



Penerapan Model UTAUT Untuk Mengetahui Minat Dan Perilaku Dalam Transaksi Pembayaran Menggunakan Mobile Banking

Suginam^{1,*}, Joli Afriany², Dian Purnama Sari³, Wardayani³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Magister Manajemen, Universitas Harapan Medan, Medan
Jl. Imam Bonjol, J A T I, Kec. Medan Maimun, Kota Medan, Sumatera Utara, Indonesia

²Prodi Manajemen, Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Utara, Medan
Jl. Gaperta Ujung No.2, Tj. Gusta, Kec. Medan Helvetia, Kota Medan, Sumatera Utara, Indonesia

³Prodi Manajemen Perusahaan, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Medan

Jl. Sakti Lubis, Siti Rejo I, Kec. Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara, Indonesia

Email: ^{1,*}suginam.icha@gmail.com, ²joliafriani@gmail.com, ³dianpurnama047@gmail.com, ⁴wardayani302@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: suginam.icha@gmail.com

Submitted: 11/07/2024; Accepted: 30/11/2024; Published: 30/11/2024

Abstrak—Kanal Mobile Banking atau m banking merupakan fasilitas yang disediakan oleh perbankan dalam bentuk aplikasi dengan berbagai fitur untuk memberikan kemudahan melakukan transaksi keuangan. Salah satunya fitur transaksi keuangan selain untuk kebutuhan bisnis yaitu fitur non bisnis. Hal ini untuk menggaungkan pembayaran di era digital sebagai komitmen perbankan untuk mendukung langkah pemerintah dan stakeholder untuk meningkatkan kesadaran masyarakat untuk meningkatkan perekonomian. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh minat dan perilaku masyarakat terhadap minat dan perilaku melakukan pembayaran menggunakan aplikasi m banking secara online. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, terdiri dari data empiris dan diperoleh melalui pengisian kuesioner 55 responden dari nasabah bank. Hasil penelitian menunjukkan performance expectancy, effort expectancy, facilitating conditions dan social influence memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Use Behavior. Berdasarkan dengan hasil pengujian yang dilakukan bahwasannya setiap nilai P-Values dari variabel adalah 0,000 dimana menandakan bahwasannya nilai P-Values < 0,05 maka dari itu untuk seluruh hipotesis diterima. Bahwasannya Performance Expectancy berpengaruh signifikan terhadap Use Behavior, Effort expectancy berpengaruh signifikan terhadap Use Behavior, Social influence berpengaruh signifikan terhadap Use Behavior dan Facilitating conditions berpengaruh signifikan terhadap Use Behavior.

Kata Kunci: Minat; Perilaku; Mobile Banking; Pembayaran; UTAUT

Abstract—Mobile Banking Channel or m banking is a facility provided by banks in the form of an application with various features to provide convenience in conducting financial transactions. One of the financial transaction features in addition to business needs is a non-business feature. This is to echo payments in the digital era as a banking commitment to support the steps of the government and stakeholders to increase public awareness to improve the economy. This study aims to test the influence of public interest and behavior on the interest and behavior of making payments using the m banking application online. This study uses a quantitative method, consisting of empirical data and obtained by filling out a questionnaire of 55 respondents from bank customers. The results of the study showed that performance expectancy, effort expectancy, facilitating conditions and social influence have a positive and significant influence on Use Behavior. Based on the results of the tests carried out, each P-Value of the variable is 0.000 which indicates that the P-Values <0.05, therefore all hypotheses are accepted. That Performance Expectancy has a significant effect on Use Behavior, Effort expectancy has a significant effect on Use Behavior, Social influence has a significant effect on Use Behavior and Facilitating conditions have a significant effect on Use Behavior.

Keywords: Interest; Behavior; Mobile Banking; Payment; UTAUT

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi secara global memunculkan beragam inovasi digital dalam rangka untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan. Kemajuan teknologi ini tentunya berkaitan juga dengan perkembangan internet yang diciptakan untuk memudahkan aktivitas sehari-hari. Dalam hasil survey Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) pengguna internet di Indonesia pada tahun 2022-2023 mencapai kurang lebih pada angka 215,63 juta jiwa, jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya sebesar 210,03 juta jiwa (Kominfo, n.d.). Perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat merubah pola gaya hidup masyarakat menjadi semakin bergantung pada kehadiran teknologi informasi yang mempermudah segalanya menjadi lebih efektif, efisien, dan dinilai lebih ekonomis dibanding dengan gaya hidup sebelum adanya teknologi informasi. (Suwandi & Azis, 2018).

Kehadiran teknologi memberikan kemudahan dalam sistem pembayaran. Salah satu upaya ekonomi digital melalui penguatan kebijakan dan akselerasi digitalisasi sistem pembayaran (Bank Indonesia, 2022). Digital payment adalah salah satu fokus dalam program digitalisasi pemerintah. Digital payment membantu dalam pemanfaatan waktu dan lebih jauh lagi, mudah digunakan (Komirisetty & Simha, 2018). Perkembangan digital perbankan berkembang pesat sehingga masyarakat umum perlu mengadopsi digitalisasi (Divyapriya & Velanganni, 2020).

