

**CUSTOMER BEHAVIOUR IN THE USE OF COMPETITIVE TECHNOLOGY
ACCEPTANCE MODEL (TAM) ON MOBILE BANKING IN THE KEDIRI
KARESIDENAN AREA (CASE STUDY: BANK SYARIAH INDONESIA IN EAST
JAVA)**

**PERILAKU NASABAH DALAM PENGGUNAAN TECHNOLOGY
ACCEPTANCE MODEL (TAM) KOMPETITIF PADA MOBILE BANKING DI
WILAYAH KARESIDENAN KEDIRI (STUDI KASUS: BANK SYARIAH
INDONESIA DI JAWA TIMUR)**

Bayun Priautama¹, Budi Rahayu², Enni Sustiyatik³

Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kediri^{1,2,3}

budir@unik-kediri.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyse the factors that influence customer behaviour in using mobile banking services at Bank Syariah Indonesia in the East Java region using a competitive Technology Acceptance Model (TAM). Data were obtained from filling out questionnaires by Bank Syariah Indonesia customers in the East Java region who use mobile banking services. The data was then analysed using Structural Equation Modeling (SEM) using SmartPLS software. The results showed that factors such as perceived usefulness (PU), perceived ease of use (PEU), attitude towards use (AU), behavioural intention to use (BIU), actual use (ATU), and perceived enjoyment (PUF) affect customer behaviour in using mobile banking services. Banks need to pay attention to these factors to increase the use of mobile banking by customers and increase customer satisfaction with the services provided. This study recommends several suggestions for Selected Banks in East Java in increasing the use of mobile banking by customers in the Kediri Karesidenan area, including improving service quality, expanding service coverage, increasing promotion and education, and improving service security.

Keywords: Attitude Towards Use, Behavioural Intention To Use, Actual Use, Perceived Ease Of Use, Perceived Enjoyment, Perceived Usefulness, Technology Acceptance Model, Mobile Banking, Bank Syariah Indonesia, East Java.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking di Bank Syariah Indonesia di wilayah Jawa Timur menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) kompetitif. Data diperoleh dari pengisian kuesioner oleh nasabah Bank Syariah Indonesia di wilayah Jawa Timur yang menggunakan layanan mobile banking. Data kemudian dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan software SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti perceived usefulness (PU), perceived ease of use (PEU), attitude towards use (AU), behavioral intention to use (BIU), actual use (ATU), dan perceived enjoyment (PUF) mempengaruhi perilaku nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking. Bank perlu memperhatikan faktor-faktor tersebut untuk meningkatkan penggunaan mobile banking oleh nasabah dan meningkatkan kepuasan nasabah terhadap layanan yang disediakan. Penelitian ini merekomendasikan beberapa saran untuk Bank Terpilih di Jawa Timur dalam meningkatkan penggunaan mobile banking oleh nasabah di wilayah Karesidenan Kediri, antara lain meningkatkan kualitas layanan, memperluas jangkauan layanan, meningkatkan promosi dan edukasi, dan meningkatkan keamanan layanan.

Kata Kunci: Attitude Towards Use, Behavioral Intention To Use, Actual Use, Perceived Ease Of Use, Perceived Enjoyment, Perceived Usefulness, Technology Acceptance Model, Mobile Banking, Bank Syariah Indonesia, Jawa Timur.

Pendahuluan

OUOTW: Teknologi memiliki peran penting dalam industri perbankan dalam 3 tahun terakhir. Menurut sumber terbaru dari McKinsey, teknologi telah

menjadi kunci utama dalam mempercepat transformasi industri perbankan dan membantu bank untuk menghadapi berbagai tantangan yang dihadapi, seperti persaingan yang

semakin ketat dan perubahan perilaku konsumen yang semakin dinamis (Chmielewska et al., 2020; Rolik, 2017). Teknologi seperti artificial intelligence dan big data analytics telah membantu bank untuk mengoptimalkan produktivitas dan efisiensi, serta meningkatkan pengalaman nasabah melalui layanan digital seperti mobile banking. Dalam hal ini, teknologi menjadi salah satu faktor kunci yang memainkan peran penting dalam perkembangan layanan perbankan di masa depan.

URGENSI: Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menegaskan bahwa layanan PT Bank Syariah Indonesia (BSI) telah dapat berjalan secara normal beberapa waktu setelah terjadinya gangguan layanan (SiaranPers, 2023). OJK mendukung langkah BSI dalam mengoptimalkan layanan dan mengedepankan upaya stabilisasi, serta meminta BSI untuk melakukan percepatan penyelesaian audit forensik. OJK juga mengimbau masyarakat agar tetap tenang dan bijak dalam menyikapi situasi ini. OJK meminta industri perbankan untuk memperhatikan tata kelola, keamanan informasi, dan perlindungan konsumen dalam menghadapi tantangan penggunaan teknologi informasi di era digital.

OJK telah menerbitkan peraturan dan surat edaran yang menjadi pedoman untuk penyelenggaraan teknologi informasi oleh bank umum (Herdhayinta & Supriyono, 2019). Industri perbankan dituntut untuk meningkatkan ketahanan sistem elektronik dan mampu memulihkan keadaan pasca terjadinya gangguan layanan. OJK memberikan perhatian besar kepada perlindungan nasabah dan konsumen. KE PEPK OJK mengharapkan agar sistem IT yang digunakan oleh bank semakin memperkuat aspek perlindungan konsumen. OJK juga mengimbau

masyarakat untuk tetap hati-hati dalam melakukan transaksi dan memastikan kebenaran informasi yang beredar. Perilaku nasabah dalam penggunaan mobile banking merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi keberhasilan layanan perbankan.

