

BAB I

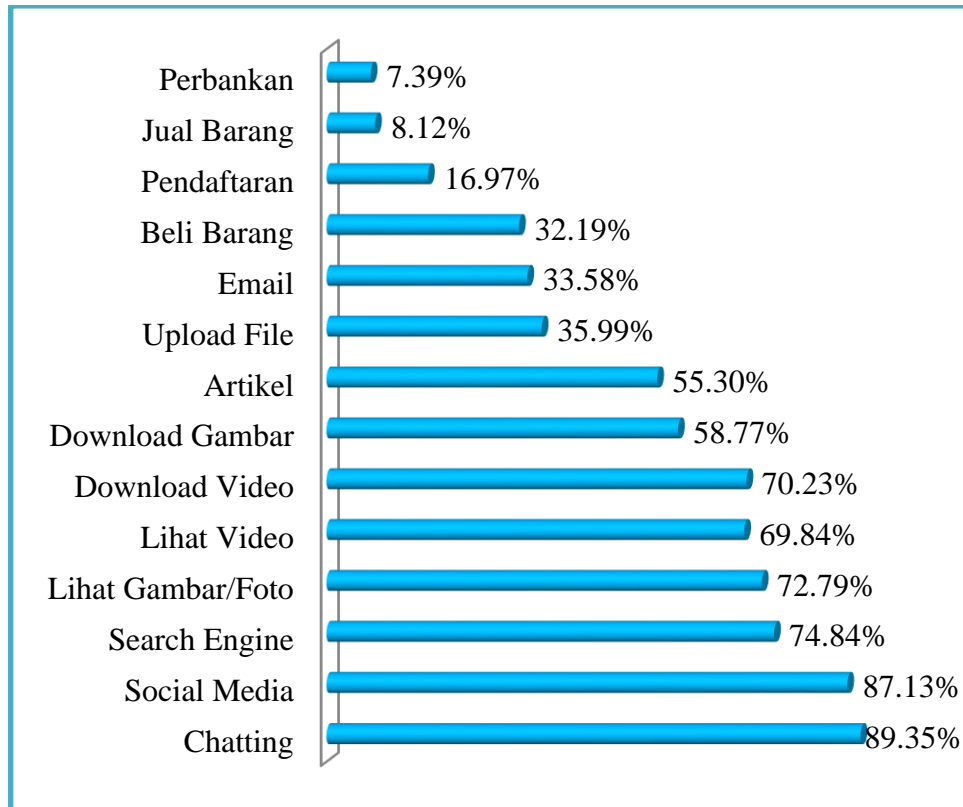
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang salah satu kegiatannya adalah menyediakan pelayanan jasa, termasuk layanan jasa perbankan syariah berbasis teknologi yaitu *e-banking* (*SMS banking*, *mobile banking* dan *internet banking*). *Mobile banking* merupakan layanan informasi perbankan dengan menggunakan teknologi *handphone* untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan, sehingga nasabah tidak perlu lagi ke Anjungan Tunai Mandiri (ATM) ataupun datang ke bank untuk melakukan transaksi perbankan seperti mentransfer uang, cek saldo ataupun melakukan pembayaran tagihan-tagihan lainnya.

Namun, pada kenyataannya perkembangan layanan digital di perbankan syariah saat ini masih sangat tertinggal jika dibandingkan dengan bank konvensional. Menurut Deputy Direktur Pengawasan 2 Perbankan Syariah menyatakan bahwa seharusnya sejak tahun 2015 level teknologi bank itu sudah 4.0 atau *internet of everything*. Namun perbankan syariah masih berada di level *electronic banking* atau 2.0 yang masih sangat tertinggal. Bahkan menurut Pengawas Spesialis Teknologi Informasi (TI) Departemen Perbankan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengatakan bahwa perbankan syariah masih termasuk tahap awal penggunaan teknologi dalam layanan keuangannya (Okezone, 2017).