Di Indonesia, terdapat berbagai jenis platform digital payment yang telah berkembang dengan pesat untuk memfasilitasi transaksi keuangan secara elektronik. Beberapa platform digital adalah dompet digital, bank digital, payment gateway, dan fintech peer to peer lending peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia dan mempermudah akses masyarakat terhadap layanan keuangan (Kominfo, n.d.). M-banking merupakan layanan perbankan berbasis internet dan menggunakan media smartphone, dimana mobilitas transaksi menjadi fitur utamanya. (Mohd Thas Thaker et al., 2019);(Shankar & Rishi, 2020);(Baabdullah et al., 2019). Pengguna m-banking



di perbankan menilai kualitas layanan berdasarkan manfaat relatif yang diperoleh (Yusfiarto, 2021). Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam perbankan untuk menjawab tantangan yang dihadapi oleh perbankan adalah inovasi produk berbasis ICT (Apriyanti, 2019)..

Kepuasan tercapai jika dimensi kualitas yang menjadi ciri khas sistem dapat dihadirkan oleh perbankan (Yusfiarto, 2021). Penyediaan layanan perbankan mengubah m-banking menjadi saluran yang membedakan kompetensi entitas perbankan. (Anita Ciunova-Shuleska, et all, 2022) Pengembangan perbankan diarahkan untuk memberikan kemaslahatan terbesar bagi masyarakat dan berkontribusi secara optimal bagi perekonomian nasional. Oleh karena itu, maka arah pengembangan perbankan syariah nasional selalu mengacu kepada rencana-rencana strategis lainnya (Otoritas Jasa Keuangan,2020).

Sistem pembayaran memainkan peran strategis dalam mendukung stabilitas ekonomi suatu negara. Sebagai mekanisme yang memfasilitasi pertukaran barang dan jasa, sistem pembayaran telah mengalami transformasi signifikan seiring dengan perkembangan teknologi(Wulan et al., 2019). Proses pembayaran yang efisien dan aman menjadi faktor kunci dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kepercayaan pelaku pasar, dan mempercepat aktivitas bisnis(Anggraini & Indrarini, 2022);(Kharisma & Jayanto, 2021).

Sistem pembayaran didefinisikan sebagai serangkaian mekanisme, perangkat, dan prosedur yang digunakan untuk memindahkan dana dari satu pihak ke pihak lain dalam transaksi ekonomi. Sistem ini mencakup instrumen pembayaran tunai seperti uang kertas dan koin, serta pembayaran non-tunai yang melibatkan transfer elektronik, kartu debit, kartu kredit, dan dompet digital(Hasif & Ahmad, 2019).

Pentingnya sistem pembayaran tidak hanya terletak pada kelancaran transaksi, tetapi juga pada pengelolaan risiko keuangan, efisiensi pasar, dan integrasi ekonomi global. Sistem pembayaran yang andal dan efisien dapat mengurangi biaya transaksi, meminimalkan risiko penipuan, dan mempercepat sirkulasi uang dalam perekonomian(Beik et al., 2024).

Digitalisasi telah membawa perubahan besar dalam cara pembayaran dilakukan. Inovasi seperti fintech, blockchain, dan aplikasi pembayaran digital telah menggantikan metode tradisional, menciptakan sistem yang lebih cepat, fleksibel, dan aman(Helmy et al., 2023). Contohnya, penggunaan QR code sebagai alat pembayaran kini telah menjadi populer di berbagai negara, memungkinkan konsumen untuk bertransaksi secara instan hanya dengan memindai kode melalui perangkat seluler(Kharisma & Jayanto, 2021).

Namun, adopsi sistem pembayaran digital juga menghadirkan tantangan baru, seperti perlunya penguatan infrastruktur teknologi, perlindungan data pribadi, dan penanganan risiko keamanan siber. Oleh karena itu, kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan lembaga keuangan menjadi krusial untuk menciptakan ekosistem pembayaran yang inklusif dan berkelanjutan(Kharisma & Jayanto, 2021).

Mobile banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah untuk mengakses rekening bank mereka melalui perangkat seluler. Dengan fitur-fitur seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, hingga pengelolaan investasi, mobile banking telah menjadi solusi praktis yang menggantikan metode pembayaran tradisional.

Dalam konteks sistem pembayaran digital, mobile banking menawarkan efisiensi yang lebih tinggi dibandingkan metode konvensional. Proses yang sepenuhnya digital mengurangi kebutuhan akan kunjungan fisik ke bank, sehingga memberikan nilai tambah dalam hal kenyamanan dan waktu. Selain itu, integrasi mobile banking dengan teknologi lain, seperti QR code dan e-wallet, semakin memperkuat perannya sebagai alat pembayaran yang serba guna.

