

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Dilakukan penelusuran terkait penelitian-penelitian terdahulu untuk menghindari hasil penelitian yang serupa dengan judul “Pengaruh *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking Syariah”. Adapun referensi yang berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian karya Mirnawati dengan judul “Analisis Minat Menggunakan *Financial Technology (Fintech)* Pada Generasi Millenials Muslim Kota Kendari” (Studi Pada Mahasiswa Kota Kendari). Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti ditemukan bahwa, generasi milenial muslim Kota Kendari berminat menggunakan *Financial Technology (Fintech)*. Dari pengisian angket secara online ditemukan sekitar 69% generasi milenial muslim Kota Kendari berminat untuk menggunakan Fintech. Minat dalam menggunakan *Fintech* pada generasi milenial Kota Kendari disebabkan oleh beberapa alasan, yaitu persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) yaitu *Fintech* berguna untuk menunjang dan membantu mereka dalam bertransaksi secara *online*. Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) yaitu Fintech memberikan mereka kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran, maupun dalam hal membeli kebutuhan mereka. Minat perilaku

menggunakan teknologi (*Intention to use*) yaitu para generasi milenial muslim berminat untuk menggunakan aplikasi-aplikasi dari *fintech*. Sikap terhadap perilaku (*Attitude towards behavior*) yaitu pengambilan sikap dari generasi milenial untuk menggunakan *fintech* sebagai sarana transaksinya.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti di atas dengan peneliti yaitu sama-sama menggunakan model TAM sebagai alat ukur dalam mengetahui minat individu terhadap sesuatu. Sedangkan perbedaan yang dilakukan peneliti dengan peneliti di atas yaitu peneliti menggunakan model kombinasi TAM dan TPB. Selain itu, peneliti tidak mengambil kelima indikator pada TAM melainkan hanya dua indikator.

2. Penelitian karya Thatit Mahendra, yang berjudul “Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Pendekatan *Modified Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB)”. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa minat individu dalam menggunakan mobile banking ditentukan oleh persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), Sikap (*attitude*) dan perilaku persepsian (*perceived behavioral control*). Hasil tersebut mendukung model kombinasi *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Dalam penelitian ini sikap memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap minat individu dalam menggunakan mobile banking dibandingkan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) dikarenakan sikap sebagai perasaan

positif atau negatif pengguna mobile banking yang ditunjukkan oleh perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap mobile banking. Hasil dari penelitian ini juga tidak dapat membuktikan bahwa minat individu dalam menggunakan mobile banking ditentukan oleh persepsi kemudahan dalam penggunaan (*perceived ease of use*) dan norma subjektif (*Subjective Norm*). Persepsi kemudahan dalam penggunaan (*perceived ease of use*) berkaitan dengan kemampuan individu dalam pembelajaran sesuatu yang baru dan sumber daya dalam mengadaptasi suatu teknologi. Sedangkan untuk norma subjektif (*subjective norm*), penilaian subjektif individu mengenai preferensi orang lain dan dukungan (*support*) atas suatu perilaku memiliki peranan penting.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti diatas dengan peneliti yaitu sama-sama menggunakan model kombinasi TAM dan TPB dalam mengetahui minat individu dalam menggunakan mobile banking. Sedangkan Perbedaan penelitian yang dilakukan peneliti di atas dengan peneliti adalah bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking.

3. Penelitian karya Suci Sulistiyarini, dengan judul “Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi *Technology Acceptance Model (TAM)* Dan *Theory Of Planned Behavior (TPB)*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat individu untuk menggunakan mobile banking ditentukan oleh persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan

(*perceived ease of use*), sikap (*attitude*) dan norma subjektif (*subjective norm*). Hasil penelitian ini mendukung model kombinasi TAM dan TPB. Dalam penelitian ini, persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan dengan persepsi kegunaan pada sikap individu dalam menggunakan mobile banking. Persepsi kemudahan penggunaan memengaruhi sikap individu dalam menggunakan mobile banking dikarenakan memberi kemudahan bagi penggunanya dalam memanfaatkan layanan mobile banking. Sikap memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan dengan norma subjektif pada minat individu dalam menggunakan mobile banking. Sikap memengaruhi individu dalam penggunaan mobile banking dikarenakan sikap sebagai perasaan positif atau negatif pengguna mobile banking yang ditunjukkan oleh perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap mobile banking. Penelitian ini tidak berhasil membuktikan bahwa minat individu dalam menggunakan mobile banking ditentukan oleh kontrol perilaku persepsian. Kontrol perilaku persepsian berkaitan dengan kesesuaian pendidikan, kompetensi pada individu, pengalaman terkait dengan penggunaan mobile banking dan kemudahan dalam pembelajaran sesuatu yang baru.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti di atas dengan peneliti adalah sama-sama menggunakan model kombinasi TAM dan TPB dalam penelitiannya. Sedangkan perbedaan penelitian yang dilakukan peneliti di atas dengan peneliti adalah bahwa kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking

sedangkan norma subjektif tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini berbanding terbalik dengan penelitian di atas.

4. Penelitian karya Novi Rukhviyanti dengan judul “Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking : Model Kombinasi TAM dan TPB”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji determinan minat individu dalam menggunakan mobile banking. Faktor yang mempengaruhi minat individu untuk menggunakan mobile banking dalam penelitian ini adalah faktor kegunaan, kemudahan dalam menggunakan, sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan dan persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi sikap individu menggunakan mobile banking. Sikap dan norma subjektif mempengaruhi niat individu menggunakan mobile banking, kontrol perilaku tidak mempengaruhi minat individu menggunakan mobile banking. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti di atas dengan peneliti yaitu sama-sama menggunakan model kombinasi TAM dan TPB dalam penelitian minat menggunakan mobile banking. Sedangkan perbedaan penelitian yang dilakukan peneliti di atas dengan peneliti adalah bahwa kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat individu menggunakan mobile banking. Dan norma subjektif tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan.
5. penelitian karya Ula Rahmatika dan Muhammad Adryzal fajar dengan Judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Penggunaan Uang Elektronik : Integrasi Model TAM – TPB dengan *Perceived Risk*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-money*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, dan persepsi kontrol yang mempengaruhi minat penggunaan *e-money*, sementara persepsi risiko kinerja, risiko sosial, risiko waktu, risiko keuangan, dan risiko keamanan tidak menunjukkan adanya pengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti di atas dengan peneliti yaitu sama-sama menggunakan model kombinasi TAM dan TPB. Sedangkan perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti di atas adalah peneliti di atas menggunakan persepsi risiko dan objek penelitannya adalah *e-money*. Selain itu, indikator norma subjektif pada penelitian di atas berpengaruh signifikan terhadap minat, hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

