penggunaan diukur melalui 2 indikator moderasi yakni jenis kelamin, dan usia atau umur.

- e. Usia, adalah jumlah tahun yang telah dijalani responden dihitung sejak kelahiran sampai saat penelitian dilaksanakan, diukur dalam satuan tahun. Adapun skala pengukuran indikator umur adalah dalam skala ratio.
- f. Jenis Kelamin, jenis kelamin responden laki dan perempuan. Laki diberi skor 1, dan perempuan diberi skor 0. Adapun skala pengukuran indikator jenis kelami adalah dalam skala nominal.

Pengujian Instrumen Penelitian

- a. Uji Validitas
- b. Uji Reliabilitas

Model Analisis Data

Berdasarkan uraian latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan rumusan hipotesis, maka model analisis yang digunakan dalam penelitian ini di aplikasi berdasarkan model UTAUT dengan metode estimasi dan pengujian hipotesis menggunakan *Partial Least Square (PLS)*. Langkah-langkah Uji model PLS adalah sebagai berikut.

Model analisis jalur semua variabel laten dalam PLS terdiri dari tiga hubungan (Ghozali, 2006, 22).

- a. *Inner* model yang menspesifikasikan hubungan antar variabel laten (struktural model)
- b. *Outer* model yang menspesifikasikan hubungan antar variabel laten dengan indikator atau variabel manifestnya (*measurement model*)
- c. *Weight relation* dalam mana nilai kasus dari variabel laten dapat diestimasi.

Langkah 1 : Merancang inner model

Inner model (*inner relation, structural model* dan *substantative theory*), model persamaannya dapat ditulis sebagai berikut :

$$\eta = \beta_0 + \beta\eta + \Gamma\xi + \zeta \dots\dots\dots (1)$$

dimana :

- η = Vektor variabel endogen (*dependen*) variabel laten
- ξ = Vektor variabel laten eksogen (*independen*) variabel laten
- ζ = Vektor variabel residual (*unexplained variance*).

Karena PLS didisain untuk model rekursive, maka hubungan antar variabel laten, setiap variabel laten dependen η atau sering disebut *causal chain system* dari variabel laten, dengan spesifikasi berikut :

$$\eta = \sum_i \beta_{ji} \eta_i + \sum_i \lambda_{jb} \xi_b + \zeta_j \dots\dots\dots(2)$$

Langkah ke 2 : Merancang outer model (*outer relation, measurement model*), persamaannya sebagai berikut:

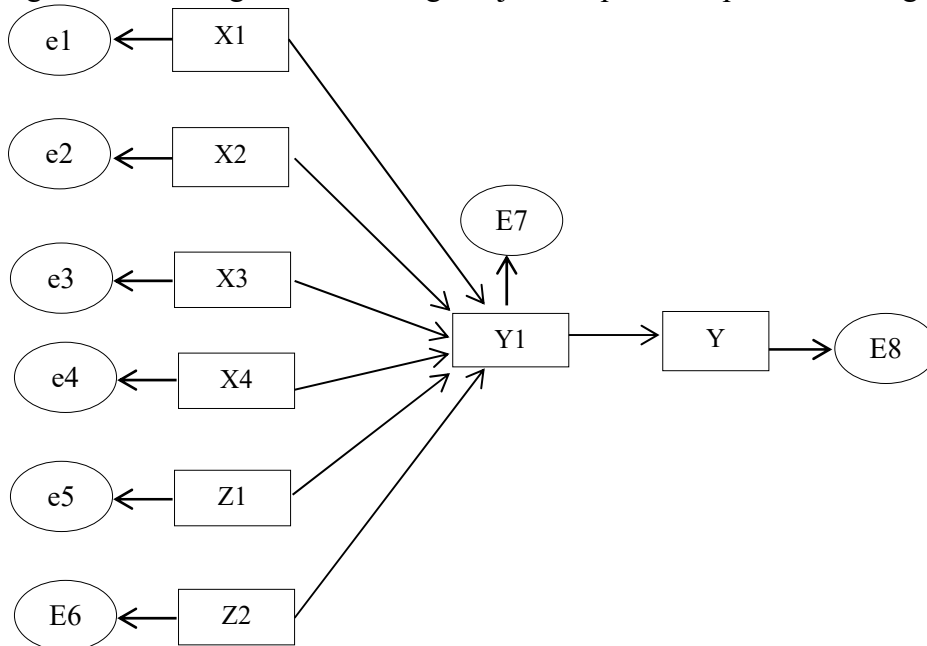
$$X = \Lambda_x \xi + \zeta_x \dots\dots\dots (3)$$

$$Y = \Lambda_y \eta + \zeta_y \dots\dots\dots (4)$$

dimana :

- X dan y = indikator atau manifest variabel untuk variabel laten eksogen dan endogen (ξ dan η)
- Λ_y dan Λ_x = merupakan matrik loading yang menggambarkan koefisien regresi sederhana yang menghubungkan variabel laten dengan indikatornya.
- ζ_x dan ζ_y = residual yang diinterpretasikan sebagai kesalahan pengukuran atau noise.