Minat terhadap pembayaran dengan mobile banking terus meningkat seiring dengan perubahan kebutuhan masyarakat dan perkembangan teknologi. Faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, keamanan, dan persepsi manfaat memainkan peran penting dalam membentuk minat ini. Dengan strategi yang tepat, mobile banking memiliki potensi besar untuk menjadi alat utama dalam sistem pembayaran digital, sekaligus mendorong inklusi keuangan di berbagai lapisan masyarakat.

Faktor yang mempengaruhi yang diusulkan dalam model perluasan UTAUT berlaku untuk. Secara khusus, ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, dan kehadiran kognitif dapat memprediksi niat berperilaku secara positif dan signifikan dalam menggunakan Tencent Meeting untuk kursus online pada tingkat 0,001 dengan menggunakan model perluasan UTAUT (Qin & Yu, 2023). Salah satu model yang banyak digunakan dalam studi adopsi adalah teori terpadu penerimaan dan penggunaan teknologi (UTAUT) (Mujinga, 2022). Memperluas teori terpadu penerimaan dan penggunaan teknologi (UTAUT) untuk mempelajari penerimaan dan penggunaan teknologi dalam konteks konsumen (Venkatesh, Viswanath, 2012). penerimaan individu terhadap FinTech dengan menggunakan model UTAUT (Shaikh & Amin, 2024). Pengaruh sosial dalam model UTAUT dapat menjadi pertimbangan untuk saling melengkapi (Erjavec & Manfreda, 2022). Kerangka meta UTAUT bisa diperluas dengan kepercayaan dan memeperrkenalkan religiusitas Islam sebagai variabel moderasi (Alkhowaiter, 2022).

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan terhadap pendekatan dari metode kuantitatif. Dimana pengumpulan data yang dilakukan secara primer dengan menyebarkan kuesioner terhadap responden. Kemudian responden diberikan waktu untuk mengisi kuesioner dalam rentang waktu yang telah ditentukan.



Objek pada penelitian merupakan konsumen dalam melakukan pembayaran dengan menggunakan mobile banking. Pada penelitian ini jumlah responden yang digunakan sebanyak 55 orang. Responden yang dipilih untuk mengisi dari data dilakukan secara random dimana telah aktif dalam melakukan pembayaran dengan menggunakan mobile banking.

Metode terhadap pengumpulan data yang dilakukan berdasarkan dengan observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner. Adapun pendekatan terhadap kuesioner yang dilakukan dengan menggunakan skala likert yang dituangkan kedalam Google Formulir.

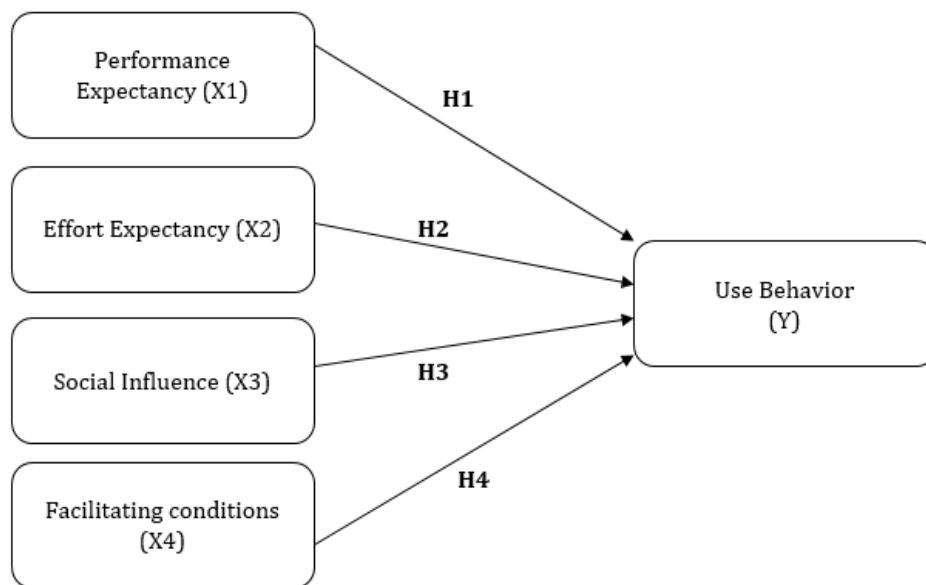
Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah untuk melihat minat dan perilaku dalam melakukan pembayaran dengan menggunakan mobile banking. Dimana proses penyelesaian berdasarkan dengan menggunakan model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology).

Pada penelitian terdapat 4 (empat) variabel utama yang digunakan berdasarkan dengan model UTAUT tersebut yaitu Performance Expectancy (x1), Effort expectancy (X2), Social influence (x3) dan Facilitating conditions (x4). Sedangkan untuk variabel lainnya adalah Use Behavior (Y).

Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 4, dimana dengan aplikasi tersebut nantinya digunakan untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis yang telah ditentukan. Pengujian yang dilakukan nantinya terkait dengan pengujian pendukung yang dilakukan pada penelitian.