6. penelitian karya Yanuardinda dengan judul penelitian “Analisis Determinan Minat Keperilakuan Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Strata Satu Universitas Brawijaya)”. Penelitian empiris ini bertujuan untuk meneliti tentang faktor-faktor yang menentukan minat perilaku untuk menggunakan layanan mobile banking dengan memodifikasi *Technology Acceptance Model* (TAM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konstruk persepsi kemudahan,

penggunaan, risiko, dan kesesuaian berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan layanan mobile banking. Sebaliknya, konstruk norma sosial tidak berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan layanan mobile banking.

Adapun persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas terkait *Model Technology Acceptance Model* terhadap minat menggunakan Mobile Banking. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada variabel independen yang membahas mengenai penggunaan, risiko, dan kesesuaian berpengaruh berbeda dengan penelitian yang ditulis penulis dimana variabel independennya adalah Determinan *Technology Acceptance Model* meliputi *persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, sikap pengaplikasian, perilaku penggunaan, dan penggunaan actual*.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

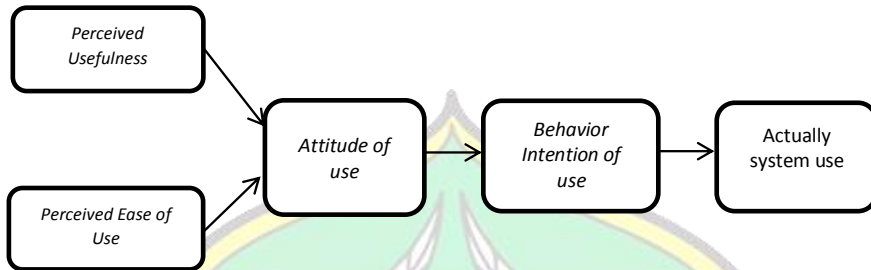
2.2.1.1. Pengertian TAM

Menurut Davis (1989) *Technology acceptance Model* (TAM) adalah adaptasi dari teori Tindakan Beralasan atau *Theory Reasoned Action* (TRA) yang dibuat khusus untuk pemodelan adopsi pengguna sistem informasi. tujuan utama TAM adalah untuk memberikan dasar dalam menelusuri pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan pengguna. Menurut teori TAM, niat perilaku dipengaruhi oleh sikap pengguna terhadap produk yang

kemudian dipengaruhi oleh kegunaan yang dirasakan dari produk tersebut dan hal tersebut dianggap sebagai kemudahan dalam penggunaan dan manfaat yang dirasakan mengacu pada tingkat pengguna produk spesifik yang akan meningkatkan kemampuan pengguna untuk mencapai tujuan yang diinginkan, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan dalam penggunaan mengacu pada sejauh mana sistem tersebut bebas dari upaya. TAM adalah sebuah teori yang menjelaskan persepsi penggunaan teknologi. Persepsi penggunaan tersebut akan mempunyai pengaruh terhadap minat penggunaan TI tersebut. Pada model TAM tingkat penerimaan penggunaan TI ditentukan oleh lima konstruk yaitu, persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), sikap dalam menggunakan (*attitude toward using*), perilaku untuk tetap menggunakan (*behavioral intention to use*), dan kondisi nyata penggunaan sistem (*actual system usage*). Berikut merupakan model TAM yang diperkenalkan oleh Davis (1989):

Gambar 2.1

Model *Technology Acceptance Model* (TAM) untuk menjelaskan Persepsi Kedalam Minat Menggunakan TI



Sumber :Davis, 1989

Model TAM menempatkan faktor sikap dari tiap-tiap perilaku pengguna dengan dua variabel yaitu kemanfaatan (*usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai instrumen untuk menjelaskan varian pada minat pengguna (*user's intention*). Berikut lima konstruk utama pada model TAM terhadap penerimaan penggunaan Teknologi informasi:

- a. Persepsi kegunaan penggunaan ((*Perceived Usefulness*)). Perspektif penggunaan (*perceived usefulness*) adalah merupakan suatu fasa dimana seseorang percaya bahwa pemakai suatu sistem tertentu akan dapat menambah prestasi kerja orang tersebut. Berdasarkan definisi itu dapat diartikan bahwa kegunaan dari penggunaan TIK dapat menambah kinerja, prestasi kerja siapapun yang menggunakannya.

- b. Perspektif kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) dapat meyakinkan pengguna bahwasanya teknologi informasi yang akan diaplikasikan adalah suatu hal yang mudah dan bukan merupakan beban bagi mereka. TIK yang tidak sulit digunakan akan terus diaplikasikan oleh perusahaan. Davis (1989) dalam bukunya juga menyatakan bahwa perspektif kemudahan pengaplikasian (*perceived ease of use*) merupakan sebuah tingkatan dimana seseorang percaya bahwasanya penggunaan sistem tertentu, mampu mengurangi usaha seseorang dalam mengerjakan sesuatu. Frekwensi penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga mampu menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya.
- c. Sikap terhadap pengaplikasian (*Attitude Toward Using*) adalah, sikap pro atau kontra terhadap pengaplikasian sebuah produk. Sikap pro atau kontra terhadap suatu produk ini dapat diaplikasikan guna memprediksi tingkah laku ataupun niat seseorang untuk menggunakan suatu produk atau tidak menggunakannya. Sikap terhadap pengaplikasian teknologi (*attitude toward using technology*), diartikan sebagai evaluasi dari pemakai

tentang keingintahuannya dalam menggunakan teknologi.