Langkah ke-3: Mengkonstruksi diagram jalur, seperti nampak dalam diagram berikut.



Diagramr 3.1 Diagram Jalur Model Penelitian

Keterangan :	X3: Dukungan Sosial	Z2 : Usia
X1: Harapan Kinerja	X4 : Kondisi Fasilitas	Y1 : Niat Berperilaku
X2 : Harapan Usaha	Z1 : Jenis Kelamin	Y2 : Niat Menggunakan

Langkah ke 4 : pendugaan parameter yang diperoleh melalui PLS meliputi 3 kategori, yaitu : *weight estimate*, *path estimate*, dan *loading* (Solimun, 2007: 10).

Langkah ke-5 : Evaluasi model pengukuran, meliputi : *outer model*, dan Evaluasi model struktural (*inner model*)

Langkah ke-6 : Pengujian Hipotesis (Solimun, 2007:12)

Hipotesis statistik untuk *outer model*.

$H_0 : \lambda_i = 0$

$H_1 : \lambda_i \neq 0$

Hipotesis statistik untuk *inner model*: variabel laten eksogen terhadap endogen:

$H_0 : \gamma_i = 0$

$H_1 : \gamma_i \neq 0$

Pengujian dilakukan dengan t-test; p-value $\leq 0,05$ (alpha 5 %); adalah signifikan

- d. Pada *outer model* signifikan: maka dapat digunakan sebagai instrumen pengukur variabel laten.
- e. Pada *inner model* adalah signifikan, maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang bermakna suatu variabel laten terhadap variabel laten lainnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian

Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi Model Pengukuran dilakukan melalui dua tahap evaluasi pengukuran yaitu, uji validitas dan uji reliabilitas.

Uji Validitas

- a. Uji Validitas Konvergen

Bertujuan untuk mengetahui validitas setiap hubungan antara indikator dengan konstruk atau variabel latennya. Pengukuran validitas dapat

dilakukan dengan menggunakan skor indikator variabel manifest. Pengukuran dengan indikator manifest menunjukkan terdapat perubahan pada suatu indikator dalam variabel laten apabila indikator lain pada variabel laten yang sama berubah. Nilai uji validitas konvergen disajikan dalam lampiran 1.

Menurut Chin (1998) dalam Ghazali (2012: 25), suatu kolerasi dapat dikatakan memenuhi validitas konvergen apabila memiliki nilai *loading* sebesar lebih besar dari 0,5. Output menunjukkan bahwa *loading factor* memberikan nilai di atas nilai yang disarankan yaitu sebesar 0,5. Sehingga indikator-indikator yang dipergunakan dalam penelitian ini telah memenuhi validitas konvergen (*convergent validity*).

b. Nilai AVE (*Average Variance Extracted*)

Rata-rata varian diekstrak (AVE) dengan nilai lebih besar dari 0,5 digunakan sebagai penentu validitas konvergen. Jika nilai AVE kurang dari 0,5 maka dianggap tidak valid secara konvergen. Berdasarkan

lampiran 2 menunjukkan bahwa seluruh konstruk atau variabel memiliki nilai AVE diatas 0,5 dengan nilai AVE terendah adalah sebesar 0,691 pada konstruk X4 (kondisi fasilitas), 0,724 untuk X1(harapan kinerja).