Dalam mengkaji minat dan perilaku konsumen menggunakan mobile banking, penelitian ini akan melibatkan survei dan analisis data untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang paling berpengaruh. Selain faktor-faktor yang disebutkan dalam model UTAUT, faktor budaya, lingkungan, dan pemahaman agama juga dapat memengaruhi penerimaan teknologi ini.

Berdasarkan dengan penjabaran tersebut maka agar lebih mudah untuk melihat terhadap proses pengujian hipotesis dapat dilihat terhadap Gambar 1, kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Performance Expectancy merupakan gambaran terhadap manfaat ataupun juga keuntungan yang didapat oleh responden dalam menggunakan aplikasi mobile banking untuk melakukan pembayaran. Dalam hal ini akan diukur nantinya terhadap keuntungan – keuntungan yang didapatkan berdasarkan dengan penggunaan aplikasi mobile banking. Pada variabel ini pengukuran berdasarkan dengan Usefulness, Quickness dan Productivity(Maharani, 2021). Maka dari itu dapat digambarkan untuk hipotesis adalah:

H1= Performance Expectancy berpengaruh signifikan terhadap Use Behavior

Effort expectancy berkaitan dengan usaha ataupun tingkat kesusahan yang dialami oleh responden dalam penggunaan aplikasi mobile banking untuk melakukan pembayaran. Pada variabel ini pengukuran yang dilakukan berdasarkan dengan Complexity dan Ease of Use(Tugiman et al., 2022). Maka dari itu dapat digambarkan untuk hipotesis adalah:

H2= Effort expectancy berpengaruh signifikan terhadap Use Behavior

Social influence merupakan variabel untuk melihat apakah penggunaan aplikasi mobile banking tersebut juga layak untuk direkomendasikan terhadap orang lain dimana responden dapat memberikan kepercayaan terhadap orang lain terhadap penggunaan aplikasi mobile banking dalam melakukan pembayaran. Pada variabel ini pengukuran yang dilakukan berdasarkan dengan Social Factor dan Subjective Norm(Alfansi & Daulay, 2021). Maka dari itu dapat digambarkan untuk hipotesis adalah:

H3= Social influence berpengaruh signifikan terhadap Use Behavior



Facilitating conditions merupakan variabel terakhir yang digunakan bertujuan untuk menggambarkan bahwa orang lain dapat mempercayai terhadap sumber daya yang tersedia pada aplikasi mobile banking dapat digunakan untuk melakukan pembayaran. Pada variabel ini terdapat variabel pengukuran berdasarkan dengan Resource, Knowledge dan Compatibility (Ainul Bashir, 2020). Maka dari itu dapat digambarkan untuk hipotesis adalah:

H4= Facilitating conditions berpengaruh signifikan terhadap Use Behavior.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum dilakukan penelitian, terlebih dahulu diketahui terhadap karakteristik responden yang mengisi data pada kuesioner. Adapun karakteristik responden dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
Laki-Laki	42	76%
Wanita	13	24%
Jumlah	55	100%
Usia	Jumlah	Prosentase
21-30	11	20%
31-40	12	22%
41-50	23	42%
> 50	9	16%
Jumlah	55	100%
Pendidikan	Jumlah	Prosentase
SMA/Sederajat	5	9%
Diploma/Sederajat	3	5%
Sarjana	35	64%
Magister	12	22%
Jumlah	55	100%

Pada Tabel 1 terhadap karakteristik responden dapat dilihat bahwasannya untuk data responden didominasi oleh laki – laki dimana jumlah yang mengisi responden sebanyak 42 orang (76%). Pada kategori usia responden untuk kelompok usia 41-50 merupakan responden terbanyak dengan sebanyak 23 orang (42%). Serta untuk kategori pendidikan jumlah responden untuk tingkat pendidikan sarjana sebanyak 35 orang (64%).

Kemudian, sebelum dilakukan pengujian lebih banyak lainnya terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap nilai validitas dan realibilitas kuesioner. Pengujian yang dilakukan bertujuan untuk memastikan bahwasannya data yang digunakan untuk penelitian merupakan data yang layak serta dapat diandalkan untuk hasil yang didapatkan nantinya. Pengujian terhadap validitas konstruk penelitian ini berdasarkan atas 3 parameter yaitu Indicator loading > 0,5. Composite Realibility (CR) > 0,8 dan Average Variance Extracted (AVE) >0,5.