- d. Perilaku keinginan untuk menggunakan (*Behavioral Intention to Use*) adalah kecenderungan perilaku untuk tetap mengaplikasikan sebuah teknologi (Davis, 1989). Tingkat penggunaan sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dari sikap serta perhatian sang pengguna terhadap teknologi tersebut, contohnya adalah adanya keinginan untuk menambah peripheral pendukung, keinginan untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk mempengaruhi pengguna lain.
- e. Pemakaian aktual (*Actual Use*) adalah kondisi nyata pengaplikasian sistem (Davis, 1989). Seseorang akan merasa senang untuk menggunakan sistem jika mereka yakin bahwa sistem tersebut tidak sulit untuk digunakan dan terbukti meningkatkan produktivitas mereka, yang tercermin dari kondisi nyata penggunaan. Bentuk pengukuran pemakaian aktual (*actual system usage*) adalah seberapa kerap dan durasi waktu pemakaian terhadap TIK. Penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*), diukur melalui jumlah akumulasi waktu yang dihabiskan untuk berinteraksi dengan teknologi dan seberapa kali seringnya menggunakan teknologi tersebut.

1. Menurut Fatmawati (2015) konsep *Technology Acceptance Model* (TAM), merupakan sebuah teori yang menawarkan landasan untuk mempelajari dan memahami perilaku pemakai teknologi dalam menerima dan menggunakan teknologi yang ditawarkan. Model TAM dikembangkan dari teori psikologis, yang menjelaskan perilaku pengguna teknologi dengan berlandaskan pada hal-hal sebagai berikut:
 - a. Kepercayaan (*belief*)
 - b. Sikap (*attitude*)
 - c. Keinginan (*intention*)
 - d. Hubungan perilaku pengguna (*user behavior relationship*)
2. Jogiyanto (2007) menjelaskan bahwa model TAM merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang akan digunakan oleh pemakai, model TRA dapat diterapkan karena keputusan yang dilakukan oleh individu untuk menerima suatu teknologi sistem informasi merupakan suatu tindakan sadar yang dapat dijelaskan dan diprediksi oleh minat pelakunya. TAM merupakan hasil pengembangan dari model TRA namun menambahkan dua konstruk utama ke model TRA. Dua konstruk utama ini adalah :
 - a. Kegunaan persepsian (*perceived usefulness*)

b. Kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*).

3. Vankatesh dan Davis (2000) juga menyatakan bahwa *percieved ease of use* adalah sebuah tingkatan seberapa jauh kepercayaan seseorang bahwa teknologi adalah suatu hal yang mudah untuk dipahami. Kaitan antara *Technology Acceptance Model (TAM)* dengan persepsi kegunaan yaitu sikap suatu individu terhadap penggunaan suatu teknologi tergantung pada sejauh mana teknologi tersebut dapat membantu individu tersebut ataupun dapat meningkatkan kinerjanya. Vankatesh dan Davis (2000) menjelaskan bahwa terdapat beberapa indikator dalam *percieved ease of use*, yaitu:

- a. *Clear* (jelas) memiliki arti bahwa layanan yang terdapat dalam teknologi tepat sesuai dengan kegunaan
- b. *Understandable* (mudah dipahami) berarti bahwa fungsi dalam teknologi telekomunikasi mudah dipahami dan tidak menimbulkan kesalah pahaman.
- c. *Does not require a lot of mental effort* (tidak memerlukan banyak usaha) yang berarti bahwa dalam penggunaan teknologi tidak diperlukan usaha yang berat.
- d. *Easy of use* (mudah digunakan) artinya fitur yang ada didalam teknologi mudah untuk dioperasikan dan tidak menimbulkan kesulitan.

- e. *Easy to get the system to do what he/she want to do* (mudah didapatkan saat akan digunakan) yang memiliki arti bahwa sistem teknologi dapat dengan mudah didapatkan, pengguna hanya perlu untuk mengunduhnya melalui internet dan dapat langsung menggunakannya.

Vankatesh dan Davis (2000) juga menjelaskan Konstruk *Percieved usefulness* diartikan sebagai kepercayaan seseorang dimana dalam penggunaan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Sehingga, apabila seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk digunakan maka dia akan menggunakannya, Namun apabila sebaliknya, maka dia tidak akan menggunakannya. Vankatesh dan Davis (2000) menjelaskan bahwa selain dimensi yang telah dipaparkan di atas, *percieved usefullnes* juga memiliki beberapa indikator di dalamnya, seperti berikut:

- a. Mempercepat pekerjaan yang artinya dalam penggunaan teknologi dapat dapat membantu pekerjaan yang dimiliki oleh seorang konsumen menjadi lebih cepat.
- b. Efektifitas artinya pada saat penggunaan sebuah teknologi konsumen dapat melakukan segala bentuk pekerjaan dalam waktu yang lebih singkat dari biasanya.