Uji Reliabilitas

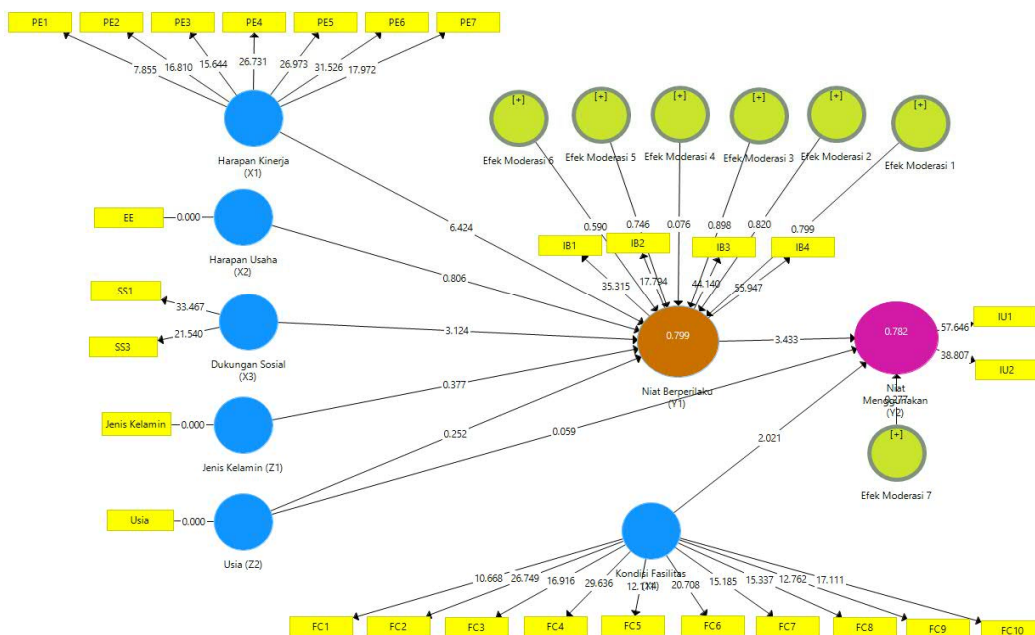
Untuk menyatakan reliabilitas suatu variabel laten maka nilai reliabilitas komposit harus lebih besar dari 0,5 dan nilai *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0,5.

Berdasarkan lampiran 3 dapat dilihat bahwa variabel-variabel laten yang diukur dalam penelitian ini memiliki nilai lebih dari 0,5 baik berdasarkan nilai *Cornbach's Alpha*. Sehingga dapat dikatakan bahwa semua variabel laten reliabel.

Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi model struktural pada SEM dengan PLS dapat dilakukan dengan uji signifikansidan uji *R-Squared* (R^2) melalui estimasi koefisien jalur.

Gambar 3.1 Model Struktural



Pengujian Koefisien Jalur

Uji signifikansi pada model PLS memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh antar variabel dalam hal ini variabel eksogen terhadap variabel endogen. Pengujian hipotesis dengan mengikuti ketentuan berdasarkan nilai t-tabel pada tingkat kepercayaan sebesar 95% (α sebesar 5%). Adapun hasil pengujian pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen ditunjukkan dalam lampiran 4.

Pengujian R^2 dan Adjusted R^2

Nilai R^2 dipergunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen. Berdasarkan perhitungan R^2 pada lampiran 5, menghasilkan nilai R^2 sebesar 0.799, hal ini dapat di prediksi bahwa perilaku menggunakan m-banking ditentukan oleh harapan kinerja, harapan usaha, dukungan sosial, kondisi fasilitas, jenis kelamin, dan usia yaitu sebesar 79,9 persen. Adapun sisanya 20,1 persen dipengaruhi oleh faktor lain seperti tingkat pendidikan, pendapatan, kultur pengguna, dan lain-lain.

Pengujian Hipotesis

Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai hubungan antar variabel-variabel penelitian. Dasar yang digunakan dalam interpretasi untuk masing-masing hubungan variabel laten mengacu pada lampiran 4, adapun penjelasannya diuraikan sebagai berikut.

a. Pengujian hipotesis harapan kinerja (X1) terhadap niat berperilaku (Y1)
Berdasarkan tabel 3.4 di atas, nilai t statistik untuk variabel harapan kinerja (X1) terhadap variabel niat berperilaku (Y1) adalah sebesar 6,424, jika nilai t statistik dibandingkan dengan t-tabel pada α 5 persen adalah sebesar 1,96, maka nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Dengan demikian disimpulkan bahwa H_0 ditolak atau H_a

diterima, artinya bahwa variabel harapan kinerja (X1) dengan indikator-indikatornya berpengaruh terhadap niat berperilaku (Y1) secara signifikan.