Kemudian hal tersebut didukung oleh survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dalam (Kompas, 2018) yang menyatakan bahwa hanya 7,39% pengguna internet yang mengakses jasa perbankan digital. Berikut adalah data layanan yang diakses pengguna internet yang akan ditampilkan pada Gambar 1.1 di bawah ini:



Gambar 1.1
Layanan yang Diakses Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2017
Sumber: (Kompas, 2018)

Berdasarkan data survei pada Gambar 1.1 terlihat bahwa pengguna internet yang mengakses jasa perbankan digital paling rendah dibandingkan dengan pengguna internet yang mengakses layanan lainnya. Padahal jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2017 berdasarkan survei APJII mencapai 143,26 juta orang (Kompas, 2018). Pada Gambar 1.1 juga dapat dilihat bahwa pengguna internet di Indonesia paling banyak menggunakan aplikasi *chatting* yakni sebanyak 89,4% dan media sosial sebanyak 87%.

Adapun berdasarkan data dari Kontan (2019) menyatakan bahwa transaksi *e-channel* perbankan melalui *mobile banking* pada kuartal III 2019 di sebagian besar bank memang tumbuh pesat. Sebagaimana diketahui pada PT Bank BNI yang mencatatkan jumlah transaksi *mobile banking* mencapai 142 juta transaksi, akan tetapi transaksi melalui ATM lebih besar lagi yaitu mencapai 1,08 miliar transaksi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa meskipun transaksi perbankan

melalui *mobile banking* di sebagian besar bank tumbuh pesat, namun pertumbuhan tersebut masih lebih kecil jika dibandingkan dengan pertumbuhan transaksi melalui ATM.

Dapat diketahui juga bahwa berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam Merdeka (2019) jumlah rekening dalam perbankan syariah per Oktober 2019 mencapai 31,89 juta. Akan tetapi jumlah pengguna *mobile banking* perbankan syariahnya masih rendah, yaitu hanya sekitar 12 juta nasabah. Artinya, baru sekitar 37% nasabah bank syariah yang menggunakan aplikasi *mobile banking* perbankan syariah dari total nasabah bank syariah secara nasional pada tahun 2019.

Hal senada juga terjadi pada Bank Syariah Mandiri (BSM), di mana menurut Project Manajer Region Head BSM Kanwil V Semarang yakni Imam Himawan Ridwan menyatakan bahwa berdasarkan data terakhir pada tahun 2019 pengguna *mobile banking* Bank Syariah Mandiri sebanyak 973.000 orang, namun hal tersebut tidak sebanding dengan banyaknya nasabah Bank Syariah Mandiri yang secara nasional sudah mencapai 8 juta orang (Antara News, 2019). Dengan kata lain, pengguna *mobile banking* Bank Syariah Mandiri baru mencapai 12,16% dari total nasabah BSM secara nasional.

Fenomena penggunaan *mobile banking* di bank syariah yang masih rendah disebabkan oleh berbagai faktor yang memengaruhinya. Menurut CEO Teknopreneur yaitu Andy Zaky mengatakan bahwa masih ada kekhawatiran soal keamanannya. Hal ini terbukti dari survei yang melibatkan 2.500 responden tersebut, sebanyak 84% pengguna sadar adanya risiko penipuan di internet. Kemudian sebanyak 66% di antaranya sadar bahwa data yang mereka unggah melalui internet bisa diambil oleh pihak yang tidak bertanggungjawab. Dengan demikian, sebanyak 61,4% sepakat pentingnya menjaga rahasia data selama menggunakan internet, termasuk saat mengakses perbankan digital. Kemudian sisanya, yakni sebanyak 7,7% mereka merasa kerahasiaan data itu tidak penting (Kata Data, 2018).

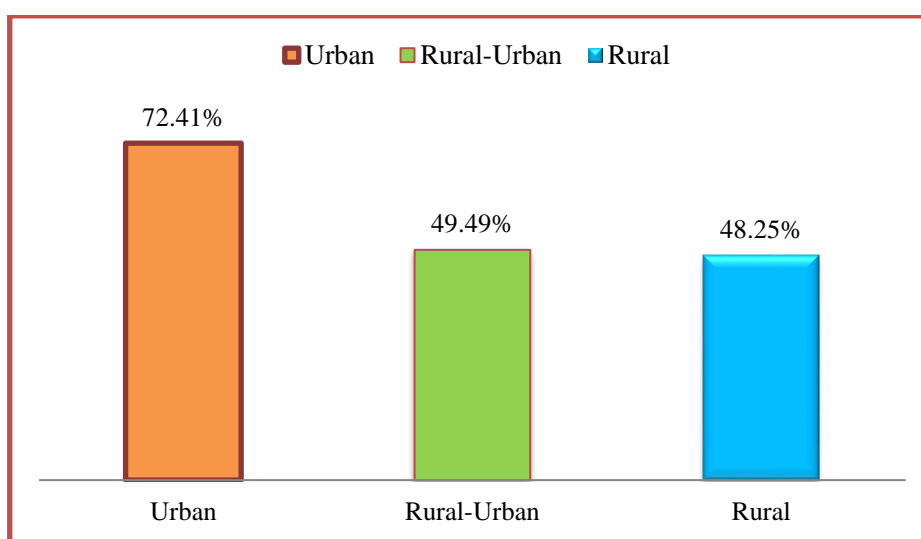
Sedangkan menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017 menyimpulkan bahwa masih adanya