- c. Bermanfaat yang berarti dalam menggunakan teknologi, para pengguna dapat merasakan manfaat dalam mempermudah pekerjaan.
 - d. Meningkatkan produktifitas yang memiliki arti bahwa dengan menggunakan sebuah teknologi, para pengguna akan dapat meningkatkan produktifitas dalam bekerja (Sanjaya, 2005).
4. Menurut Ajzen dan Fishbien (1980) mendefinisikan sikap terhadap penggunaan (*Attitude towards Using*) sebagai perasaan-perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Variabel sikap terhadap penggunaan bias disebut sebagai variabel penghubung antara dua variabel persepsi utama TAM dan variabel niat perilaku menggunakan teknologi. Di bawah ini termasuk beberapa indikator yang akan dipakai pada variabel sikap terhadap penggunaan :
- a. Sikap Penerimaan
 - b. Sikap Penolakan
 - c. Pengalaman Menyenangkan
5. Menurut Ardhiani (2015) menyatakan bahwa niat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*) merupakan suatu motivasi atau niat seseorang dalam melaksanakan suatu perilaku tertentu. Di bawah ini adalah beberapa indikator yang digunakan dalam variabel niat perilaku menggunakan teknologi :

- a. Keinginan untuk menggunakan teknologi
- b. Keinginan untuk menggunakan teknologi untuk membantu pekerjaan
- c. Keinginan untuk menggunakan teknologi secara terus-menerus

2.2.2. *Theory of Planned Behavior (TPB)*

Teori Perilaku Berencana (*Theory of Planned Behavior/ TPB*) merupakan suatu gambaran pengembangan teori dari penelitian terdahulu mengenai teori tindakan yang beralasan (*Theori of Reasoned Action/ TRA*). TPB atau *Theory of Planned Behavior* dikembangkan oleh Ajzen (1985) yang terfokus pada faktor-faktor yang menentukan perilaku terbaru individu atau model perbaikan dari model TRA. TPB merupakan perluasan dari model TRA yang merupakan maksud individu dalam melakukan suatu perilaku. Maksud tersebut sendiri merupakan kemampuan untuk menangkap faktor motivasional yang mempengaruhi suatu perilaku untuk menunjukkan seberapa kuat keinginan seseorang untuk mencoba dan seberapa banyak usaha yang dirancang untuk mengaplikasikan dari usaha tersebut. Model TPB dalam teori ini keinginan perilaku terdiri dari sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan (Lucyanda, 2010).

Terdapat beberapa letak perbedaan yang utama antara sistem TPB dengan TAM, yaitu ada jenis tambahan. TAM

tidak mendetail dalam menerangkan faktor sosial tapi TPB sungguh merincikan, TPB dan TAM mengendalikan perilaku juga mempunyai cara yang berlainan. (Siregar, 2011). Menurut Robbins (2006), terdapat 3 unsur dari sikap, yaitu:

- 1) unsur kognitif (perilaku yang mengacu pada kepercayaan baik dan tidak baik).
- 2) unsur afektif (perilaku yang membentuk perasaan seseorang kepada objek, contohnya benci atau tidak benci).
- 3) unsur perilaku (perilaku yang mendasar pada tujuan untuk bersikap dalam rumus tertentu kepada seseorang atau suatu barang).

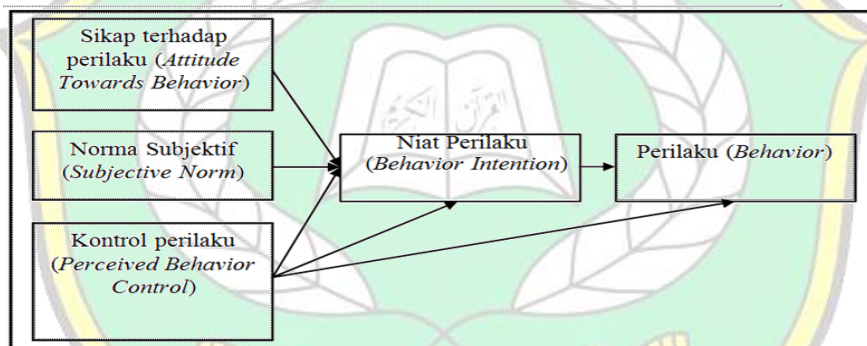
Meski menurut Ajzen (2006) perilaku merupakan perihalan dari keadaan sebuah perilaku. Beranggapan dengan keadaan 2 unsur yang saling bersangkutan, yaitu kepercayaan tentang akibat perilaku dan penilaian tidak baik atau positif terhadap masing-masing kemampuan dari keadaan perilaku.

Icek Ajzen membentangkan teori TPB ini pada tahun 1988. Ajzen (1988) membubuhkan suatu unsur yang belum terdapat dalam TRA, yaitu pengendalian perilaku yang beranggapan (*Perceived Behavioral Control/ PBC*). Hal nya unsur ini yang dibubuhkan dalam TPB dilakukan supaya dapat mengendalikan perilaku individual yang di garis oleh keadaan kekurangan dan kesempitan dari kurangnya bahan yang dipakai untuk mengadakan tanggapannya (Jogiyanto, 2007). Maksud Chau dan Hu (1999) bahwa PBC dibubuhkan dalam

usaha untuk memaklumi adanya kesempatan yang dipunyai satu individu dalam kerangka mengerjakan suatu tanggapan tertentu. Artinya Teori Perilaku yang Dikonsepkan (TPB) merupakan bentuk pelebaran teori dari Teori Tindakan Beralasan (TRA). Dugaan dalam TRA dan TPB yaitu individu yang logis dalam memutuskan suatu perbuatan seseorang dan dilibatkan dari keadaan tindakan tersebut dalam mengambil suatu hasil.

Gambar 2.2

Model Theory Of Planned Behavior (TPB) Ajzen (1991)



Sumber : Hartono (2007:62)

Makna teori TPB atau *Theory of Planned Behaviour*, ditemukan 3 macam pendapat yang membimbing manusia, yaitu:

- 1) Kepercayaan tentang perihal dari akibat adanya perilaku (kepercayaan perilaku), dimana pada kepercayaan ini akan membuat sikap kepada perilaku yang bagus dan tidak bagus.

- 2) Kepercayaan tentang kepercayaan berpegang teguh pada orang lain (kepercayaan normatif), pilihan pada kepercayaan ini akan membuahkan hasil desakan sosial yang berbentuk ras/norma subjektif.
- 3) Kepercayaan tentang keadaan faktor yang bisa memfasilitasi atau menahan kinerja dari reaksi (kepercayaan pengendalian), yang hendak membuahkan hasil pengendalian dari perilaku yang dialami.