Tabel 2. Outer Loading

	Performance Expectancy	Effort expectancy	Social influence	Facilitating conditions
PE1	0,76			
PE2	0,74			
PE3	0,71			
EE1		0,88		
EE2		0,82		
SI1			0,84	
SI2			0,86	
FC1				0,86
FC2				0,93
FC3				0,83

Convergent validity merupakan cara yang digunakan untuk melihat tingkat validitas dan realibilitas setiap indikator melalui nilai loading factor. Adapun batasan nilai loading factor yang ditentukan pada penelitian sebesar 0,7. Pada Tabel 2 pada outer loading dapat dilihat bahwasannya setiap variabel memiliki nilai loading factor > 0,70 maka demikian dapat dikatakan bahwasannya seluruh variabel adalah valid sehingga memenuhi terhadap convergent validity. Selain nilai dari convergent validity dalam model juga memiliki nilai discriminant validity, dimana nilai discriminant validity yang baik adalah nilai akar kuadrat dari Average Variance Extracted untuk setiap konstruk memiliki nilai yang lebih besar dari pada konstruk pada model. Adapun nilai tersebut dapat dilihat berikut pada Tabel 3:



Tabel 3. Nilai Akar Kuadrat AVE

	Performance Expectancy	Effort expectancy	Social influence	Facilitating conditions
Performance Expectancy	0,823			
Effort expectancy	0,592	0,777		
Social influence	0,678	0,647	0,871	
Facilitating conditions	0,723	0,662	0,771	0,689

Berdasarkan pada Tabel 3 yaitu nilai akar kuadrat AVE didapatkan hasil nilai 0,823; 0,777; 0,871; dan 0,689 hal ini menandakan bahwasannya nilai akar kuadrat AVE lebih besar dari nilai konstruk yaitu 0,5. Maka dari itu dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwasannya pengukuran terhadap model discriminant validity adalah baik. Selanjutnya dilakukan pengujian terhadap nilai realibilitas, dimana pengujian terhadap nilai realibilitas berdasarkan dengan nilai – nilai Cronchbach’s Alpha, Composite Reliability dan nilai AVE. Pada nilai konstruk untuk pengujian dapat dinyatakan reliabel apabila memenuhi terhadap kondisi nilai cronbach’s alpha > 0,60, nilai composite reliability > 0,70 serta nilai AVE > 0,50. Hasil keluaran nilai reliabel tersebut berdasarkan dengan proses pengujian dengan menggunakan SmartPLS4. Untuk nilai tersebut dapat dilihat pada Tabel 4 berikut:

Tabel 4. Nilai Akar Kuadrat AVE

Variabel	Item	Composite Reliability	Cronbach's Alpha	AVE
Performance Expectancy		0,764	0,643	0,598
	PE1	0,842	0,716	0,672
	PE2	0,916	0,873	0,772
	PE3	0,895	0,783	0,689
Effort expectancy		0,823	0,652	0,621
	EE1	0,799	0,668	0,618
	EE2	0,918	0,863	0,793
Social influence		0,891	0,772	0,682
	SI1	0,781	0,623	0,598
	SI2	0,925	0,883	0,782
Facilitating conditions		0,958	0,845	0,793
	FC1	0,898	0,793	0,711
	FC2	0,857	0,762	0,693
	FC3	0,782	0,697	0,618

Dari hasil pengujian yang dilakukan berdasarkan pada Tabel 4, dapat dilihat bahwasannya secara keseluruhan untuk nilai composite reliability sudah lebih besar dari 0,70, untuk nilai cronbach’s alpha sudah lebih besar dari 0,60 dan nilai AVE sudah lebih besar dari nilai 0,50. Hal ini menandakan bahwasannya sudah terdapat nilai realibilitas yang baik terhadap konstruk. Kemudian juga diperlukan terhadap evaluasi discriminant validity dengan memastikan nilai dari akar Average Variance Extracted (\sqrt{AVE}) sebuah variabel laten harus lebih besar.

Tabel 5. Korelasi Antar Variabel Laten

Konstruk	Performance Expectancy	Effort expectancy	Social influence	Facilitating conditions
Performance Expectancy	1.000	0,494	0,653	0,683
Effort expectancy	0,494	1.000	0,771	0,786
Social influence	0,653	0,771	1.000	0,596
Facilitating conditions	0,683	0,786	0,596	1.000

Selanjutnya hasil yang didapatkan berdasarkan dengan pengujian terhadap model pengukuran (outer model) yang telah dilakukan sebelumnya dapat dikatakan bahwasannya model yang terbentuk telah memenuhi terhadap kriteria yang ditentukan. Proses selanjutnya yang dilakukan yaitu melakukan terhadap pengujian model struktural (inner model). Pengujian model struktural (inner model) dilakukan berdasarkan dengan nilai – nilai reliabilitas indikator (R^2) yang dilakukan pada konstruk variabel dependen serta pengujian terhadap nilai koefisien jalur (path coefficient). Pada pengujian ini nantinya dapat dilihat terhadap nilai t-statistik dan nilai p-value yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan terhadap uji hipotesis. Selain itu, pengujian ataupun evaluasi lainnya dilakukan dengan menggunakan nilai Q^2 predictive relevance. Pengujian tersebut bertujuan untuk melihat terhadap pengaruh variabel melalui bootstrapping.