Nonah Siti Rojanah, 2020

PERILAKU NASABAH TERHADAP LAYANAN MOBILE BANKING PERBANKAN SYARIAH: EKSTENSI TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (TPB)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ketimpangan penetrasi pengguna internet yang besar antara kategori wilayah urban, rural-urban dan rural. Hal senada juga diungkapkan berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Teknopreneur yang menunjukkan bahwa penetrasi internet pada kategori urban (perkotaan) tingkat penetrasi pengguna internet mencapai 72,41%. Sementara pada kategori rural-urban (perbatasan kota dan desa) dan rural (pedesaan) tingkat penetrasi pengguna internet masing-masing sebesar 49,49% dan 48,25% (Travelmaker, 2018); (Kata Data, 2018). Berikut ini adalah data pengguna internet berdasarkan wilayah tahun 2017 yang akan ditunjukkan oleh Gambar 1.1 di bawah ini.



Gambar 1.2
Pengguna Internet di Indonesia Berdasarkan Wilayah Tahun 2017

Sumber: (Travelmaker, 2018); (Kata Data, 2018)

Berdasarkan data pada Gambar 1.2 dapat dilihat bahwa pada tahun 2017 masih adanya ketimpangan penetrasi pengguna internet yang cukup jauh antara wilayah urban (perkotaan) dengan wilayah rural (pedesaan) yaitu sebesar 24,16%. Selain itu, ketimpangan penetrasi pengguna internet juga terjadi pada kategori wilayah urban (perkotaan) dengan wilayah rural-urban (perbatasan kota dan desa) yaitu sebesar 22,92%. Belum meratanya penetrasi pengguna internet disebabkan karena belum optimalnya pembangunan infrastruktur telekomunikasi.

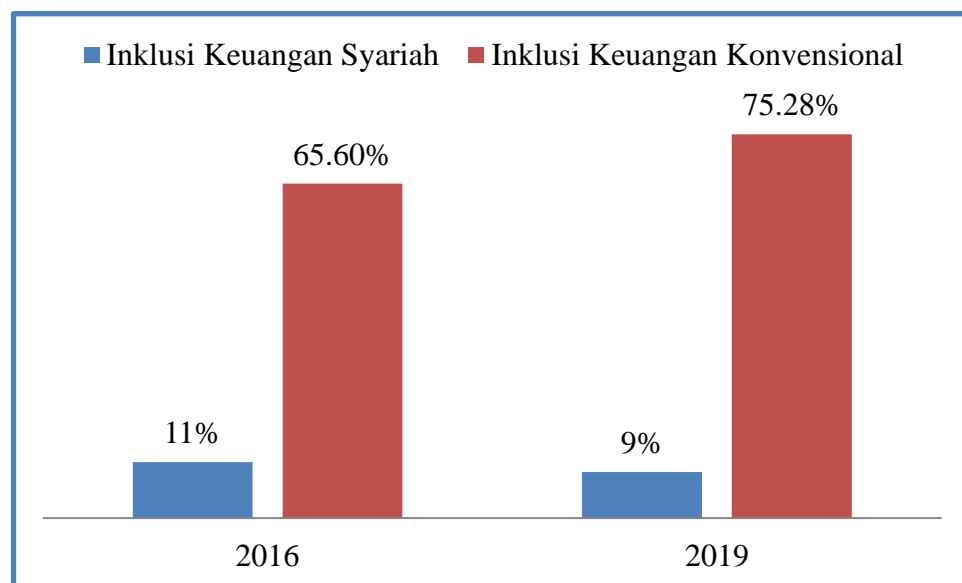
Kemudian menurut hasil survei APJII pada tahun 2018 juga menyatakan bahwa dari 171,17 juta pengguna internet, Pulau Jawa masih memberikan