Ketiga hal terkemuka yang hendak membentuk niat (*intention*). Secara menyeluruh, kian bertambah baik sikap dan aturan subjektif dan semakin luas pengendali yang dialami, maka hendak bertambah kuat niat seseorang sudah melakukan sebuah perilaku yang dituju (Ajzen, 2006)

Niat (*intention*) didefinisikan sebagai keinginan untuk melakukan perilaku. Niat tidak selalu statis dan dapat berubah seiring berjalannya waktu (Jogiyanto, 2008). Niat erat kaitannya dengan motivasi, yaitu dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan sesuatu tindakan dengan tujuan tertentu. Niat yang baik akan mendorong timbulnya motivasi untuk berbuat baik

Secara merata, bertambahnya kebaikan sikap dan aturan subjektif, dan bertambah besarnya pengendalian yang dialami, maka akan bertambah kuat niat (*intention*) individu untuk mengerjakan perilaku yang dituju.

2.2.3. Teori Minat

2.2.3.1. Pengertian Minat

Pada hakikatnya orang, minat sangat berperan penting dalam kehidupannya. Minat mempunyai dampak yang besar atas perilaku dan sikap orang tersebut. didalam belajarpun minat dapat menjadi sumber aktivitas, atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.

Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan.

Abu Ahmadi mendefinisikan bahwa minat merupakan sikap jiwa seseorang yang tertuju pada suatu objek tertentu ketiga jiwanya (kognisi, konasi dan emosi) dan dalam hubungan itu unsur perasaan yang terkuat. Minat mengandung unsur-unsur yang terdiri dari kognisi (menenal), emosi (perasaan), dan konasi (kehendak). Unsur kognis, dalam arti minat itu didahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai objek yang dituju oleh minat tersebut. Unsur emosi karena dalam partisipasi atau pengalaman itu disertai dengan perasaan tertentu (perasaan senang) sedangkan unsur konasi merupakan kelanjutan dari kedua tersebut yaitu yang diwujudkan dalam bentuk kemauan dan hasrat untuk melakukan suatu kegiatan, termasuk kegiatan.

Minat menurut Slameto (2010) adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang

menyuruh. Minat pada dasarnya penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minat.

Secara garis besar, minat memiliki dua pengertian. Pertama, usaha dan kemauan untuk memperingati (*Learning*) dan mencari sesuatu, kedua, merupakan dorongan pribadi seseorang dalam mencapai tujuan tertentu.

Menurut Ormond (2018) minat dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu:

a) Minat Situasional

Minat situasional adalah minat yang disebabkan secara temporer oleh sesuatu dilingkungan sekitar

b) Minat Pribadi

Minat pribadi adalah minat yang bersifat jangka panjang dan relatif stabil pada suatu topik atau aktivitas.

2.2.3.2. Ciri-ciri Minat

Dr. Med Metasari dalam buku “Perkembangan Anak”, menyebutkan ada beberapa ciri minat yaitu :

1. Minat tumbuh bersamaan dengan perkembangan fisik dan mental.
2. Minat bergantung pada kesiapan belajar.
3. Minat bergantung pada kesempatan belajar.
4. Perkembangan minat terbatas.

5. Minat dipengaruhi oleh pengaruh budaya.
6. Minat berbobot emosional.
7. Minat itu Egosentrik.

Untuk lebih jelasnya akan diuraikan satu persatu sebagai berikut:

1. Minat tumbuh bersamaan dengan perkembangan fisik dan mental.

Minat di semua bidang berubah selama terjadi perubahan fisik dan mental. Pada waktu pertumbuhan terlambat dan kematangan dicapai, minat menjadi lebih stabil. Anak yang berkembang lebih cepat atau lebih lambat dari pada teman sebayanya. Anak yang lambat matang akan menghadapi masalah sosial karena minat mereka minat anak, sedangkan minat teman sebayanya minat remaja.

2. Minat bergantung pada kesiapan belajar.

Anak-anak tidak dapat mempunyai minat sebelum mereka siap secara fisik dan mental, sebagai contoh mereka tidak dapat mempunyai minat yang sungguh-sungguh untuk permainan bola sampai mereka memiliki kekuatan dan koordinasi otot yang diperlukan untuk permainan tersebut.

3. Minat bergantung pada kesempatan.

Kesempatan untuk belajar bergantung pada lingkungan dan minat, bahkan anak-anak maupun dewasa, yang menjadi bagian dari lingkungan anak. Karena lingkungan anak kecil sebagian besar terbatas pada rumah, minat mereka “tumbuh

dari rumah”. Dengan bertambah luasnya lingkaran sosial mereka menjadi tertarik pada minat orang di luar rumah yang mulai mereka kenal.

4. Perkembangan minat terbatas.

Ketidakmampuan fisik dan mental serta pengalaman yang terbatas membatasi minat anak. Anak yang cacat fisik misalnya, tidak mungkin mempunyai minat yang sama pada olah raga seperti teman sebaya yang perkembangannya fisiknya normal.

5. Minat dipengaruhi oleh pengaruh budaya.

Anak-anak mendapat kesempatan dari orang tua, guru dan orang lain untuk belajar mengenai apa saja yang oleh kelompok budaya yang mereka dianggap minat yang sesuai dan mereka tidak diberi kesempatan untuk menekuni minat yang dianggap tidak sesuai bagi mereka oleh kelompok budaya mereka.

6. Minat berbobot emosional

Bobot emosional, aspek efektif, dari minat menentukan kekuatannya. Bobot emosional yang tidak menyenangkan melemahkan minat bobot emosional yang menyenangkan memperkuat.

7. Minat itu Egosentrik.

Sepanjang masa kanak-kanak, minat itu egosentris, misalnya : minat anak laki-laki pada matematika, sering berlandaskan keyakinan bahwa kepandaian dibidang matematika disekolah

akan merupakan langkah penting menuju kedudukan yang menguntungkan dan bergengsi di dunia usaha.

