

ABSTRAK

Fatikha Rizqya Nur, 216010014, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Adopsi dan Penggunaan Nyata BSI Mobile Banking: Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kudus, Program Studi Ekonomi Syariah, Pascasarjana, IAIN Kudus.*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah untuk mengadopsi layanan *BSI mobile banking*. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif karena untuk menguji teori dan data yang didapatkan berupa angka yang nantinya akan diolah menggunakan *Structural Equation Modelling (SEM)* dengan alat analisis *AMOS (Analysis of Moment Structure)*. Pendekatan yang dipergunakan dalam riset ini ialah pendekatan survey, di mana dalam penelitian ini peneliti datang ke lapangan untuk memperoleh data penelitian. Survey dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner ke beberapa responden penelitian. Sedangkan teknik pengambilan sampel penelitian ini ialah teknik *incidental sampling* dan *purposive sampling*. Jumlah sampel yang ditetapkan yaitu 168 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *intention adoption BSI mobile banking*; (2) *Perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *intention adoption BSI mobile banking*; (3) *Social influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap *intention adoption BSI mobile banking*; (4) *Spiritual motivation* berpengaruh signifikan terhadap *intention adoption BSI mobile banking*; (5) *Perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *actual usage BSI mobile banking*; (6) *Perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *actual usage BSI mobile banking*; (7) *Social influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap *actual usage BSI mobile banking*; (8) *Spiritual motivation* berpengaruh signifikan terhadap *actual usage BSI mobile banking*; dan (9) *Intention adoption* berpengaruh signifikan terhadap *actual usage BSI mobile banking*.

Kata Kunci : *Perceived usefulness, Perceived ease of use, Social influence, Spiritual motivation, Intention adoption, Actual usage, BSI mobile banking*

ABSTRACT

Fatikha Rizqya Nur, 216010014, Factors Influencing Intentions to Adopt and Actual Use of BSI Mobile Banking: A Study on Customers of Bank Syariah Indonesia, Kudus Branch Office, Sharia Economics Study Program, Postgraduate, IAIN Kudus.

This study aims to analyze the factors that influence customers to adopt BSI mobile banking services. This type of research is quantitative research because it is to test the theory and data obtained in the form of numbers which will later be processed using Structural Equation Modeling (SEM) with AMOS (Analysis of Moment Structure) analysis tools. The approach used in this research is a survey approach, where in this study researchers come to the field to obtain research data. The survey was conducted by distributing questionnaires to several research respondents. While the sampling techniques of this study are incidental sampling and purposive sampling techniques. The number of samples set was 168 respondents.

The results showed that (1) Perceived usefulness had a significant effect on BSI mobile banking adoption intention; (2) Perceived ease of use has a significant effect on BSI mobile banking adoption intentions; (3) Social influence does not have a significant effect on BSI mobile banking adoption intentions; (4) Spiritual motivation has a significant effect on BSI's mobile banking adoption intention; (5) Perceived usefulness has a significant effect on the actual usage of BSI mobile banking; (6) Perceived ease of use has a significant effect on the actual usage of BSI mobile banking; (7) Social influence does not have a significant effect on the actual usage of BSI mobile banking; (8) Spiritual motivation has a significant effect on the actual usage of BSI mobile banking; and (9) Intention adoption has a significant effect on the actual usage of BSI mobile banking.

Keywords : Perceived usefulness, Perceived ease of use, Social influence, Spiritual motivation, Intention adoption, Actual usage, BSI mobile banking

خلاصة

فتيحا رزقيا نور العوامل المؤثرة في نوايا تبني واستخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بنك الشريعة في إندونيسيا: دراسا حول عملاء بنك الشريعة الإندونيسي

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل العوامل التي تؤثر على العملاء لتبني الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول من بنك الشريعة الإندونيسي. هذا النوع من البحث هو بحث كمي لأنه لاختبار النظرية والبيانات التي تم الحصول عليها في شكل أرقام والتي ستم معالجتها لاحقا باستخدام نمذجة المعادلات الجستورالية باستخدام أداة تحليل بنية العزوم. النهج المستخدم في هذا البحث هو نهج المسح ، حيث يأتي الباحثون في هذه الدراسة إلى الميدان للحصول على بيانات البحث. تم إجراء الاستطلاع من خلال توزيع الاستبيانات على العديد من المشاركين في البحث. في حين أن تقنيات أخذ العينات في هذه الدراسة هي تقنيات أخذ العينات العرضية وتقنيات أخذ العينات الهادفة. كان عدد العينات التي تم مجموعتها مائة وثمانية وستين مستجيبا

أظهرت النتائج أن (١) الفائدة المتصورة كان لها تأثير كبير على تبني النية. (٢) سهولة الاستخدام المتصورة لها تأثير كبير على تبني النية ؛ (٣) ليس للتأثير الاجتماعي تأثير كبير على تبني النية ؛ (٤) الدافع الروحي له تأثير كبير على تبني النية ؛ (٥) الفائدة المتصورة لها تأثير كبير على الاستخدام الفعلي ؛ (٦) سهولة الاستخدام المتصورة لها تأثير كبير على الاستخدام الفعلي ؛ (٧) التأثير الاجتماعي ليس له تأثير كبير على الاستخدام الفعلي ؛ (٨) الدافع الروحي له تأثير كبير على الاستخدام الفعلي ؛ و (٩) اعتماد النية له تأثير كبير على الاستخدام الفعلي.

الكلمات المفتاحية : الفائدة المدركة ، سهولة الاستخدام المدركة ، التأثير الاجتماعي ، الدافع الروحي ، تبني النية ، الاستخدام الفعلي ، الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في البنك الشرعي الإندونيسي