- b. Pengujian hipotesis harapan usaha (X2) terhadap niat berperilaku (Y1)
Berdasarkan tabel 3.4 di atas, nilai t statistik untuk variabel harapan usaha (X2) terhadap variabel niat berperilaku (Y1) adalah sebesar 0,806, jika nilai t statistik dibandingkan dengan t-tabel pada α 5 persen adalah sebesar 1,96, maka nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel. Dengan demikian disimpulkan bahwa H_0 diterima atau H_a ditolak, artinya bahwa variabel harapan usaha (X2) dengan indikator-indikatornya tidak berpengaruh terhadap niat berperilaku (Y1) secara signifikan.
- c. Pengujian hipotesis dukungan sosial (X3) terhadap niat berperilaku (Y1)
Berdasarkan tabel 3.4 di atas t statistik untuk variabel dukungan sosial (X3) terhadap variabel niat berperilaku (Y1) adalah sebesar 3,124, jika nilai t statistik dibandingkan dengan t-tabel pada α 5 persen adalah sebesar 1,96, maka nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Dengan demikian disimpulkan bahwa H_0 ditolak atau H_a diterima, artinya bahwa variabel dukungan sosial (X3) dengan indikator-indikatornya berpengaruh terhadap niat berperilaku (Y1) secara signifikan.
- d. Pengujian hipotesis kondisi fasilitas (X4) terhadap niat berperilaku (Y1)
Berdasarkan tabel 3.4 di atas t statistik untuk variabel kondisi fasilitas (X4) terhadap variabel niat berperilaku (Y1) adalah sebesar 2,021, jika nilai t statistik dibandingkan dengan t-tabel pada α 5 persen adalah sebesar 1,96, maka nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Dengan demikian disimpulkan bahwa H_0 ditolak atau H_a diterima, artinya bahwa variabel

- kondisi fasilitas (X4) dengan indikator-indikatornya berpengaruh terhadap niat berperilaku (Y1) secara signifikan.
- e. Pengujian hipotesis efek moderasi jenis kelamin (Z1) terhadap niat berperilaku (Y1)
Berdasarkan tabel 3.4 di atas, nilai t statistik untuk variabel moderasi jenis kelamin (Z1) terhadap variabel niat berperilaku (Y1) adalah sebesar 0,377, jika nilai t statistik dibandingkan dengan t-tabel pada α 5 persen adalah sebesar 1,96, maka nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel. Dengan demikian disimpulkan bahwa H_0 diterima atau H_a ditolak, artinya bahwa efek moderasi jenis kelamin (Z1) tidak berpengaruh terhadap niat berperilaku (Y1) secara signifikan.
- f. Pengujian hipotesis efek moderasi usia (Z2) terhadap niat berperilaku (Y1)
Berdasarkan tabel 3.4 di atas, nilai t statistik untuk variabel moderasi usia (Z2) terhadap variabel niat berperilaku (Y1) adalah sebesar 0,252, jika nilai t statistik dibandingkan dengan t-tabel pada α 5 persen adalah sebesar 1,96, maka nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel. Dengan demikian disimpulkan bahwa H_0 diterima atau H_a ditolak, artinya bahwa efek moderasi usia (Z2) tidak berpengaruh terhadap niat berperilaku (Y1) secara signifikan.
- g. Pengujian hipotesis usia (Z2) terhadap perilaku menggunakan (Y2)
Berdasarkan tabel 3.4 di atas, nilai t statistik untuk variabel moderasi usia (Z2) terhadap variabel perilaku menggunakan (Y2) adalah sebesar 0,059, jika nilai t statistik dibandingkan dengan t-tabel pada α 5 persen adalah sebesar 1,96, maka nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel. Dengan demikian disimpulkan bahwa H_0 diterima atau H_a ditolak, artinya bahwa efek moderasi usia (Z2) tidak berpengaruh terhadap perilaku

menggunakan m-banking (Y2) secara signifikan.

- h. Pengujian hipotesis niat berperilaku (Y1) terhadap perilaku menggunakan (Y2)

Berdasarkan tabel yang sama yaitu tabel 3.4 di atas, nilai t statistik untuk niat berperilaku (Y1) terhadap perilaku menggunakan (Y2) adalah sebesar 3,433, jika nilai t statistik dibandingkan dengan t-tabel pada α 5 persen adalah sebesar 1,96, maka nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak atau H_a diterima, artinya bahwa niat berperilaku (Y1) dengan indikator-indikatornya berpengaruh terhadap perilaku menggunakan (Y2) secara signifikan.

Pembahasan

Berdasarkan tujuan penelitian yaitu untuk membuktikan bahwa harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, dengan moderasi jenis kelamin, dan usia berpengaruh langsung dan signifikan terhadap niat berperilaku dan perilaku menggunakan m-banking, serta untuk membuktikan bahwa niat berperilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menggunakan m-banking.

Setelah dilakukan pembuktian dengan menggunakan model persamaan struktural kuadrat terkecil parsial (SEM-PLS), hasilnya menunjukkan bahwa dari 4 variabel yakni harapan kinerja, harapan usaha, dukungan sosial, dan kondisi fasilitas, hanya harapan usaha yang tidak berpengaruh signifikan, sedangkan harapan kinerja, dukungan sosial, dan kondisi fasilitas berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku nasabah menggunakan m-banking pada bank konvensional maupun pada bank syariah.