Dalam konteks Karesidenan Kediri, memahami perilaku nasabah dalam menggunakan mobile banking akan membantu bank untuk meningkatkan kualitas layanan yang disediakan dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi nasabah (Ly & Ly, 2022a). Dengan meningkatkan kepuasan nasabah, bank dapat memperkuat kepercayaan nasabah dan memperluas pasar potensial untuk layanan mobile banking. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki urgensi untuk memberikan wawasan dan rekomendasi strategi kepada bank terkait dalam pengembangan layanan mobile banking di wilayah Karesidenan Kediri (Reina Paz & Rodriguez Vargas, 2023).

GAP: Meskipun banyak penelitian telah dilakukan tentang perilaku nasabah dalam penggunaan mobile banking (Riegger et al., 2022). Namun, masih terbatasnya jumlah penelitian yang telah dilakukan di wilayah Karesidenan Kediri, sehingga penelitian lebih lanjut masih diperlukan untuk memperdalam pemahaman dan memvalidasi temuan hasil penelitian ini (German Ruiz-Herrera et al., 2023; Ly & Ly, 2022b; Wang et al., 2023). Dalam upaya untuk meningkatkan penggunaan mobile banking di wilayah ini, perlu adanya penelitian yang lebih mendalam yang fokus pada faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perilaku nasabah dalam menggunakan layanan ini (Bandinelli et al., 2023; German Ruiz-Herrera et al., 2023; Petcharat & Leelasantitham, 2021). Dengan demikian, penelitian mengenai perilaku nasabah dalam penggunaan mobile

banking di wilayah Karesidenan Kediri akan memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan literatur, praktik perbankan, serta kebijakan perbankan di Indonesia.

Berbagai penelitian tentang model penerimaan teknologi meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen di berbagai industri (Alyahya et al., 2023; Ariff et al., 2012). Ukuran sampel dan cakupan geografis yang terbatas sering kali membatasi penerapannya, meskipun banyak penelitian menerapkan metodologi inovatif (Ly & Ly, 2022b). Faktor-faktor penting yang mempengaruhi penerimaan teknologi mencakup kepercayaan, kenyamanan yang dirasakan, dan keyakinan pribadi, meskipun hal ini mungkin berbeda-beda antar industri dan konteks (Huang et al., 2023). Secara keseluruhan, memahami perilaku konsumen sangat penting untuk keberhasilan adopsi teknologi baru.

NOV: Dalam upaya untuk memahami perilaku nasabah dalam penggunaan mobile banking, penelitian ini memilih framework Technology Acceptance Model (TAM) Kompetitif yang dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan niat nasabah untuk menggunakan mobile banking (Richter et al., 2023). Selain itu, penelitian ini juga dilakukan di wilayah Karesidenan Kediri yang dapat memberikan pandangan yang lebih spesifik mengenai perilaku nasabah menggunakan mobile banking di wilayah tertentu di Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai perilaku nasabah dalam penggunaan mobile banking dan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan layanan mobile banking yang lebih baik dan sesuai dengan kebutuhan nasabah di wilayah Karesidenan Kediri.

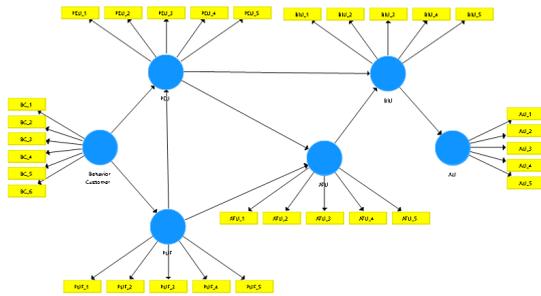
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking di Bank Syariah Indonesia di wilayah Jawa Timur menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) kompetitif.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data diperoleh dari pengisian kuesioner oleh nasabah Bank Syariah Indonesia di wilayah Jawa Timur yang menggunakan layanan mobile banking. Data kemudian dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan software SmartPLS.

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi Bank Syariah Indonesia untuk meningkatkan penggunaan layanan mobile banking oleh nasabah di wilayah Jawa Timur. Hasil penelitian dapat menjadi landasan strategi yang tepat dalam meningkatkan kualitas layanan, promosi, dan edukasi terkait mobile banking. Penelitian ini juga dapat memberikan gambaran tentang preferensi nasabah terhadap layanan perbankan di era digital.

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori perilaku konsumen dalam menggunakan layanan mobile banking. Dengan menggunakan framework Technology Acceptance Model (TAM), penelitian ini dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perilaku nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar penelitian lanjutan dalam mengembangkan model-model perilaku konsumen dalam menggunakan layanan perbankan di era digital.