2.2.3.3. Macam-Macam dan Pembagian Minat

Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi dua macam antara lain:

- a. Minat Primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makanan, perasaan enak dan nyaman, kebebasan dan beraktivitas
- b. Minat Kultural atau sosial adalah minat yang timbulnya karena proses belajar, minat ini tidak secara langsung berhubungan dengan diri kita. Misalnya minat belajar individu punya pengalaman bahwa masyarakat atau lingkungan akan lebih menghargai orang-orang terpelajar dan pendidikan tinggi, sehingga hal ini akan menimbulkan minat individu untuk belajar dan berprestasi agar mendapat penghargaan dari lingkungan, hal ini mempunyai arti yang sangat penting bagi harga dirinya.

Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi dua macam antara lain:

- a. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar atau minat asli. Misalnya seseorang belajar karena memang pada ilmu pengetahuan atau karena

memang senang membaca, bukan karena ingin mendapatkan pujian atau penghargaan.

- b. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut, apabila tujuannya sudah tercapai ada kemungkinan minat tersebut hilang. Misalnya seseorang yang belajar dengan tujuan agar menjadi juara kelas atau lulus ujian.

Berdasarkan cara mengungkapkan minat dapat dibedakan menjadi empat macam, terdiri atas:

- a. *Expressed interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subjek untuk menyatakan atau menuliskan kegiatan-kegiatan baik yang berupa tugas maupun bukan tugas dengan perasaan senang.
- b. *Manifest interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi secara langsung terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan subjek.
- c. *Tested interest* adalah minat yang diungkapkan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif yang diberikan.
- d. *Inventoried interest* adalah minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandardisasikan.

Adapun pembagian minat menurut para ahli yaitu sebagai berikut :

- a. Menurut Milton (1961) minat dibagi menjadi dua yaitu:
 1. Minat subyektif : Perasaan yang menyatakan bahwa pengalaman-pengalaman tertentu yang bersifat menyenangkan.
 2. Minat obyektif : Reaksi yang merangsang kegiatankegiatan dalam lingkungannya.
- b. Menurut Samsudin (1961) minat jika dilihat dari segi timbulnya terdiri dari dua macam yaitu:
 1. Minat spontan : minat yang timbul dengan sendirinya secara langsung.
 2. Minat yang disengaja : minat yang dimiliki karena dibangkitkan atau ditimbulkan.

2.2.3.4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Faktor minat mempunyai peranan yang sangat penting, minat individu terhadap suatu objek, pekerjaan, orang, benda, dan persoalan yang berkenaan dengan dirinya timbul karena ada faktor yang mempengaruhinya pada objek yang diamati.

Dalam buku psikologi perkembangan, suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan dijelaskan sebagai berikut: "Sebab timbulnya minat bergantung pada seks/jenis kelamin, intelegensi, lingkungan dimana ia hidup, kesempatan untuk mengembangkan minat, minat teman-teman sebaya, status dalam kelompok sosial, kemampuan bawaan, minat keluarga, dan banyak faktor-faktor lain.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan (misal: umur, bobot, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian) dan yang berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat. Agus Sujanto memperkuat pendapat ini, dengan menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat ada 2, yakni faktor internal dan faktor eksternal.

1. Faktor Internal

Adapun faktor yang tergolong dalam faktor internal, yaitu :

- a. Motif adalah keadaan dalam pribadi orang yang mendorong individu untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu guna mencapai tujuan.
- b. Sikap adalah adanya kecenderungan dalam subjek untuk menerima, menolak suatu objek yang berharga baik atau tidak baik.
- c. Permainan adalah merupakan suatu permasalahan tenaga psikis yang tertuju pada suatu subjek semakin intensif perhatiannya.
- d. Pengalaman suatu proses pengenalan lingkungan fisik yang nyata baik dalam dirinya sendiri maupun di luar dirinya dengan menggunakan organ-organ indra.

2. Faktor Eksternal

Lingkungan bisa juga mempengaruhi minat, karena lingkungan mempunyai peranan yang sangat penting terhadap individu, baik itu lingkungan fisik yang berhubungan dengan benda konkrit maupun lingkungan fisik yang berhubungan dengan jiwa seseorang. Lingkungan itu sendiri terbagi atas 2 bagian, yakni (1) Lingkungan fisik, yaitu berupa alat misalnya keadaan tanah. (2) Lingkungan sosial, yaitu merupakan lingkungan masyarakat dimana lingkungan ini adanya interaksi individu yang satu dengan yang lain. Keadaan masyarakat akan memberi pengaruh tertentu kepada individu. Dengan teknik pengungkapan yang cukup berbeda, *Crow and Crow* mengungkapkan bahwa ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, antara lain yaitu:

1. Dorongan Dari Dalam Diri Individu

Dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu, melakukan penelitian dan lain-lain.

2. Motif Sosial

Motif sosial ini dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan sesuatu aktivitas tertentu. Misalnya minat untuk belajar atau menuntut ilmu pengetahuan timbul karena ingin mendapat penghargaan dari masyarakat, karena biasanya yang memiliki ilmu

pengetahuan cukup luas (orang pandai) mendapat kedudukan tinggi dan terpandang dalam masyarakat.

3. Faktor Emosional

Minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut. Sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut.

2.2.4. Mobile Banking

2.2.4.1. Pengertian Mobile Banking

Pengertian mobile banking menurut Riswandi, Budi Agus (2005) mobile banking suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui *smartphone*. Mobile banking atau yang lebih dikenal dengan sebutan m-Banking merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi (unggulan) pada *handphone*. Melalui adanya *handphone* dan layanan mobile banking, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan

handphone nasabah dapat menghemat waktu dan biaya, selain menghemat waktu mobile banking juga bertujuan agar nasabah tidak ketinggalan jaman dalam menggunakan media elektronik yang sudah modern dan juga bisa lebih memanfaatkan media *handphone* yang biasanya digunakan untuk berkomunikasi tetapi juga dapat digunakan untuk berbisnis atau bertransaksi. Layanan mobile banking memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, dan lain-lain. Dengan fasilitas ini semua orang yang memiliki ponsel dapat dengan mudah bertransaksi 4 dimana saja dan kapan saja. Pada akhirnya bank beramai-ramai menyediakan fasilitas mobile banking demi mendapatkan kepuasan dan peningkatan jumlah nasabah.