Kaitan antara harapan kinerja dengan niat berperilaku menggunakan m-banking memiliki interaksi atau hubungan positif. Hubungan antara

harapan kinerja dengan niat berperilaku konsisten dengan literatur sebelumnya (Zhou et al., 2010, Baptista dan Oliveira, 2015; Oliveira et al., 2014). Hasilnya menunjukkan bahwa jika m-banking dapat meningkatkan kinerja nasabah, maka nasabah akan memilih layanan m-banking (Ghalandari, 2012; Yu, 2012).

Terkait dengan harapan usaha dengan niat berperilaku menggunakan m-banking walaupun memiliki hubungan positif namun tidak berpengaruh signifikan. Tidak terbuktinya harapan usaha mempengaruhi niat berperilaku secara statistik, sekaligus juga tidak mendukung studi Carlsson et al. (2006); Im et al. (2011) dan Venkatesh et al. (2012).

Hal lain yang kontradiktif antara hasil penelitian ini dengan studi sebelumnya adalah dijelaskan bahwa jika seseorang menganggap bahwa penggunaan m-banking relatif mudah dalam pengoperasiannya, dan tidak memerlukan panduan khusus dalam penggunaan m-banking, maka akan tercipta keinginan dan kemanfaatan dari penggunaan m-banking yang sesungguhnya (Lin, 2011; Ghalandari, 2012).

Faktor dukungan sosial, menurut Venkatesh et al. (2003) dukungan sosial adalah keyakinan individu bagaimana pendapat keluarga mereka jika seseorang mengadopsi teknologi. Dalam kaitan dengan m-banking, adalah persepsi individu bahwa bagaimana keluarga mereka bereaksi jika dia menggunakan m-banking. Pendapat keluarga memiliki dampak terhadap penerimaan m-banking (Hong et al., 2008). Püschel et al. (2010) mengidentifikasi pengaruh sosial sebagai faktor penting yang mempengaruhi niat individu untuk menggunakan m-banking di Brasil. Echchabi dan Aziz (2012) mempelajari kemauan nasabah terhadap perbankan Islam di Maroko dan mengungkapkan bahwa norma subyektif mempengaruhi niat nasabah untuk

mengadopsi m-banking. Kaabachi dan Obeid (2014) mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi memilih perbankan Islam di Tunisia dan mengungkapkan bahwa pengaruh sosial tidak mempengaruhi niat nasabah untuk menggunakan m-banking.

Faktor dukungan sosial memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap niat berperilaku terhadap m-banking. Namun hasil penelitian ini tidak mendukung studi empiris yang dilakukan oleh Kim et al. (2009), Wang dan Yi (2012) dan Baptista dan Oliveira (2015). Logika di balik sekumpulan studi tersebut adalah bahwa penggunaan m-banking sangat personal dan menyangkut masalah yang sensitif dan rahasia, dengan demikian setiap reaksi atau pengaruh di lingkungan sosial seseorang atau nasabah, maka nasabah selalu dibayangi akan kebutuhan untuk menjaga kerahasiaan dan perlindungan data dan transaksi keuangannya (Oliveira et al., 2014).

Hubungan antara kondisi fasilitas dengan niat berperilaku menggunakan m-banking adalah positif dan berpengaruh signifikan, oleh karenanya hasil penelitian ini mendukung dan terbukti terhadap dukungan hipotesis yang diajukan. Artinya hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Zhou et al. (2010), Yu (2012), Miltgen et al. (2013) dan Oliveira et al. (2014). Secara eksplisit dapat diungkapkan bahwa jika pengguna m-banking difasilitasi infrastruktur yang memadai atau lengkap, disertai dengan dukungan teknis, maka akan berdampak terhadap penerimaan atau penggunaan aktual m-banking (Oliveira et al., 2014).

Niat perilaku adalah kesediaan individu untuk mengadopsi teknologi baru (Tsai, 2012). Perilaku aktual dapat diukur melalui niat (Webb dan Sheeran, 2006), dan dianggap sebagai variabel penting dalam penerimaan teknologi (Irani et al., 2009). Sebelumnya telah banyak penelitian dengan

mempertimbangkan niat perilaku sebagai faktor penting dalam menentukan penerimaan teknologi (Park, 2009; Teo, 2011). Menurut penelitian Cunningham et al. (2005) dan Lapointe dan Rivard (2005), niat untuk menggunakan teknologi bervariasi dan sangat tergantung pada alat-alat teknologi. Venkatesh et al. (2003) menyimpulkan bahwa niat perilaku memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan teknologi.