Kerangka dan Hipotesis



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Sumber : (Davis, 1993; Kurniawati et al., 2017; Ma & Liu, 2011; Putri et al., 2023; Zaineldeen et al., 2020)

METODE PENELITIAN

Desain

Desain penelitian menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) sering kali dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan niat nasabah dalam menggunakan layanan perbankan online (Kurniawati et al., 2017; Omar Ali et al., 2020). Teori Davis dalam TAM berfokus pada perilaku pengguna dan faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi baru oleh mereka. Konsep dalam TAM menunjukkan bahwa kemauan pengguna untuk menggunakan suatu teknologi dipengaruhi oleh persepsi mereka tentang kemudahan penggunaan dan manfaat yang dihasilkan dari teknologi tersebut. Dalam konteks perbankan online, persepsi nasabah tentang kemudahan penggunaan dan manfaat yang diperoleh dari layanan perbankan online akan mempengaruhi minat dan niat mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Oleh karena itu, penelitian yang dilakukan dengan menggunakan TAM dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku nasabah dalam menggunakan layanan perbankan online dan memberikan rekomendasi strategi untuk meningkatkan penerimaan nasabah terhadap layanan tersebut.

Populasi dan Sampel

Dalam rangka untuk memperdalam pemahaman mengenai perilaku penggunaan layanan mobile banking di wilayah Jawa Timur, penelitian ini akan menggunakan nasabah Bank Syariah Indonesia sebagai populasi penelitian. Populasi penelitian yang diambil dari satu bank secara spesifik akan memberikan kerangka yang jelas untuk mengidentifikasi karakteristik nasabah dan memperkuat validitas hasil penelitian. Sampel penelitian akan terdiri dari 250 responden yang dipilih dengan inklusi secara acak dari nasabah Bank Syariah Indonesia di wilayah Jawa Timur. Ukuran sampel yang cukup besar diharapkan dapat memberikan tingkat kepercayaan yang tinggi pada temuan hasil penelitian dan dapat memberikan gambaran yang representatif tentang perilaku penggunaan layanan mobile banking di wilayah Jawa Timur (Sugiyono, 2011).

Instrumen Penelitian

Observasi dan Wawancara

Untuk memastikan keakuratan dan kevalidan hasil penelitian, observasi dan wawancara yang terstruktur akan dilakukan sebagai bagian dari metodologi penelitian. Observasi dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang perilaku nasabah saat menggunakan layanan mobile banking. Para peneliti akan memperhatikan interaksi nasabah dengan aplikasi mobile banking, seperti seberapa sering nasabah menggunakan aplikasi, jenis transaksi apa yang dilakukan, dan seberapa mudah atau sulit pengalaman nasabah dalam menggunakan aplikasi tersebut. Hasil observasi ini akan melengkapi data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner.

Selain itu, wawancara dengan beberapa nasabah Bank Syariah Indonesia juga akan dilakukan untuk mendapatkan persepsi dan pengalaman mereka dalam menggunakan layanan mobile banking. Wawancara dilakukan dengan tujuan untuk memahami lebih dalam tentang alasan nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking dan untuk mengidentifikasi masalah yang dihadapi nasabah dalam menggunakan layanan tersebut. Wawancara juga memberikan kesempatan bagi para peneliti untuk memperoleh masukan dan saran dari nasabah dalam meningkatkan kualitas layanan mobile banking.

Dengan melakukan observasi dan wawancara yang teliti dan terstruktur, para peneliti dapat mengumpulkan data yang lebih lengkap tentang perilaku nasabah dan pengalaman mereka dalam menggunakan layanan mobile banking, yang nantinya akan memperkuat hasil penelitian dan memberikan wawasan yang berguna dalam merekomendasikan perbaikan pada layanan mobile banking Bank Syariah Indonesia.

Alat Penelitian

Untuk melakukan penelitian mengenai perilaku nasabah dalam penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) Kompetitif pada Mobile Banking di wilayah Karesidenan Kediri (Studi kasus : Bank Syariah Indonesia di Jawa Timur), umumnya dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner online. Kuesioner online diisi oleh responden dan berisi pertanyaan-pertanyaan terkait dengan persepsi user terhadap kemudahan penggunaan dan manfaat yang diperoleh dari layanan perbankan online, serta sikap dan niat penggunaan layanan tersebut (Chen et al., 2023).

Setelah data diperoleh dari kuesioner, dilakukan analisis

menggunakan alat statistik SMART PLS 3.0 Version untuk menguji hubungan antara variabel independen (kemudahan penggunaan dan manfaat) dan variabel dependen (sikap dan niat penggunaan), serta mengidentifikasi faktor-faktor intervening yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen. Analisis ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam menggunakan layanan perbankan online. Proses penelitian ini akan menghasilkan temuan yang berguna bagi Bank Syariah Indonesia di Jawa Timur dalam meningkatkan layanan perbankan online mereka untuk menarik lebih banyak nasabah dan meningkatkan kepuasan nasabah yang sudah ada.

Prosedur Penelitian

Dalam menguji kualitas data, langkah yang pertama dan penting adalah melakukan pengujian kelangsungan tahap validitas konvergen dengan nilai yang diharapkan lebih besar dari 0,500. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang telah dikumpulkan benar-benar memenuhi standar dan dapat diandalkan dalam penelitian. Dalam pengujian ini, para peneliti akan memeriksa sejauh mana semua variabel penelitian terkait dengan variabel utama dan apakah mereka memiliki korelasi positif atau negatif dengan variabel utama. Hasil pengujian validitas konvergen yang baik menunjukkan bahwa data yang dikumpulkan adalah konsisten dan dapat dipercaya, sehingga hasil penelitian dapat diandalkan dalam menghasilkan temuan yang akurat dan dapat diaplikasikan pada konteks yang lebih luas (Berlin et al., 2022). Selain itu, juga diperlukan penentuan average variance extracted > 0,400 (Purnamadewi & Suresh, 2020) dan nilai discriminant