Dalam Al-Qur'an telah ditegaskan dalil-dalil tentang suatu kemudahan, hal tersebut diterangkan dalam Q.S Al-Baqarah ayat 185 :

..... ۞ يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

Terjemahnya: “Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu”.

Dan juga dijelaskan dalam Q.S An-Nisa ayat 28, sebagai berikut:

يُرِيدُ اللَّهُ أَنْ يُخَفِّفَ عَنْكُمْ وَخُلِقَ الْإِنْسَانُ ضَعِيفًا

Terjemahnya : “Allah hendak memberikan keringanan

kepadamu, karena manusia diciptakan (bersifat) lemah”.

M-Banking merupakan suatu layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui handphone dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di *Subscriber Identity Module Card* (SIM Card) atau biasa dikenal dengan Menu Layanan Data atau SIM Toolkit.

Layanan ini memiliki beberapa manfaat dan keunggulan sehingga pertumbuhannya semakin meningkat dari tahun ke tahun. Keunggulan yang dimiliki M- Banking antara lain sebagai berikut :

1. *Cardless & Cashless*

Melalui mobile banking, semua transaksi dapat dilakukan tanpa kartu sehingga memudahkan dalam melakukan transaksi. Seperti pembayaran di *merchant* sekarang sudah dapat dilakukan dengan QRIS dan fitur menarik lainnya, yaitu dapat melakukan tarik tunai tanpa kartu ATM.

4. Hemat Waktu & Praktis

Karena sifatnya yang mobile, penggunaan m-banking akan lebih hemat waktu dalam melakukan setiap transaksi. Tidak lagi perlu ke bank ataupun ATM sehingga dapat mengganggu aktifitas dan yang terpenting bisa bertransaksi 24/7.

3. Buka Rekening Baru Sangat Mudah

Saat ini, buka rekening baru baik tabungan maupun deposito sudah bisa dilakukan secara online tanpa perlu ke bank. Selain itu, bisa juga untuk pengajuan kartu kredit, pengajuan kredit, dan lain-lain.

4. Fitur Transfer Lengkap

Penyediaan fitur transfer yang lengkap seperti transfer *real-time* yang di dukung jaringan ATM Bersama, RTGS, transfer valuta asing baik ke dalam maupun ke luar negeri (*remittance*), SKN/kliring.

5. Pembelian dan Pembayaran Mudah

Saat ini peningkatan layanan mobile banking dalam hal pembelian dan pembayaran sudah semakin baik dan memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi tersebut. Lebih cepat dan lebih mudah saat membeli pulsa dan paket internet, token PLN, reksadana, atau membayar tagihan kartu kredit, telepon, listrik, BPJS, asuransi, pinjaman, *e-commerce* dan lain sebagainya.

6. Isi Saldo Uang Elektronik Mudah

Uang elektronik seperti gopay, ovo, dana, *e-money*, *e-cash*, m-tix, linkaja, dan lainnya dapat langsung diisi saldonya melalui mobile banking.

7. Gratis & Aman

Walaupun layanan ini bersifat gratis, keamanan tetap

menjadi utama karena berhubungan dengan transaksi perbankan. Terdapat kode PIN, *password*, verifikasi dan sistem keamanan aplikasi yang sudah distandarisasi oleh pihak bank.

2.2.4.2. Faktor yang mempengaruhi sikap terhadap mobile banking

Adapun faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada penggunaan m-Banking. Laporan BRI (2010) dalam penelitiannya menginventarisir enam faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada mobile banking yaitu:

1. Keamanan sistem m-Banking.

Keamanan dalam sistem transaksi keuangan melalui sistem online merupakan faktor utama yang menjadi prioritas bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan mobile banking. Nasabah menuntut kepada pihak penyedia jasa layanan mobile banking untuk dapat memberikan atau menjamin keamanan transaksi keuangan melalui media mobile banking.

2. Kemudahan suatu website untuk diakses.

Kemudahan untuk mengakses sistem layanan secara online melalui media mobile banking merupakan salah satu faktor yang menentukan kesediaan nasabah untuk menggunakan jasa layanan mobile banking. Semakin mudah konsumen dalam mengakses situs atau website perusahaan jasa

layanan perbankan secara mobile akan meningkatkan sikap konsumen pada jasa layanan perusahaan serta jasa perusahaan akan menunjang sikap konsumen.

3. Privasi pengguna.

Dalam sistem layanan perbankan/transaksi keuangan secara mobile, nasabah menginginkan privasi yang tinggi. Nasabah tidak mau data dirinya diketahui atau disebarakan dengan sengaja oleh perusahaan. Oleh sebab itu, privasi pengguna merupakan salah satu faktor yang menentukan bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan mobile banking.

4. Kehandalan layanan (layanan 24 jam).

Transaksi keuangan secara mobile memiliki keunggulan tanpa batas waktu. Perusahaan yang mampu memberikan layanan tanpa batas waktu (24 jam sehari) akan lebih diminati nasabah.

5. Kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan.

Salah satu faktor yang menentukan nasabah untuk menggunakan jasa layanan perbankan (m-Banking) adalah kredibilitas perusahaan penyedia jasa layanan mobile banking. Perusahaan dengan tingkat kredibilitas yang tinggi lebih diminati nasabah untuk digunakan jasa layanan mobile bankingnya.

6. Kecepatan koneksi jaringan.

Konsumen atau nasabah dewasa ini memiliki kebutuhan/tuntutan yang lebih kompleks pada penyedia jasa

layanan perbankan secara mobile. Salah satu aspek yang harus dipenuhi adalah kecepatan koneksi dalam sistem perbankan secara mobile. Meskipun kesalahan ini tidak terdapat pada sistem perbankannya melainkan pada provider yang dipakai oleh nasabah tersebut.