Hasil penelitian terbukti bahwa niat perilaku berpengaruh signifikan terhadap penggunaan aktual m-banking. Hasil penelitian ini didukung juga oleh studi Dwivedi et al. (2009) dan Teo (2011). Hal ini secara kontekstual mengungkapkan bahwa niat perilaku sebenarnya mengarah pada penggunaan teknologi (Teo et al., 2008).

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan yang dijelaskan melalui pembuktian hipotesis penelitian, maka dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan beberapa hal dan dilanjutkan dengan saran atau rekomendasi, yakni sebagai berikut.

Simpulan

- Determinan atau faktor penentu yang mempengaruhi niat berperilaku dan perilaku menggunakan m-banking ada 4 variabel yakni harapan kinerja (X1), harapan usaha (X2), dukungan sosial (X3), dan kondisi fasilitas (X4). Dari ke 4 variabel tersebut hanya harapan usaha yang tidak berpengaruh signifikan, sedangkan harapan kinerja, dukungan sosial, dan kondisi fasilitas berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku nasabah menggunakan m-banking pada bank konvensional maupun pada bank syariah.
- Variabel jenis kelamin (Z1), dan usia (Z2) adalah 2 variabel yang

memoderasi harapan kinerja, harapan usaha, dukungan sosial, dan kondisi fasilitas, dalam hubungan atau pengaruhnya terhadap niat berperilaku, dan perilaku menggunakan m-banking. Hasil pembuktian menunjukkan bahwa baik jenis kelamin maupun usia tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku nasabah menggunakan m-banking pada bank konvensional maupun pada bank syariah.

- Kaitan antara usia (Z2) terhadap perilaku menggunakan m-banking oleh nasabah, hasil temuan membuktikan bahwa usia tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku menggunakan m-banking pada bank konvensional maupun pada bank syariah.
- Pengujian terahir membuktikan bahwa niat perilaku berpengaruh signifikan terhadap perilaku menggunakan m-banking. Hal ini secara kontekstual dapat diungkapkan bahwa niat perilaku sebenarnya mengarah pada penggunaan teknologi.

Saran-saran

- Sejalan dengan era pengembangan teknologi finansial (*finacial technology*), hendaknya bank-bank dituntut membuat skala prioritas dalam hal memperhatikan dan memberdayakan pemanfaatan sistem digitalisasi bank, guna penyebaran penggunaan m-banking dengan cepat, dan mudah.
- Baik bank konvensional maupun bank syariah, biasanya tetap konsisten melakukan upaya-upaya perubahan dan berkelanjutan, salah satu upaya yang dilakukan adalah mempertahankan nasabah yang ada dan menarik nasabah baru. Sejalan dengan uaya tersebut hendaknya bank syariah dan bank konvensional mempertimbangkan salah satu

strategi yang dapat diterapkan yakni merancang dan mengimplementasikan penggunaan m-banking secara efektif dan masif.

- c. Lembaga perbankan syariah harus mengevaluasi keberadaan dan manfaat m-banking dalam perspektif Islam, hal tersebut dilakukan misalnya melalui media periklanan pemasaran, dan diharapkan berdampak terhadap peningkatan pemahaman nasabah. Penggunaan tenaga terlatih, dan profesional, call center, serta mengadopsi fasilitas m-banking Islami, merupakan salah satu upaya strategis yang dilakukan oleh perbankan syariah guna meningkatkan kuantitas dan kualitas fasilitasnya.