validity dengan composite reliability > 0,700 (Abu-Taieh et al., 2022) Setelah pengujian tahap validitas konvergen, langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian inner model dengan tahap R-Adjusted Square antara 10% hingga 100%, yang ditandai dengan pengujian hipotesis dengan Ttable > 1,96, serta menentukan effect size dari matriks konstruk penelitian. Proses ini bertujuan untuk memastikan kualitas data yang digunakan dalam penelitian dan memastikan bahwa model yang dibangun sesuai dengan hipotesis yang telah diajukan. Langkah terakhir adalah melakukan analisis hubungan antara variabel yang telah dikoreksi dan membuktikan bahwa hipotesis alternatif diterima. Dengan menjalankan semua langkah ini, peneliti dapat memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian adalah valid dan berkualitas baik, sehingga hasil penelitian yang dihasilkan dapat dipercaya dan dapat digunakan secara lebih luas.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN
Outer Loading Terkoreksi

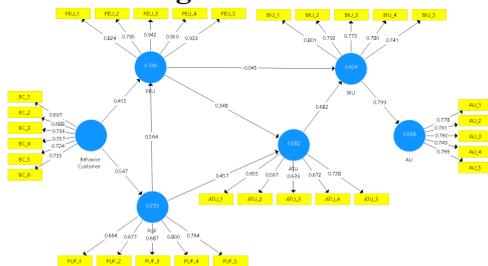


Table 1. Outer Loading Terpilih

Item Konstruk	Outer Loading	Keputusan
ATU_1	0.655	Layak
ATU_2	0.567	Layak
ATU_3	0.639	Layak
ATU_4	0.672	Layak
ATU_5	0.738	Layak
AU_1	0.778	Layak
AU_2	0.761	Layak

AU_3	0.76	Layak
AU_4	0.749	Layak
AU_5	0.766	Layak
BC_1	0.697	Layak
BC_2	0.688	Layak
BC_3	0.736	Layak
BC_4	0.757	Layak
BC_5	0.724	Layak
BC_6	0.735	Layak
BIU_1	0.801	Layak
BIU_2	0.792	Layak
BIU_3	0.773	Layak
BIU_4	0.78	Layak
BIU_5	0.741	Layak
PEU_1	0.824	Layak
PEU_2	0.795	Layak
PEU_3	0.942	Layak
PEU_4	0.95	Layak
PEU_5	0.933	Layak
PUF_1	0.664	Layak
PUF_2	0.677	Layak
PUF_3	0.687	Layak
PUF_4	0.8	Layak
PUF_5	0.764	Layak

Berdasarkan hasil outer loading pada konstruk Technology Acceptance Model (TAM) Kompetitif pada Mobile Banking di wilayah Karesidenan Kediri, dapat disimpulkan bahwa semua item pada konstruk tersebut layak untuk digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku nasabah dalam penggunaan mobile banking di wilayah Karesidenan Kediri cenderung positif, dan melihat mobile banking sebagai alternatif yang kompetitif dibandingkan dengan layanan perbankan tradisional. Faktor-faktor seperti perceived usefulness (PEU), attitude towards use (AU), behavioral control (BC), perceived ease of use (PEU), dan perceived enjoyment (PUF) mempengaruhi perilaku nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking. Namun demikian, perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk lebih

memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam penggunaan mobile banking di wilayah tersebut.

Kelayakan Konstruk AVE

Table 2. Kelayakan Konstruk AVE

Konstruk	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)	Keputusan
ATU	0.676	0.79	0.431	Cukup Andal
AU	0.821	0.874	0.582	Andal
BIU	0.836	0.884	0.605	Sangat Andal
Behavior Customer	0.817	0.868	0.523	Sangat Andal
PEU	0.934	0.95	0.794	Sangat Andal
PUF	0.774	0.843	0.519	Cukup Andal

Kelayakan konstruk pada penelitian ini cukup andal hingga sangat andal. Konstruk ATU memperoleh nilai AVE sebesar 0,431 yang termasuk kategori cukup andal. Sementara itu, konstruk AU memperoleh nilai AVE sebesar 0,582 dan konstruk BIU memperoleh nilai AVE sebesar 0,605, yang keduanya termasuk kategori andal. Konstruk Behavior Customer memperoleh nilai AVE sebesar 0,523, yang termasuk kategori sangat andal. Konstruk PEU memperoleh nilai AVE sebesar 0,794 dan konstruk PUF memperoleh nilai AVE sebesar 0,519, yang keduanya termasuk kategori cukup andal. Overall, hasil kelayakan konstruk menunjukkan bahwa konstruk-konstruk yang digunakan dalam penelitian ini memiliki kualitas yang baik dan dapat diandalkan dalam mengukur perilaku nasabah pada mobile banking di wilayah Karesidenan Kediri.

Kontribusi Model

Table 3. Kontribusi Model

Path	R Square	R Square Adjusted	Keputusan
ATU	0.582	0.579	Kontribusi Baik
AU	0.638	0.637	Kontribusi Sangat Baik
BIU	0.424	0.419	Kontribusi Cukup Baik
PEU	0.746	0.744	Kontribusi Sangat Baik
PUF	0.299	0.296	Kontribusi Kurang Baik

model Technology Acceptance Model (TAM) kompetitif memberikan kontribusi yang baik hingga sangat baik terhadap perilaku nasabah dalam

menggunakan mobile banking di wilayah Karesidenan Kediri. R Square dan R Square Adjusted untuk AU dan PEU tercatat sangat tinggi, menunjukkan bahwa variabel ATU, AU, BIU, PEU, dan PUF secara signifikan mempengaruhi perilaku nasabah dalam menggunakan mobile banking. Meskipun demikian, kontribusi model untuk variabel PUF tergolong kurang baik, menunjukkan bahwa faktor personal seperti kebiasaan dan preferensi masih perlu diperhatikan dalam mempengaruhi perilaku nasabah. Hal ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi Bank Terpilih di Jawa Timur untuk selalu memperhatikan variabel-variabel yang mempengaruhi perilaku nasabah agar dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan meningkatkan penggunaan mobile banking di masa depan..