Uji Determinasi atau analisis varian (R^2) dilakukan untuk melihat terhadap prediksi pada model. Dimana pada Uji Determinasi atau analisis varian (R^2) jika model mendapatkan nilai yang maka model prediksi dikatakan adalah baik. Adapun nilai koefisien determinasi ditunjukkan pada tabel 6 berikut:



Tabel 6. Nilai Koefisien Determinasi

	R Square
Performance Expectancy	0,865
Effort expectancy	0,885
Social influence	0,798
Facilitating conditions	0,875

Pada Tabel 6 dapat dilihat terhadap hasil penelitian model prediksi yang baik. Dimana untuk nilai Determinasi (R2) didapatkan nilai yang tinggi dengan rata – rata nilai adalah 0,800. Selanjutnya dilakukan proses pengujian terhadap kesesuaian model (uji fit model). Proses pengujian terhadap kesesuaian model (uji fit model) dilakukan berdasarkan analisis Q2 dengan berlandaskan nilai yang terdapat pada Q-Square. Jika nilai yang didapatkan pada Q-Square adalah lebih besar dari 0, maka dapat dikatakan bahwasannya model dapat dikatakan baik. Adapun hasil perhitungan terhadap pengujian Q-Square dapat dilihat berikut:

Tabel 7. Nilai Q-Square

	Q²
Performance Expectancy	0,753
Effort expectancy	0,782
Social influence	0,843
Facilitating conditions	0,781

Dari Tabel 7 diatas untuk nilai Q-Square pada masing – masing variabel Performance Expectancy nilai yang didapatkan sebesar 0,753, Effort expectancy nilai yang didapatkan sebesar 0,782, Social influence nilai yang didapatkan sebesar 0,843 dan Facilitating conditions nilai yang didapatkan sebesar 0,781, Dari hasil yang didapatkan tersebut bahwasannya model yang terbentuk dalam penelitian cukup baik, dimana model tersebut dapat menggambarkan terhadap kondisi sebenarnya yang terjadi dimasyarakat. Kondisi yang terjadi dimasyarakat merupakan sebuah persepsi dari responden. Dimana para responden minat dan perilaku dalam melakukan pembayaran melalui aplikasi mobile banking berdasarkan terhadap 4 (empat) variabel yang telah ditentukan yaitu Performance Expectancy, Effort expectancy, Social influence dan Facilitating conditions. Dimana minat dan perilaku dalam melakukan pembayaran dengan memanfaatkan aplikasi mobile banking sangat berpatokan terhadap kemudahan penggunaan aplikasi serta ajakan terhadap penggunaan. Dengan adanya hal tersebut terdapat dorongan bagi para konsumen untuk melakukan pembayaran dengan menggunakan aplikasi mobile banking. Terlebih lagi dimasa sekarang ini dimana setiap kegiatan yang dilakukan tidak terlepas dari pada pemanfaatan dan penggunaan dari teknologi

Selanjutnya dilakukan proses penilaian terhadap nilai signifikan dari prediction model dengan berdasarkan pengujian inner model. Pengujian prediction model pada inner model berdasarkan dengan nilai P-Value. Adapun terdapat kondisi yang harus dipenuhi pada P-Value dalam menentukan hasil pengujian hipotesis. Dimana jika nilai P-Value > 0,05 ataupun 5% maka dapat dikatakan bahwasannya hasil pengujian tidak terdapat signifikansi dari variabel. Dan berlaku untuk kebalikannya jika nilai P-Value < 0,05 atau 5% maka terdapat nilai signifikansi dari variabel. Adapun hasil proses pengujian keseluruhan dari hipotesis dapat dilihat berikut pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil P-Values (Bootstrapping)

	T Statistics	P Values	Hasil
Performance Expectancy → Use Behavior	8,181	0	Signifikan
Effort expectancy → Use Behavior	9,231	0	Signifikan
Social influence → Use Behavior	7,427	0	Signifikan
Facilitating conditions → Use Behavior	9,579	0	Signifikan

Berdasarkan dengan proses pengujian pada tabel 8 dapat dilihat untuk variabel Performance Expectancy mendapatkan nilai P-Values sebesar 0,000. Berdasarkan dengan kondisi bahwasannya nilai P-Values < 0,000 dapat dikatakan bahwasannya terdapat signifikansi Performance Expectancy terhadap Use Behavior. Maka dari itu pengujian Hipotesis untuk H1 dapat dikatakan **DITERIMA**. Hal ini menandakan bahwasannya kegunaan ataupun fitur yang terdapat pada mobile banking sudah sangat membantu untuk melakukan pembayaran, selain itu juga dengan terdapatnya mobile banking tersebut sangat memudahkan bagi konsumen untuk melakukan pembayaran.

Berdasarkan dengan proses pengujian pada tabel 7 dapat dilihat untuk variabel Effort expectancy mendapatkan nilai P-Values sebesar 0,000. Berdasarkan dengan kondisi bahwasannya nilai P-Values < 0,000 dapat dikatakan bahwasannya terdapat signifikansi Effort expectancy terhadap Use Behavior. Maka dari itu pengujian Hipotesis untuk H2 dapat dikatakan **DITERIMA**. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwasannya kemudahan dalam penggunaan aplikasi mobile banking sangat membantu ataupun mendorong minat dan perilaku untuk menggunakan aplikasi mobile banking dalam melakukan pembayaran. Dengan kemudahan dalam penggunaan aplikasi mobile banking tersebut maka kiranya tidak memerlukan lagi namanya pelatihan ataupun penggunaan tutorial dalam pengoperasian aplikasi mobile banking.