kontribusi besar terhadap peningkatan jumlah pengguna internet. Hal tersebut dikarenakan 55% pengguna internet tinggal di Pulau Jawa, kemudian disusul oleh Pulau Sumatera sebesar 10%, Sulawesi-Maluku-Papua sebesar 10%, Kalimantan sebesar 9% dan Bali-Nusa Tenggara sebesar 5% (Kata Data, 2019). Berdasarkan kedua data di atas, maka dapat disimpulkan bahwa penetrasi pengguna internet belum tersebar secara merata dan masih terfokus di Pulau Jawa dan di daerah perkotaan. Sedangkan untuk akses internet di daerah pedesaan masih sulit, sehingga masih sedikitnya yang mempunyai aplikasi *mobile banking* di daerah-daerah tersebut.

Adapun menurut laporan dari *Mobile Entertainment Forum* (MEF) menyebutkan bahwa penghalang terbesar penggunaan *mobile banking* untuk transaksi finansial adalah masalah kepercayaan, karena 32% pengguna *mobile* di Indonesia menyebutkan hal ini sebagai masalah utama yang membuatnya khawatir menggunakan *mobile banking*. Hal yang sama juga dialami oleh layanan *e-commerce* dan *mobile wallet* (Karimuddin, 2015). Selanjutnya dalam penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2015) menyatakan bahwa masih banyak nasabah yang lebih memilih melakukan transaksi secara manual dengan mengantre di bank maupun di ATM dan masih banyak nasabah yang mempunyai *mobile banking* tapi kurang dimanfaatkan. Hal tersebut terjadi dikarenakan tidak semua orang paham cara menggunakannya.

Adapun menurut Sulistiyarini (2013) mengemukakan bahwa meskipun kualitas teknis sistem teknologi informasi sudah meningkat tetapi masih banyak yang mengalami kegagalan dalam penerapannya. Fenomena ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya karena nasabah sudah merasa nyaman dengan layanan yang sudah ada. Sementara itu menurut penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati, Winarno, & Arif (2017) menyatakan bahwa rendahnya penggunaan *mobile banking* disebabkan oleh beberapa kendala seperti kurangnya pengetahuan akan kemudahan dan manfaat dari layanan *mobile banking* serta masih banyaknya nasabah yang lebih menyukai untuk menggunakan transaksi secara manual dengan datang langsung ke bank untuk mengantre.

Sedangkan menurut Sekretaris Jenderal APJII yakni Henry Kasyfi Soemartono dalam (CNBC Indonesia, 2018) mengatakan bahwa selain dari faktor eksternal nasabahnya, masih rendahnya pemanfaatan internet untuk transaksi perbankan digital disebabkan karena masih banyaknya institusi keuangan syariah yang menggunakan perangkat keras (*hardware*) dalam kegiatan usahanya. Seperti masih banyaknya bank syariah yang melakukan transfer uang melalui ATM dan kantor cabang. Selain hal tersebut, Henry Kasyfi Soemartono dalam (Kompas, 2018) juga mengatakan bahwa masih rendahnya penggunaan *mobile banking* salah satunya disebabkan oleh masih rendahnya akses terhadap layanan perbankan syariah, sehingga menurutnya industri perbankan syariah perlu meningkatkan literasi digital keuangan syariah agar tingkat inklusi keuangan syariah meningkat. Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (2019) memang terlihat bahwa tingkat inklusi keuangan syariah di Indonesia masih rendah jika dibandingkan dengan tingkat inklusi keuangan konvensional. Berikut adalah perbandingan tingkat inklusi keuangan syariah dan konvensional pada tahun 2016 dan tahun 2019 yang akan ditampilkan pada Gambar 1.3 di bawah ini.



Gambar 1.3
Tingkat Inklusi Keuangan Syariah dan Konvensional di Indonesia
Sumber: (Otoritas Jasa Keuangan, 2019)

Pada Gambar 1.3 berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa tingkat inklusi keuangan syariah pada tahun 2016 jauh lebih rendah jika dibandingkan dengan tingkat inklusi keuangan konvensional yang sudah mencapai 65,60%. Hal yang sama juga terjadi pada tahun 2019, bahkan pada tahun 2019 tingkat inklusi keuangan syariah selain jauh lebih rendah dibandingkan dengan tingkat inklusi keuangan konvensional juga justru mengalami penurunan sebesar 2% dari tahun 2016. Rendahnya tingkat inklusi keuangan syariah di Indonesia dibandingkan tingkat inklusi keuangan konvensional menandakan bahwa masih banyaknya masyarakat Indonesia yang mengakses bank konvensional dibandingkan bank syariah.