REFERENSI

- Afshan, S. and Sharif, A. (2016), "Acceptance of mobile banking framework in Pakistan", *Telematics and Informatics*, Vol. 33 No. 2, pp. 370-387.
- Alalwan, A.A., Dwivedi, Y.K. and Rana, N.P. (2017), "Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: extending UTAUT2 with trust", *International Journal of Information Management*, Vol. 37 No. 3, pp. 99-110.
- Alalwan, A.A., Dwivedi, Y., Rana, N.P. and Williams, M.D. (2016), "Consumer adoption of mobile banking in Jordan: examining the role of usefulness, ease of use, perceived risk and self-efficacy", *Journal of Enterprise Information Management*, Vol. 29 No. 1.
- Alalwan, A.A., Dwivedi, Y.K., Rana, N.P., Lal, B. and Williams, M.D. (2015), "Consumer adoption of Internet banking in Jordan: examining the role of hedonic motivation, habit, self-efficacy and trust", *Journal of Financial Services Marketing*, Vol. 20 No. 2, pp. 145-157.
- Al-Jabri, I.M. and Sohail, M.S. (2012), "Mobile banking adoption: application of diffusion of innovation theory", *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol. 13 No. 4, pp. 379-391.
- Al-Somali, S.A., Gholami, R. and Clegg, B. (2009), "An investigation into the acceptance of online banking in Saudi Arabia", *Technovation*, Vol. 29 No. 2, pp. 130-141.
- Awwad, M.S. and Ghadi, M.Y. (2010), "Investigation of factors influencing the intention to adopt mobile banking services in Jordan", *Dirasat: Administrative Sciences*, Vol. 37 No. 2,
- Baptista, G. and Oliveira, T. (2015), "Understanding mobile banking: the unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators", *Computers in Human Behavior*, Vol. 50, pp. 418-430.
- Deameta, Armelia Firana. 2019. *Prediksi Intensi Perilaku Terhadap Penggunaan Mobile Banking Menggunakan The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, Trust, dan Network Externalities (Studi Pada Penggunaan Mobile Banking di Kota Bandung)*. JASa (Jurnal Akuntansi, Audit dan Sistem Informasi Akuntansi) Vol. 3 No. 2 /Agustus 2019 ISSN 2550-0732 print / ISSN 2655-8319 online.
- Gu, J.C., Lee, S.C. and Suh, Y.H. (2009), "Determinants of behavioral intention to mobile banking", *Expert Systems with Applications*, Vol. 36 No. 9, pp. 11605-11616.
- Hanafizadeh, P., Behboudi, M., Koshksaray, A.A. and Tabar, M.J.S. (2014), "Mobile-banking

- adoption by Iranian bank clients”, *Telematics and Informatics*, Vol. 31 No. 1, pp. 62-78.
- Howell, J. and Wei, J. (2010), “Value increasing model in commercial e-banking”, *Journal of Computer Information Systems*, Vol. 51 No. 1, pp. 72-81, available at: www.sbp.org.pk/ibd/bulletin/2016/Sep.pdf, www.sbp.org.pk/reports/annual/arFY15/Vol1/Chapter-2.pdf
- Jose, Ambily, G.S. Gireesh Kumar, Roshna Varghese. 2017. Factors Influencing Customer Adoption of Mobile Banking Services With Special Reference To Ernakulam District. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)* e-ISSN: 2278-487X, p-ISSN: 2319-7668. Volume 19, Issue 11. Ver. VII (November. 2017), PP 41-47. www.iosrjournals.org
- Khan, M. and Bhatti, M. (2008), *Developments in Islamic Banking: The Case of Pakistan*, Springer.
- Khan, M.K., Zhang, J. and Wang, X. (2008), “Chaotic hash-based fingerprint biometric remote user authentication scheme on mobile devices”, *Chaos, Solitons and Fractals*, Vol. 35 No. 3, pp. 519-524.
- Kim, G., Shin, B. and Lee, H.G. (2009), “Understanding dynamics between initial trust and usage intentions of mobile banking”, *Information Systems Journal*, Vol. 19 No. 3, pp. 283-311.
- Lin, H.F. (2011), “An empirical investigation of mobile banking adoption: the effect of innovation attributes and knowledge-based trust”, *International Journal of Information Management*, Vol. 31 No. 3, pp. 252-260.
- Luarn, P. and Lin, H.H. (2005), “Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking”, *Computers in Human Behavior*, Vol. 21 No. 6, pp. 873-891.
- Lu, H.P. and Yu-Jen Su, P. (2009), “Factors affecting purchase intention on mobile shopping web sites”, *Internet Research*, Vol. 19 No. 4, pp. 442-458.
- Lu, M.T., Tzeng, G.H., Cheng, H. and Hsu, C.C. (2015), “Exploring mobile banking services for user behavior in intention adoption: using new hybrid MADM model”, *Service Business*, Vol. 9 No. 3, pp. 541-565.
- Mahfuz, Mohammad Abdullah, Liza Khanam, Wang Hu. 2016. The Influence of Culture on M-Banking Technology Adoption: An Integrative Approaches of UTAUT2 and ITM. 2016 Proceedings of PICMET '16: Technology Management for Social Innovation.
- Mishra, V. and Bisht, S.S. (2013), “Mobile banking in a developing economy: a customer-centric model for policy formulation”, *Telecommunications Policy*, Vol. 37 Nos 6/7, pp. 503-514.
- Mohammadi, H. (2015), “A study of mobile banking loyalty in Iran”, *Computers in Human Behavior*, Vol. 44, pp. 35-47.
- Oliveira, T., Faria, M., Thomas, M.A. and Popovic, A. (2014), “Extending the understanding of mobile banking adoption: when UTAUT meets TTF and ITM”, *International Journal of Information Management*, Vol. 34 No. 5, pp. 689-703.
- Raza, S.A. and Hanif, N. (2013), “Factors affecting internet banking adoption among internal and external customers: a case of Pakistan”, *International Journal of*