Provider jaringan tergantung pada sinyal yang ada pada jaringan, kesalahan pada koneksi sering terjadi pada tempat yang jauh dari jangkauan signal.

2.3. Grand Teori

2.3.1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Pada dasarnya *Technology Acceptance Model (TAM)* yang di kemukakan oleh Davis (1989) memiliki 5 Konstruk utama yang mempengaruhi terbentuknya minat. Kelima Konstruk utama tersebut adalah sebagai berikut:

1. Persepsi kegunaan/manfaat (*perctved usefulness*)
2. Persepsi kemudahan penggunaan (*ease of use*)
3. Sikap Terhadap Pengaplikasian (*Attitude Toward Using*)
4. Perilaku Keinginan Untuk Menggunakan (*Behavioral Intention to Use*)
5. Pemakaian Aktual (*Actual Use*)

Untuk kelima konstruk diatas, dalam penelitian ini hanya diambil 2, yaitu Persepsi kegunaan (*perctved usefulness*) dan Persepsi kemudahan penggunaan (*ease of use*).

2.3.2. Theory of Planned Behavior (TPB)

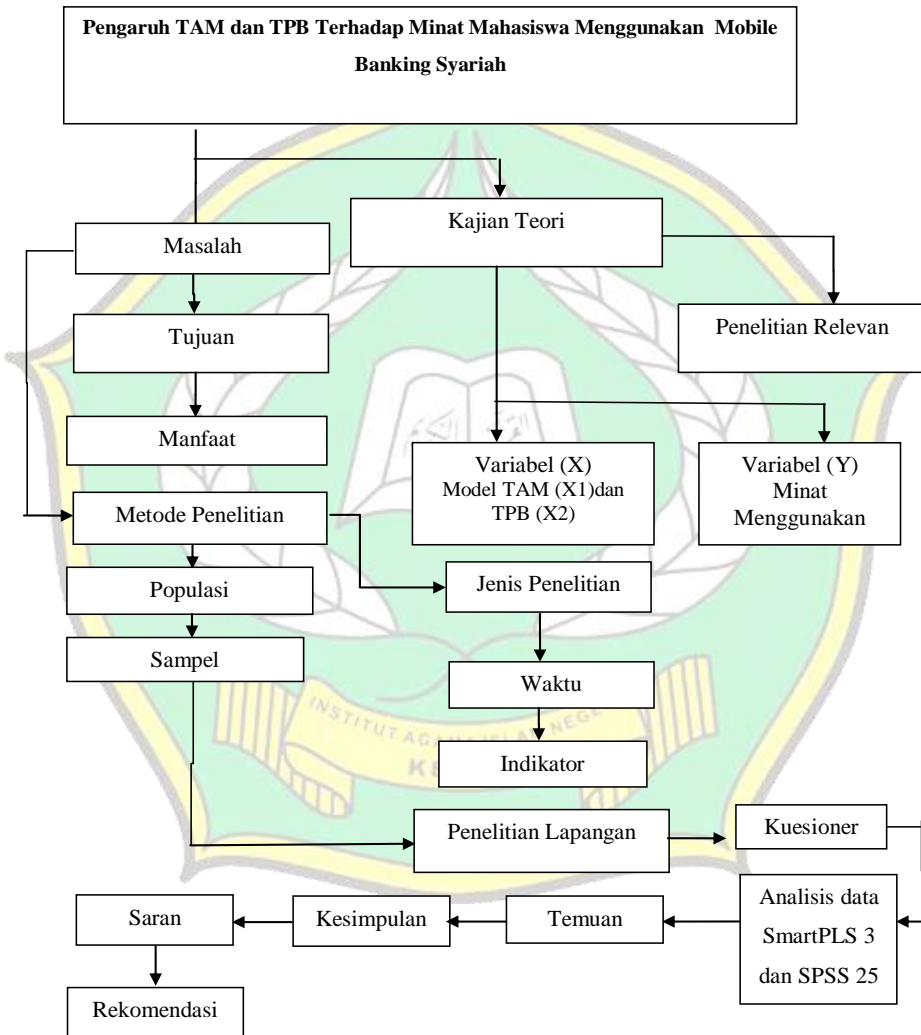
Ajzen dalam mentari (2017) mengembangkan *Theory Of Reasoned Action* (TRA) menjadi sebuah teori lain, yaitu *Theory Of Planned Behavior* (TPB) dan memperlihatkan kaitan dari perilaku-perilaku yang dimunculkan oleh individu untuk menanggapi sesuatu. Faktor utama dalam TPB ini adalah niat seorang individu untuk melaksanakan perilaku dimana niat diindikasikan sebagai seberapa kuat seorang individu untuk mencoba atau seberapa besar usaha yang dilakukan untuk melaksanakan perilaku tersebut. Model TPB dalam teori ini terdiri dari sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. (kurniawati dan toly, 2014).

2.3.3. Teori Minat

Minat menurut Slameto (2010) adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minat. Secara garis besar, minat memiliki dua pengertian. Pertama, usaha dan kemauan untuk memperingati (*Learning*) dan mencari sesuatu, kedua, merupakan dorongan pribadi seseorang dalam mencapai tujuan tertentu.

2.4. Kerangka Pikir Penelitian

Gambar 2.3.
Kerangka Pikir



Sumber : Diolah dilapangan, Tahun 2022

2.5. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan pernyataan tentang parameter suatu populasi Atmaja (2009). Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2015). Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H1 : Diduga indikator persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan mobile banking syariah di kampus IAIN Kendari.
- H2 : Diduga indikator persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan mobile banking syariah di kampus IAIN Kendari.
- H3 : Diduga indikator sikap penggunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan mobile banking syariah di kampus IAIN Kendari.
- H4 : Diduga indikator norma subjektif berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan mobile banking syariah di kampus IAIN Kendari.
- H5 : Diduga indikator kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan mobile banking syariah di kampus IAIN Kendari.