Berdasarkan *empirical* data di atas, permasalahan-permasalahan tentang *mobile banking* tersebut merujuk pada perilaku penerimaan dan penggunaan teknologi yaitu masih rendahnya penggunaan *mobile banking* di bank syariah, jika kondisi tersebut terus dibiarkan, maka akibatnya akan menimbulkan gangguan bagi perbankan syariah itu sendiri. Penggunaan *mobile banking* yang rendah diduga akan mengakibatkan *Return on Assets* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE) kecil yang berdampak kepada rendahnya profitabilitas perbankan syariah. Selain itu, rendahnya penggunaan *mobile banking* juga akan mengakibatkan beban operasional yang harus ditanggung oleh perbankan syariah juga menjadi besar. Hal tersebut dikarenakan *mobile banking* memiliki beban biaya termurah dibandingkan dengan pemanfaatan kantor cabang dan ATM. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan De Young, Lang, & Nolle (2007); Sudaryantia, Sahronib, & Kurniawati (2018) dan Margaretha (2015) yang menyatakan bahwa bank yang mengadopsi layanan *electronic banking* memiliki peningkatan profitabilitas yang lebih tinggi dan biaya operasional yang lebih kecil dibandingkan dengan bank yang tidak menerapkan layanan *electronic banking*. Oleh karena itu, fenomena rendahnya perilaku penggunaan *mobile banking* perlu diteliti dan dicarikan penjelasan lebih lanjut.

Permasalahan-permasalahan mengenai perilaku penggunaan *mobile banking* akhir-akhir ini semakin banyak dikaji dalam jurnal dan menarik untuk dijadikan topik dalam penelitian. Masalah yang dikaji adalah terkait faktor-faktor yang

memengaruhi penerimaan individu dalam menggunakan layanan aplikasi *mobile banking* dalam melakukan transaksi perbankan. Penelitian tentang perilaku penggunaan *mobile banking* perbankan syariah ini masih sangat sedikit dan belum banyak dikaji di Indonesia maupun di luar negeri. Oleh karena itu, mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi nasabah dalam menerima dan menggunakan layanan aplikasi *mobile banking* untuk menyelesaikan transaksi perbankan merupakan hal yang penting.

Adapun teori yang menjelaskan mengenai perilaku individu salah satunya adalah teori kombinasi *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) atau biasa disebut dengan *combined TAM-TPB* yang diperkenalkan oleh Taylor & Todd (1995). Teori tersebut merupakan gabungan dari teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang pertama kali diperkenalkan oleh Davis (1986) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang diperkenalkan oleh Ajzen (1991). Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan tentang penggunaan dan penerimaan individu terhadap sebuah teknologi yang dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan, sehingga akan terbentuk niat di dalam diri seseorang yang kemudian diaktualisasikan dalam suatu perilaku menerima atau menolak terhadap penggunaan sebuah teknologi, salah satunya yaitu *mobile banking*. Sedangkan *Theory of Planned Behavior* (TPB) ini menjelaskan tentang pembentukan perilaku seseorang melalui sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku sehingga terbentuk niat di dalam diri seseorang yang kemudian diaktualisasikan dalam suatu perilaku tertentu.

Perilaku individu terhadap penggunaan layanan *mobile banking* ini telah banyak dikaji dalam jurnal internasional dan menarik untuk dijadikan dasar dalam melakukan penelitian. Dalam penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Varma (2018); Afshan & Sharif (2016); Sohaila & Al-Jabrib (2014) dan Kazemi, Nilipour, Kabiry, & Hoseini (2013) dapat disimpulkan bahwa di antara penyebab masih rendahnya penggunaan *mobile banking* disebabkan karena masalah tingkat pemahaman individu, tingkat keamanan, pengaruh motivasi dalam diri, persepsi kemudahan penggunaan dan tingkat kepercayaan awal. Sehingga hal tersebut

berdampak kepada penolakan individu terhadap sebuah teknologi *mobile banking*. Teori yang digunakan untuk mengukur perilaku penggunaan *mobile banking* dalam penelitian-penelitian tersebut adalah *Technology Acceptance Model* (TAM), *Unified Theory of Acceptance and Use Technolog* (UTAUT), *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Hasil dari penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa perilaku individu terhadap layanan *mobile banking* dipengaruhi secara positif oleh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, intensi menggunakan *mobile banking*, sikap terhadap *mobile banking*, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas dan tingkat pengalaman.