- Electronic Finance, Vol. 7 No. 1, pp. 82-96.
- Raza, S.A., Qazi, W. and Shah, N. (2018), "Factors affecting the motivation and intention to become an entrepreneur among business university students", *International Journal of Knowledge and Learning*, Vol. 12 No. 3, pp. 221-241.
- Raza, Syed Ali, Nida Shah, Muhammad Ali. (2018). "Acceptance of mobile banking in Islamic banks: evidence from modified UTAUT model", *Journal of Islamic Marketing*.
- Siyal, Abdul Waheed, Waheed Ali Umrani, and Shaharbano Bhand. 2019. Predicting Mobile Banking Acceptance and Loyalty in Chinese Bank Customers. *SAGE Open* April-June 2019: 1–21 © The Author(s) 2019. DOI: 10.1177/2158244019844084. Journals.sagepub.com/home/sgo
- Tam, Carlos and Tiago Oliveira. 2017. Understanding mobile banking individual performance The DeLone & Mc Lean model and the moderating effects of individual culture. *Internet Research* Vol. 27 No. 3, 2017 pp. 538-562. © Emerald Publishing Limited 1066-2243. DOI 10.1108/IntR-05-2016-0117
- Teo, A.C., Tan, G.W.H., Cheah, C.M., Ooi, K.B. and Yew, K.T. (2012), "Can the demographic and subjective norms influence the adoption of mobile banking?", *International Journal of Mobile Communications*, Vol. 10 No. 6, pp. 578-597.
- Tsai, W.-H., Lee, P.-L., Shen, Y.-S. and Lin, H.-L. (2012), "A comprehensive study of the relationship between enterprise resource planning selection criteria and enterprise resource planning system success", *Information & Management*, Vol. 49 No. 1, pp. 36-46.
- Tun, Phyto Min. 2019. A Conceptual Framework on Intention to Use Mobile Banking Service of Private Banks: A Myanmar Perspective. Conference: Proceedings of the 17th International Conference on Computer Applications 2019. At : Yangon, Myanmar. <https://www.researchgate.net/publication/331408467>
- Venkatesh, V., Thong, J.Y. and Xu, X. (2012), "Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology", *MIS Quarterly*, Vol. 36 No. 1, pp. 157-178.
- Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B. and Davis, F.D. (2003), "User acceptance of information technology: toward a unified view", *MIS Quarterly*, pp. 425-478.
- Wang, L. and Yi, Y. (2012), "The impact of use context on mobile payment acceptance: an empirical study in China", in *Advances in Computer Science and Education*, Springer, Berlin, Heidelberg, pp. 293-299.
- Wang, Hsiu-Yuan, and Shwu-Huey Wang. 2010. User Acceptance of Mobile Internet Based on The Unified Theory of Acceptance And Use of Technology: Investigating The Determinants and Gender Differences. *Social Behavior And Personality*, 2010, 38(3), 415-426. ©Society for Personality Research (Inc). DOI 10.2224/sbp.2010.38.3.415
- Wang, W.-T. and Li, H.-M. (2012), "Factors influencing mobile services adoption: a brand-equity perspective", *Internet Research*, Vol. 22 No. 2, pp. 142-179.

- Williams, Michael D., Nripendra P. Rana and Yogesh K. Dwivedi. 2015. The unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT): a literature review. *Journal of Enterprise Information Management*. Vol. 28 No. 3, 2015. pp. 443-488 © Emerald Group Publishing Limited 1741-0398. DOI 10.1108/JEIM-09-2014-0088
- Wonglimpiyarat, J. (2014), “Competition and challenges of mobile banking: a systematic review of major bank models in the Thai banking industry”, *The Journal of High Technology Management Research*, Vol. 25 No. 2, pp. 123-131.
- Zalloum, Lama, Hamad Alghadeer, Nawras Nusairat. 2019. The Effect of Using Mobile Banking Services Applications on Electronic Word of Mouth: The Mediating Role of Perceived Trust. *International Business Research*; Vol. 12, No. 9; 2019. ISSN 1913-9004. E-ISSN 1913-9012. Published by Canadian Center of Science and Education
- Zhou, T., Lu, Y. and Wang, B. (2010), “Integrating TTF and UTAUT to explain mobile banking user adoption”, *Computers in Human Behavior*, Vol. 26 No. 4, pp. 760-767.