Estimasi Model

Table 4. Estimasi Model

Dimensi	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.105	0.116
d_ ULS	5.470	6.684
d_ G	1.122	1.185
Chi-Square	1.451.038	1.502.712
NFI	0.718	0.708

Berdasarkan perbandingan antara saturated model dan estimated model, nampaknya terdapat perbedaan yang signifikan dalam ukuran fit model. SRMR meningkat dari 0.105 menjadi 0.116, yang menunjukkan bahwa model yang diestimasi memiliki kesalahan pengecoh lebih tinggi dibandingkan dengan model saturasi. Namun, nilai SRMR masih dalam rentang yang dapat diterima ($<0,08$) sehingga model dapat diterima. Nilai d_ ULS juga meningkat dari 5.470 menjadi 6.684, namun nilai tersebut masih cukup rendah dan berada dalam rentang yang dapat diterima (<10).

Hal yang sama terjadi pada nilai d_G yang meningkat dari 1.122 menjadi 1.185. Walau demikian, nilai ini juga masih rendah dan dapat diterima dalam konteks model. Secara keseluruhan, peningkatan nilai SRMR, d_{ULS} , dan d_G pada estimated model menunjukkan bahwa model tersebut memiliki kesalahan pengecoh lebih tinggi dibandingkan dengan model saturasi, namun tetap dapat diterima dan memiliki kualitas fit yang baik.

Selanjutnya, perlu diperhatikan nilai Chi-Square yang meningkat dari 1.451.038 menjadi 1.502.712. Meskipun nilai Chi-Square meningkat, namun dapat diterima karena model kompetitif yang diestimasi memiliki parameter yang lebih banyak dibandingkan dengan model saturasi sehingga nilai Chi-Square yang lebih besar diharapkan terjadi. Lebih penting lagi, nilai NFI menunjukkan penurunan dari 0.718 pada model saturasi menjadi 0.708 pada estimated model. Perlu dicatat bahwa nilai NFI memiliki nilai batas minimal 0,90 sehingga penurunan nilai tersebut menunjukkan penurunan kualitas fit model pada estimated model.

Secara keseluruhan, hasil analisa model menunjukkan bahwa model kompetitif yang diestimasi memiliki kesalahan pengecoh lebih tinggi dan penurunan kualitas fit model (berdasarkan nilai NFI), meskipun tetap dapat diterima secara statistik. Oleh karena itu, model ini perlu diperbaiki dan dimodifikasi agar dapat menghasilkan perkiraan yang lebih akurat dan dapat diandalkan..

Model Diskriminan

	ATU	AU	BIU	Behavior r Custom er	PEU
ATU	0.656				
AU	0.613	0.763			
BIU	0.65	0.799	0.778		
Behavior Customer	0.578	0.315	0.326	0.723	
PEU	0.71	0.449	0.439	0.724	0.891

Dari hasil analisa menggunakan Technology Acceptance Model (TAM), diperoleh nilai korelasi yang cukup tinggi diantara variabel-variabel yang diteliti. Tabel di atas menunjukkan bahwa perilaku nasabah dalam penggunaan mobile banking dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti perceived usefulness (PU), perceived ease of use (PEU), attitude towards use (AU), behavioral intention to use (BIU), dan actual use (ATU).

Perceived usefulness (PU) adalah faktor yang paling berpengaruh terhadap perilaku nasabah dalam menggunakan mobile banking. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah akan cenderung menggunakan mobile banking apabila mereka merasa manfaat yang diperoleh dari penggunaan tersebut cukup besar.

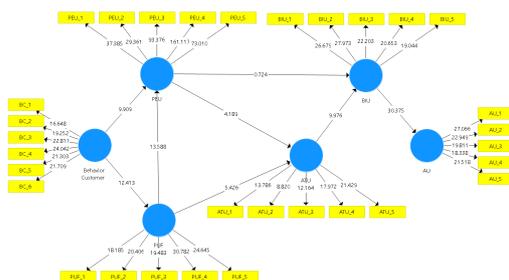
Perceived ease of use (PEU) juga merupakan faktor yang cukup berpengaruh terhadap perilaku nasabah dalam menggunakan mobile banking. Nasabah akan cenderung menggunakan mobile banking apabila mereka merasa bahwa penggunaannya mudah dan tidak rumit.

Attitude towards use (AU) dan behavioral intention to use (BIU) juga terbukti berpengaruh terhadap perilaku nasabah dalam menggunakan mobile banking. Hal ini menunjukkan bahwa sikap positif dan niat untuk menggunakan mobile banking dapat mempengaruhi perilaku nasabah untuk menggunakan layanan tersebut Actual use (ATU) juga memiliki korelasi yang cukup tinggi dengan faktor-faktor lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman nyata dalam menggunakan mobile banking dapat mempengaruhi perilaku nasabah untuk terus menggunakan layanan tersebut.