Selain itu, faktor-faktor yang memengaruhi perilaku individu terhadap penggunaan layanan *mobile banking* menurut penelitian yang dilakukan oleh Mostafa & Eneizan (2018); Kurniawati, Winarmo, & Arif (2017); Geo, Shaikh, & Karjaluoto (2017) dan Alalwan, Dwivedi, Rana, & Williams (2016) antara lain: tingkat pengalaman, tingkat motivasi spiritual, persepsi risiko, dukungan regulator, dukungan teknologi, kondisi fasilitas, persepsi kemanjuran diri dan faktor demografi. Di antara banyaknya faktor yang memengaruhi perilaku penggunaan *mobile banking* yang memiliki pengaruh paling signifikan adalah faktor persepsi risiko.

Penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muzurura & Chigora (2019); Geo, Shaikh, & Karjaluoto (2017); Arthana & Rukhviyanti (2015); Abdulkadir, Galoji, & Razak (2013); Kazemi, Nilipour, Kabiry, & Hoseini (2013) menjelaskan bahwa intensi seseorang dalam menggunakan *mobile banking* secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Batista & Pratiwi (2016) juga mengungkapkan bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku individu dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Sedangkan Alkafagi, Romli, Bahaudin, Alekam, & Salameh (2015) mengungkapkan bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap intensi dan juga perilaku.

Selain itu, beberapa penelitian terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh Siyal, Donghong, Umrani, Siyal, & Bhand (2019) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan. Kemudian persepsi kegunaan, persepsi keuntungan dan sikap terhadap *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap intensi menggunakan *mobile banking*. Mostafa & Eneizan (2018) menyebutkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kemanjuran diri terhadap minat perilaku konsumen dalam menerima penggunaan teknologi *mobile banking* di Libya. Sedangkan Puriwat & Tripopsakul (2017) menyebutkan bahwa semua variabel independen yaitu variabel dari TAM dan MSQ (*Mobile Service Quality*) berpengaruh signifikan terhadap variabel intensi dalam mengadopsi *mobile banking*. Geo, Shaikh, & Karjaluoto (2017) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa persepsi manfaat penggunaan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.

Namun berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya, Gunawan (2014) menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara persepsi kegunaan dengan sikap terhadap *mobile banking*. Akturan & Tezean (2012) juga menyatakan bahwa persepsi kegunaan tidak memiliki pengaruh terhadap intensi dalam menggunakan *mobile banking*. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Tjini & Baridwan (2013) yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi dalam menggunakan *internet banking*.

Arthana & Rukhviyanti (2015) terkait pengaruh minat individu terhadap penggunaan *mobile banking* dengan model kombinasi TAM dan TPB. Kemudian penelitian yang dilakukan Geo, Shaikh, & Karjaluoto (2017) dan Abdulkadir, Galoji, & Razak (2013). Hasil penelitian tersebut menghasilkan temuan bahwa sikap terhadap *mobile banking*, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap intensi menggunakan *mobile banking*. Namun, beberapa penelitian seperti yang dilakukan oleh Alkafagi, Romli, Bahaudin, Alekam, & Salameh (2015) dan Kazemi, Nilipour, Kabiry, & Hoseini (2013)

Nonah Siti Rojanah, 2020

PERILAKU NASABAH TERHADAP LAYANAN MOBILE BANKING PERBANKAN SYARIAH: EKSTENSI TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (TPB)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

mengungkapkan bahwa norma subjektif tidak memberikan pengaruh terhadap peningkatan intensi seseorang untuk menggunakan *mobile banking*.