Berdasarkan dengan proses pengujian pada tabel 7 dapat dilihat untuk variabel Social influence mendapatkan nilai P-Values sebesar 0,000. Berdasarkan dengan kondisi bahwasannya nilai P-Values < 0,000 dapat dikatakan bahwasannya terdapat signifikansi Social influence terhadap Use Behavior. Maka dari itu pengujian Hipotesis untuk H3 dapat dikatakan **DITERIMA**. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwasannya faktor lingkungan juga merupakan sebagai faktor penting serta pendukung bagi minat dan perilaku untuk melakukan pembayaran dengan menggunakan aplikasi mobile banking. Dimana dengan adanya review ataupun ajakan dari orang lain ataupun orang disekitar akan sangat meningkatkan minat dan perilaku untuk menggunakan aplikasi mobile banking dalam melakukan pembayaran.

Berdasarkan dengan proses pengujian pada tabel 7 dapat dilihat untuk variabel Facilitating conditions mendapatkan nilai P-Values sebesar 0,000. Berdasarkan dengan kondisi bahwasannya nilai P-Values < 0,000 dapat dikatakan bahwasannya terdapat signifikansi Facilitating conditions terhadap Use Behavior. Maka dari itu pengujian Hipotesis untuk H4 dapat dikatakan **DITERIMA**. Kondisi terakhir yang didapatkan dari hasil penelitian bahwasannya kondisi terhadap fasilitas yang disediakan ataupun dimiliki juga mempengaruhi terhadap penggunaan aplikasi mobile banking. Dimana saat ini aplikasi mobile banking dapat di instal pada media teknologi yang dimiliki ataupun digunakan tanpa adanya kondisi ataupun syarat tertentu. Maka dari itu, faktor tersebut juga yang menjadi faktor pendukung terhadap minat dan dalam penggunaan aplikasi mobile banking dalam melakukan pembayaran.

4. KESIMPULAN

Dengan memahami determinan minat dan perilaku dalam menggunakan mobile banking melalui analisis model UTAUT, dapat meningkatkan adopsi teknologi ini di kalangan masyarakat. Implikasi dari penelitian ini dapat membantu lembaga keuangan dan penyedia layanan mobile banking untuk meningkatkan kualitas layanan dan memperluas jangkauan pengguna. Dalam era digital, penggunaan layanan perbankan berbasis teknologi semakin meningkat. Salah satu tren yang menonjol adalah penggunaan mobile banking bagi masyarakat secara luas pada lintas generasi, yang merupakan pihak yang melakukan pembayaran segala transaksi pada saat ini. Untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat dan perilaku dalam menggunakan mobile banking, analisis model UTAUT dapat menjadi landasan yang kuat. Berdasarkan dengan hasil pengujian yang dilakukan bahwasannya setiap nilai P-Values dari variabel adalah 0,000 dimana menandakan bahwasannya nilai P-Values < 0,05 maka dari itu untuk seluruh hipotesis diterima. Bahwasannya Performance Expectancy berpengaruh signifikan terhadap Use Behavior, Effort expectancy berpengaruh signifikan terhadap Use Behavior, Social influence berpengaruh signifikan terhadap Use Behavior dan Facilitating conditions berpengaruh signifikan terhadap Use Behavior.

REFERENCES

- Ainul Bashir, N. A. (2020). Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Mengetahui Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan SIORTU. *Elinvo (Electronics, Informatics, and Vocational Education)*, 5(1), 42–51. <https://doi.org/10.21831/elinvo.v5i1.30636>
- Alfansi, L., & Daulay, M. Y. I. (2021). Factor affecting the use of e-money in millennial generation: Research model UTAUT 2. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 14(1), 109–122. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v14i1.8212>
- Alkhowaiter, W. A. (2022). Use and behavioural intention of m-payment in GCC countries: Extending meta-UTAUT with trust and Islamic religiosity. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7(4), 100240. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100240>
- Anggraini, Y. N., & Indrarini, R. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Zakat dan Kepercayaan terhadap Minat Membayar Zakat Melalui Zakat Digital pada Masyarakat di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(1), 54–66. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n1.p54-66>
- Anita Ciunova-Shuleska, Nikolina Palamidovska, J. P. (2022). What drives m-banking clients to continue using m-banking services? *Journal of Business Research*, 139(February), 731–739.
- Apriyanti, H. W. (2019). Perkembangan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia : Analisis Peluang Dan Tantangan. *Maksimum*, 7(1), 16. <https://doi.org/10.26714/mki.7.1.2017.16-23>
- Baabdullah, A., Alalwan, A., Rana, N., Kizgin, H., & Patil, P. (2019). Consumer use of mobile banking (M-Banking) in Saudi Arabia: Towards an integrated model. *International Journal of Information Management*, 44, 38–52. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.09.002>
- BAZNAS. (2022). Tentang Zakat.
- Beik, I. S., Arsyianti, L. D., & Permatasari, N. (2024). Analysis on the determinant of millennials' zakat payment through digital platform in Indonesia: a multinomial logistic approach. *Journal of Islamic Marketing*, 15(2), 541–572. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2021-0313>
- Divyapriya, N., & Velanganni, R. (2020). Digital payment: empirical study on usage of digital platform in making digital payments. *Malaya Journal of Matematik*, 5(2), 3586–3589.
- Erjavec, J., & Manfreda, A. (2022). Online shopping adoption during COVID-19 and social isolation: Extending the UTAUT model with herd behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65(December 2021), 102867. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102867>
- Gina Destrianti Karmanto, B. D. B. (2020). Penggunaan platform crowdfunding dalam menyalurkan zakat, infaq, dan shadaqah (zis): studi intensi masyarakat.
- Hasif, M., & Ahmad, K. (2019). Factors Affecting the Acceptance of Financial Technology among Asnaf for the Distribution of Zakat in Selangor- A Study Using UTAUT. *Journal of Islamic Finance (Special Issue)*, 2117, 35–46.
- Helmy, M., Ramadhan, N., & Hendratmi, A. (2023). Moslem Millennials Donor Intention Through Donation-Based Crowdfunding In Indonesia Minat Berdonasi Generasi Milenial Muslim. *Ekonomi Syariah Dan Terapan*, 10(1), 41–56.