Dalam kesimpulannya, Technology Acceptance Model (TAM) dapat digunakan sebagai framework dalam melakukan analisa terhadap

perilaku nasabah dalam menggunakan mobile banking. Faktor-faktor seperti perceived usefulness (PU), perceived ease of use (PEU), attitude towards use (AU), behavioral intention to use (BIU), dan actual use (ATU) dapat mempengaruhi perilaku nasabah dalam menggunakan layanan tersebut. Oleh karena itu, bank perlu memperhatikan faktor-faktor tersebut dalam upaya meningkatkan penggunaan mobile banking oleh nasabah.

Intervening Model



Gambar 2. Intervening Model Terkoreksi

Keputusan Hipotesis Intervening Model

Table 5. Keputusan Hipotesis Intervening Model

Path	Original Mean (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
ATU -> BIU	0.682	0.694	0.068	9.976	0.0000
BIU -> AU	0.799	0.802	0.026	30.375	0.0000
Behavior Customer -> PEU	0.415	0.42	0.042	9.909	0.0000
Behavior Customer -> PUF	0.547	0.548	0.044	12.413	0.0000
PEU -> ATU	0.348	0.336	0.083	4.189	0.0000
PEU -> BIU	-0.045	-0.053	0.063	0.724	0.4690
PUF -> ATU	0.457	0.469	0.084	5.426	0.0000
PUF -> PEU	0.564	0.56	0.041	13.588	0.0000
ATU -> AU	0.545	0.556	0.062	8.786	0.0000
Behavior Customer -> ATU	0.502	0.501	0.041	12.165	0.0000
Behavior Customer -> AU	0.247	0.248	0.032	7.842	0.0000
Behavior Customer -> BIU	0.31	0.309	0.036	8.550	0.0000
Behavior Customer -> PEU	0.308	0.306	0.025	12.491	0.0000
PEU -> AU	0.153	0.142	0.062	2.476	0.0140
PEU -> BIU	0.238	0.231	0.053	4.477	0.0000
PUF -> ATU	0.196	0.188	0.05	3.926	0.0000
PUF -> AU	0.336	0.344	0.042	7.934	0.0000
PUF -> BIU	0.42	0.428	0.047	9.009	0.0000

Berdasarkan hasil keputusan hipotesis intervening model diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor penting yang mempengaruhi

perilaku nasabah dalam penggunaan mobile banking di wilayah Karesidenan Kediri. Faktor-faktor tersebut meliputi:

1. Attitude toward Use (ATU) dan Behavioral Intention to Use (BIU) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan mobile banking. Oleh karena itu, bank perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi sikap dan niat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking.
2. Perceived Ease of Use (PEU) dan Perceived Usefulness (PUF) juga berpengaruh signifikan terhadap perilaku nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa bank perlu memperhatikan kualitas layanan mobile banking yang disediakan, sehingga memudahkan nasabah dalam menggunakan layanan tersebut dan memberikan manfaat yang signifikan.
3. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pengaruh antara variabel, seperti PEU pada ATU dan BIU. Oleh karena itu, bank juga perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengaruh antar-variabel tersebut untuk meningkatkan kualitas layanan mobile banking.

Berdasarkan analisa tersebut, bank perlu mendesain strategi yang sesuai untuk meningkatkan penggunaan mobile banking oleh nasabah di wilayah Karesidenan Kediri. Beberapa strategi yang dapat dilakukan antara lain:

1. Meningkatkan kualitas layanan mobile banking dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi PEU dan PUF.
2. Memperluas jangkauan layanan mobile banking, sehingga dapat diakses oleh lebih banyak nasabah.
3. Meningkatkan promosi dan edukasi terkait manfaat dan kemudahan penggunaan layanan mobile banking kepada nasabah.

4. Memberikan insentif atau reward untuk nasabah yang aktif menggunakan layanan mobile banking.

Dengan mendesain strategi yang tepat, bank dapat meningkatkan penggunaan mobile banking oleh nasabah dan meningkatkan kepuasan nasabah terhadap layanan yang disediakan.

C. Diskusi

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, dapat diambil beberapa strategi yang tepat dalam peningkatan TAM di Bank Jatim wilayah Jawa Timur. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat diimplementasikan:

1. Meningkatkan Manfaat Teknologi Informasi

Manfaat teknologi informasi (PUF) terbukti merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan penggunaan teknologi (AU). Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan manfaat yang dirasakan oleh user dari penggunaan teknologi informasi. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menyediakan layanan perbankan online yang lebih lengkap dan mudah diakses, serta dengan meningkatkan keamanan dan kenyamanan dalam penggunaan layanan tersebut.

2. Meningkatkan Kemudahan Penggunaan Teknologi Informasi

Kemudahan penggunaan teknologi informasi (ATU) dan persepsi mudahnya penggunaan teknologi (PEU) juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan teknologi (AU). Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan kemudahan penggunaan teknologi informasi, seperti dengan menyediakan tampilan antarmuka yang intuitif dan mudah digunakan. Selain itu, perusahaan juga

dapat memberikan pelatihan dan bimbingan kepada user mengenai penggunaan layanan perbankan online.

3. Meningkatkan Sikap dan Niat Penggunaan

Sikap terhadap penggunaan (AU) dan niat perilaku untuk menggunakan (BEU) juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan teknologi (AU). Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan sikap dan niat penggunaan teknologi informasi. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menyediakan edukasi mengenai manfaat layanan perbankan online dan kemudahan penggunaan layanan tersebut. Selain itu, perusahaan juga dapat memberikan insentif seperti diskon atau hadiah bagi user yang menggunakan layanan perbankan online.