Dari penelitian-penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa masih terdapat inkonsistensi hasil penelitian. Oleh karena itu, berdasarkan pemaparan tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan perilaku penggunaan *mobile banking* pada nasabah bank syariah dan faktor yang memengaruhinya dengan menggunakan model kombinasi *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dengan tambahan variabel eksternal motivasi spiritual.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rahmawaty (2016) dan Inayah, Agriyanto, & Warno (2018) menyatakan bahwa motivasi spiritual memainkan peranan penting dalam menumbuhkan minat dan perilaku nasabah untuk mengadopsi layanan *mobile banking*. Menurut Rahmawaty (2016) motivasi spiritual dapat digunakan secara ekstensif dalam memprediksi perilaku individual yang beragam, seperti etos kerja, sikap kerja, kinerja, perilaku ekonomi dan perilaku menggunakan produk bank. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan motivasi spiritual ini juga dapat digunakan untuk memberikan penjelasan yang lebih *feasible* terhadap perilaku nasabah bank dalam menerima produk jasa berbasis teknologi (Rahmawaty, 2016). Selain itu, Rahmawaty (2016) juga berpendapat bahwa dengan adanya motivasi spiritual dalam diri individu, maka individu tersebut selalu memulai setiap aktivitas dengan niat ibadah dan mempertimbangkan aspek *maslahah* dalam setiap transaksi perbankan yang dilakukan. Selain itu, menurut Rahmawaty (2016) seseorang yang memiliki motivasi spiritual yang tinggi akan mempertimbangkan dimensi spiritual dalam menggunakan produk jasa perbankan syariah berbasis teknologi. Oleh sebab itu, motivasi spiritual merupakan aspek penting dalam perilaku penggunaan *mobile banking* perbankan syariah.

Penelitian tentang perilaku penggunaan *mobile banking* pada nasabah bank syariah dengan menggunakan model tersebut belum banyak dilakukan di Indonesia maupun di luar negeri. Sehingga membuat penulis terdorong untuk melakukan penelitian ini guna membantu dalam memberikan informasi yang

dibutuhkan kepada lembaga perbankan syariah sebagai upaya untuk melakukan promosi agar dapat meningkatkan penggunaan *mobile banking* perbankan syariah di Indonesia. Oleh karena itu, judul penelitian skripsi ini adalah **“Perilaku Nasabah Terhadap Layanan *Mobile Banking* Perbankan Syariah: Ekstensi *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB).**

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat disusun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap terhadap *mobile banking*, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, tingkat motivasi spiritual, intensi menggunakan *mobile banking* dan perilaku menggunakan *mobile banking* pada nasabah bank syariah di Provinsi Jawa Barat?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap persepsi kegunaan?
3. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap nasabah?
4. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap sikap nasabah?
5. Apakah sikap nasabah terhadap *mobile banking* berpengaruh terhadap intensi nasabah untuk menggunakan *mobile banking*?
6. Apakah norma subjektif berpengaruh terhadap intensi nasabah untuk menggunakan *mobile banking*?
7. Apakah persepsi kontrol perilaku berpengaruh terhadap intensi nasabah untuk menggunakan *mobile banking*?
8. Apakah tingkat motivasi spiritual berpengaruh terhadap intensi nasabah untuk menggunakan *mobile banking*?
9. Apakah intensi nasabah untuk menggunakan *mobile banking* berpengaruh terhadap perilaku nasabah untuk menggunakan *mobile banking*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah untuk menganalisis secara empiris berkaitan dengan analisis deskriptif mengenai persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap terhadap *mobile banking*, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, motivasi spiritual, intensi menggunakan *mobile banking* dan perilaku menggunakan *mobile banking* pada nasabah bank syariah di Provinsi Jawa Barat.

Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali teori kombinasi *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)* yakni untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap persepsi kegunaan, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap nasabah, kemudian menganalisis pengaruh sikap nasabah terhadap *mobile banking*, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku terhadap intensi menggunakan *mobile banking* dan implikasinya terhadap perilaku menggunakan *mobile banking* pada nasabah bank syariah. Disamping itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh motivasi spiritual terhadap intensi menggunakan *mobile banking*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan penulis dari penelitian ini yaitu dapat berguna baik secara teoritis maupun secara praktis. Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan keuangan Islam guna memperkaya konsep dan teori tentang perilaku penggunaan dan penerimaan nasabah terhadap layanan *mobile banking* perbankan syariah. Kemudian penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan dan sumber referensi bagi pengembangan penelitian selanjutnya yang relevan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi para *stakeholder* perbankan syariah di Indonesia dan memberikan informasi yang dibutuhkan sebagai upaya untuk meningkatkan pelayanan terhadap nasabah dan meningkatkan penggunaan *mobile banking* perbankan syariah di Indonesia.