- <https://doi.org/10.20473/vol10iss20231pp41-56>
Indonesia, B. (2022). TIGA INSIATIF PEMBAYARAN DIGITAL UNTUK PEMULIHAN EKONOMI. Ruang Media Bank Indonesia.
- Kemenag R.I. (2019). Al Quran dan terjemahannya (Lajnah Pentashihan Mushaf Al Quran).
- Kuangan, O. jasa. (n.d.). Perbankan Syariah.
- Kharisma, P., & Jayanto, P. Y. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah. AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 16(1), 47–56. <https://doi.org/10.31942/akses.v16i1.4471>
- Kominfo. (n.d.). Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang.
- Komirisetty, D., & Simha, B. S. (2018). a Study on Paytm ' S Growth in India As. 5(4), 866–875.
- Maharani, Y. (2021). Minat Generasi Z Menggunakan Kembali Transaksi Mobile Payment: Pendekatan Model UTAUT 2. JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS: Jurnal Program Studi Akuntansi, 7(2), 140–154. <https://doi.org/10.31289/jab.v7i2.5641>
- Mohd Thas Thaker, M. A., Pitchay, A., Mohd Thas Thaker, H., & Amin, F. (2019). Factors influencing consumers' adoption of Islamic mobile banking services in Malaysia: An approach of partial least squares (PLS). Journal of Islamic Marketing, 10. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2018-0065>
- Mujinga, M. (2022). Factors Influencing the Adoption of Online Banking in South Africa: An UTAUT Study BT - Intelligent Computing (K. Arai (ed.); pp. 1128–1135). Springer International Publishing.
- Qin, R., & Yu, Z. (2023). Extending the UTAUT Model of Tencent Meeting for Online Courses by Including Community of Inquiry and Collaborative Learning Constructs. International Journal of Human–Computer Interaction, 1–19. <https://doi.org/10.1080/10447318.2023.2233129>
- Shaikh, I. M., & Amin, H. (2024). Consumers' innovativeness and acceptance towards use of financial technology in Pakistan: extension of the UTAUT model. Information Discovery and Delivery, 52(1), 114–122. <https://doi.org/10.1108/IDD-08-2022-0080>
- Shankar, A., & Rishi, B. (2020). Convenience Matter in Mobile Banking Adoption Intention? Australasian Marketing Journal (AMJ), 28. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2020.06.008>
- Suwandi, M. A., & Azis, E. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan E-Money Pada Generasi Millenials (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Ipb) the Influencing Factors of E-Money Utilization By Millenial Generation of Ipb'S Undergraduate Student. E-Proceeding of Management, 5(3), 3104–3011.
- Tugiman, T., Herman, H., & Yudhana, A. (2022). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Model Utaut Untuk Evaluasi Sistem Pendaftaran Online Rumah Sakit. JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi), 9(2), 1621–1630. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v9i2.2227>
- Venkatesh, Viswanath, et al. (2012). "Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology." ,.. JSTOR, 36, n(Accessed 29 Feb. 2024.), 157–78..
- Wulan, M., Khairunnisa, H., & Syamsul Bahri, E. (2019). Internal Audit Role in Digital Zakat Finance: Case Study at a Zakat Institution in Indonesia. International Conference of Zakat. <https://doi.org/10.37706/iconz.2018.129>
- Yusfiarto, R. (2021). The relationship between m-banking service quality and loyalty: evidence in Indonesian Islamic Banking. Asian Journal of Islamic Management (AJIM), 3(1), 23–33. <https://doi.org/10.20885/ajim.vol3.iss1.art3>