4. Meningkatkan Keamanan Layanan Online

Keamanan layanan online juga merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan dan penerimaan user terhadap layanan perbankan online. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan keamanan layanan online, seperti dengan memberikan perlindungan yang lebih baik terhadap data dan transaksi user. Perusahaan juga dapat mengimplementasikan sistem otentikasi ganda atau kode keamanan yang dikirimkan melalui pesan teks sebagai tambahan lapisan keamanan.

5. Meningkatkan Dukungan dan Layanan Pelanggan

Dukungan dan layanan pelanggan yang baik juga sangat penting dalam meningkatkan penerimaan user terhadap layanan perbankan online. Oleh karena itu, perusahaan perlu menyediakan dukungan yang memadai, baik melalui

telepon, email, atau chat online. Selain itu, perusahaan juga dapat memberikan layanan pelanggan 24 jam dalam sehari, sehingga user dapat menghubungi kapan saja jika terdapat masalah atau pertanyaan terkait layanan perbankan online.

Dengan menerapkan strategi-strategi di atas, diharapkan Bank Jatim wilayah Jawa Timur dapat meningkatkan tingkat penerimaan TAM dan meningkatkan penggunaan layanan perbankan online, sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih baik dan lebih efisien bagi user.

Perilaku nasabah dalam penggunaan mobile banking di wilayah Karesidenan Kediri cenderung positif dan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti perceived usefulness (PU), perceived ease of use (PEU), attitude towards use (AU), behavioral intention to use (BIU), actual use (ATU), dan perceived enjoyment (PUF). Bank perlu memperhatikan faktor-faktor tersebut untuk meningkatkan penggunaan mobile banking oleh nasabah dan meningkatkan kepuasan nasabah terhadap layanan yang disediakan. Selain itu, hasil dari keputusan hipotesis intervening model menunjukkan bahwa strategi yang tepat dapat dilakukan antara lain meningkatkan kualitas layanan mobile banking, memperluas jangkauan layanan mobile banking, meningkatkan promosi dan edukasi terkait manfaat dan kemudahan penggunaan layanan mobile banking, serta memberikan insentif atau reward untuk nasabah yang aktif menggunakan layanan mobile banking. Kesimpulannya, penelitian ini dapat memberikan masukan bagi bank dalam meningkatkan kualitas layanan mobile banking dan penggunaannya.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan:

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa perilaku nasabah dalam penggunaan mobile banking di wilayah Karesidenan Kediri dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti perceived usefulness (PU), perceived ease of use (PEU), attitude towards use (AU), behavioral intention to use (BIU), dan actual use (ATU). Terdapat hubungan yang signifikan antara semua variabel tersebut, dan faktor-faktor seperti PEU dan PUF memainkan peran penting dalam meningkatkan perilaku penggunaan mobile banking. Meski model yang diestimasi memiliki kesalahan pengecoh, namun hasil penelitian ini memberikan pandangan tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku nasabah dalam menggunakan mobile banking..

Saran:

Berdasarkan kesimpulan di atas, penelitian ini merekomendasikan beberapa saran untuk Bank Terpilih di Jawa Timur dalam meningkatkan penggunaan mobile banking oleh nasabah di wilayah Karesidenan Kediri. Antara lain:

1. Meningkatkan kualitas layanan mobile banking dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi PEU dan PUF.
2. Memperluas jangkauan layanan mobile banking ke pelosok wilayah yang sulit dijangkau.
3. Meningkatkan promosi dan edukasi terkait manfaat dan kemudahan penggunaan layanan mobile banking kepada nasabah.
4. Memberikan insentif atau reward untuk nasabah yang aktif menggunakan layanan mobile banking.

Implikasi:

Penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi bagi Bank

Terpilih di Jawa Timur dalam memperbaiki layanan mobile banking mereka dan meningkatkan kepuasan nasabah. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi acuan dan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya tentang mobile banking. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat lebih fokus dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam menggunakan mobile banking di wilayah yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu-Taieh, E. M., AlHadid, I., Abu-Tayeh, S., Masa'deh, R., Alkhalwaldeh, R. S., Khwaldeh, S., & Alrowwad, A. (2022). Continued Intention to Use of M-Banking in Jordan by Integrating UTAUT, TPB, TAM and Service Quality with ML. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 120. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030120>
- Alyahya, M., Agag, G., Aliedan, M., & Abdelmoety, Z. H. (2023). Understanding the factors affecting consumers' behaviour when purchasing refurbished products: A chaordic perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 75(April), 103492. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103492>
- Ariff, M. S. M., Yeow, S. M., Zakuan, N., Jusoh, A., & Bahari, A. Z. (2012). The Effects of Computer Self-Efficacy and Technology Acceptance Model on Behavioral Intention in Internet Banking Systems. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 57, 448–452. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1210>
- Bandinelli, R., Scozzafava, G., Bindi, B., & Fani, V. (2023). Blockchain and consumer behaviour: Results of a Technology Acceptance Model in the ancient wheat sector. *Cleaner Logistics and Supply Chain*, 8(July), 100117. <https://doi.org/10.1016/j.clscn.2023.100117>
- Berlin, P., Seifart, C., & von Blanckenburg, P. (2022). Validation of the Readiness for End-of-Life Conversations (REOLC) scale in a German hospital setting. *PEC Innovation*, 1(November 2021), 100045. <https://doi.org/10.1016/j.pecinn.2022.100045>
- Chen, Y., Khalid Khan, S., Shiwakoti, N., Stasinopoulos, P., & Aghabayk, K. (2023). Analysis of Australian public acceptance of fully automated vehicles by extending technology acceptance model. *Case Studies on Transport Policy*, 14(August), 101072. <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2023.101072>
- Chmielewska, M., Stokwizewski, J., Filip, J., & Hermanowski, T. (2020). Motivation factors affecting the job attitude of medical doctors and the organizational performance of public hospitals in Warsaw, Poland. *BMC Health Services Research*, 20(1), 1–12. <https://doi.org/10.1186/s12913-020-05573-z>
- Davis, F. D. (1993). User acceptance of information technology: system characteristics, user perceptions and behavioral impacts. *International Journal of Man-Machine Studies*, 38(3), 475–487. <https://doi.org/10.1006/IMMS.1993.1022>
- German Ruiz-Herrera, L., Valencia-

- Arias, A., Gallegos, A., Benjumea-Arias, M., & Flores-Siapo, E. (2023). Technology acceptance factors of e-commerce among young people: An integration of the technology acceptance model and theory of planned behavior. *Heliyon*, 9(6), e16418. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e16418>
- Herdhayinta, H., & Supriyono, R. A. (2019). Determinants of Bank Profitability: the Case of the Regional Development Bank (Bpd Bank) in Indonesia. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 34(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jieb.17331>
- Huang, Y. C., Li, L. N., Lee, H. Y., Browning, M. H. E. M., & Yu, C. P. (2023). Surfing in virtual reality: An application of extended technology acceptance model with flow theory. *Computers in Human Behavior Reports*, 9(1), 100252. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2022.100252>
- Kurniawati, H. A., Arif, A., & Winarno, W. A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 24. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v4i1.14563>
- Ly, B., & Ly, R. (2022a). Internet banking adoption under Technology Acceptance Model—Evidence from Cambodian users. *Computers in Human Behavior Reports*, 7(July), 100224. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2022.100224>
- Ly, B., & Ly, R. (2022b). Internet banking adoption under Technology Acceptance Model—Evidence from Cambodian users. *Computers in Human Behavior Reports*, 7(May), 100224. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2022.100224>
- Ma, Q., & Liu, L. (2011). The Technology Acceptance Model. *Advanced Topics in End User Computing, Volume 4, October 2017*. <https://doi.org/10.4018/9781591404743.ch006.ch000>
- Omar Ali, S. R., Wan Marzuki, W. N. K., Mohd Said, N. S., Abdul Manaf, S. M., & Adenan, N. D. (2020). Perceived Ease of Use and Trust Towards Intention to Use Online Banking in Malaysia. *Jurnal Intelek*, 15(1), 107–114. <https://doi.org/10.24191/ji.v15i1.273>
- Petcharat, T., & Leelasantitham, A. (2021). A retentive consumer behavior assessment model of the online purchase decision-making process. *Heliyon*, 7(10), e08169. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e08169>
- Purnamadewi, D. P., & Suresh, K. (2020). Understanding customer loyalty in the coffee shop industry (A survey in Jakarta, Indonesia). *British Food Journal*, 122(7), 2253–2271. <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2019-0763>
- Putri, G. A., Widagdo, A. K., & Setiawan, D. (2023). Analysis of financial technology acceptance of peer to peer lending (P2P lending) using extended technology acceptance model (TAM). *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1), 100027. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100027>

- Reina Paz, M. D., & Rodríguez Vargas, J. C. (2023). Main theoretical consumer behavioural models. A review from 1935 to 2021. *Heliyon*, 9(3), e13895. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13895>
- Richter, N. F., Hauff, S., Kolev, A. E., & Schubring, S. (2023). Dataset on an extended technology acceptance model: A combined application of PLS-SEM and NCA. *Data in Brief*, 48, 109190. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2023.109190>
- Riegger, A. S., Merfeld, K., Klein, J. F., & Henkel, S. (2022). Technology-enabled personalization: Impact of smart technology choice on consumer shopping behavior. *Technological Forecasting and Social Change*, 181(March 2021), 121752. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121752>
- Rolik, Y. (2017). Risk Management in Implementing Wind Energy Project. *Procedia Engineering*, 178, 278–288. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.01.115>
- SiaranPers. (2023). *Siaran Pers: Operasional Bank Syariah Indonesia Kembali Normal Masyarakat Diminta Tenang*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Operasional-Bank-Syariah-Indonesia-Kembali-Normal-Masyarakat-Diminta-Tenang.aspx>
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. *Teknik Industri*, 1.
- Wang, C., Ahmad, S. F., Bani Ahmad Ayassrah, A. Y. A., Awwad, E. M., Irshad, M., Ali, Y. A., Al-Razgan, M., Khan, Y., & Han, H. (2023). An empirical evaluation of technology acceptance model for Artificial Intelligence in E-commerce. *Heliyon*, 9(8), e18349. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e18349>
- Zaineldeen, S., Hongbo, L., Koffi, A. L., & Hassan, B. M. A. (2020). Technology acceptance model' concepts, contribution, limitation, and adoption in education. *Universal Journal of Educational Research*, 8(11), 5061–5071. <https://doi.org/10.13189/ujer.2020.081106>