

## PENERAPAN MODEL TAM PADA BANK DIGITAL JAGO SYARIAH

**Windy Kartika Sari<sup>1</sup>**

Institut Agama Islam Negeri Kudus

**Tasnim Nikmatullah Realita<sup>2</sup>**

Universitas Wisnuwardhana

**Ibnu Muttaqin<sup>3</sup>**

Institut Agama Islam Negeri Kudus

email: <sup>1</sup>windykartikas5@gmail.com, <sup>2</sup>oniqueoniq@gmail.com, <sup>3</sup>ibnu.m@iainkudus.ac.id

### ABSTRACT

*This research specifically aims to determine the Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, and Sharia Service Features to Behavioral Intention to Use qith Attitude Toward Using on Bank Jago Syariah Digital Services. The type of research used is field research with a quantitative approach. using accidental sampling techniques, in sampling. In this research, SEM data processing analysis using Smart-PLS software version 4.0.1.9 The results showed that perceived usefulness, perceived convenience, and sharia service features have an effect and are significant to the attitude of the use of Bank Jago Syariah digital services, and has a positive and significant effect on the interest variable through the attitude as a mediating variable. attitude has a positive and significant effect on the interest in using Bank Jago Syariah digital services. Based on the results of the research, it can be implied to refer to optimizing efforts to use a new technology. And it can be achieved by always improve the quality of its usefulness and features in digital services.*

**Keywords:** *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Sharia Service Features, Digital Bank.*

### ABSTRAK

Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan fitur layanan syariah terhadap minat penggunaan melalui sikap pada layanan digital bank jago syariah. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah field research atau penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. menggunakan teknik accidental sampling, dalam pengambilan sampel. Dalam penelitian ini pengolahan data SEM menggunakan software Smart-PLS versi 4.0.1.9. hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan fitur layanan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan layanan digital Bank Jago Syariah, juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melalui sikap sebagai variabel mediasi, serta sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan digital Bank Jago Syariah. Berdasarkan hasil penelitian, dapat diimplikasikan untuk mengacu pada upaya optimalisasi terhadap penggunaan suatu teknologi baru. Dan hal tersebut dapat tercapai dengan selalu meningkatkan kualitas kegunaan serta fiturnya pada layanan digital.

**Kata kunci** *Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Syariah, Bank Digital.*

## INTRODUCTION

Transformasi digital yang terjadi pada industri perbankan telah mengalami fase disrupsi (*disruption*)<sup>1</sup> Merupakan fase di mana nasabah lebih memilih melakukan transaksinya sendiri melalui *smartphone* yang dimiliki meskipun masih ada layanan *teller* yang disediakan di kantor bank. Hal tersebut mendorong juga hadirnya Bank Digital yang menawarkan layanan perbankan secara cepat, mudah dan murah serta efisien karena sebagai nasabah tidak perlu datang ke kantor bank, semua aktifitas perbankan dilakukan secara digital melalui *Smartphone*.

Perbankan yang tidak dapat mengikuti perkembangan teknologi informasi tentu berisiko kehilangan nasabah, terutama nasabah pengguna aktif internet. Penggunaan teknologi informasi akan membuat kualitas pelayanan dan beban operasional yang semakin efisien, selain itu dari sisi nasabah juga dipermudah dengan kemajuan teknologi informasi ini, transaksi keuangan bisa dilakukan di mana saja dan beberapa layanan juga dapat dilakukan kapan saja.<sup>2</sup>

Bank digital menawarkan berbagai keunggulan dibandingkan mobile banking dari bank fisik, antara lain kemudahan akses tanpa batas waktu dan tempat, biaya operasional yang lebih rendah, serta layanan yang lebih praktis dan efisien. Menurut artikel di Antara News, bank digital memberikan kemudahan dengan satu aplikasi yang dapat diakses 24 jam, sehingga memudahkan nasabah melakukan transaksi tanpa terikat jam operasional bank. Selain itu, penelitian yang diterbitkan oleh *National Bureau of Economic Research* menunjukkan bahwa bank digital meningkatkan tingkat suku bunga pada deposito secara signifikan lebih dari bank tradisional, yang menguntungkan nasabah dalam jangka panjang<sup>3</sup>. Namun, masyarakat Indonesia masih banyak yang belum pernah mengakses layanan bank digital. Hal ini berdasarkan dari Survei Indikator Politik Indonesia yang melakukan penelitian terhadap 733 orang, 67,9% responden menyatakan tidak pernah atau tidak memiliki aplikasi bank digital, 30% responden menyatakan mengakses aplikasi bank digital dalam sebulan terakhir, sedangkan 2% responden lainnya tidak tahu dan tidak menjawab.<sup>4</sup>

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa perkembangan bank digital sangat cepat, akan tetapi terkait minat masyarakat dalam menggunakan bank digital masih sangat rendah, maka dari itu perlunya masyarakat memahami tentang manfaat dari bank digital, juga tentang kemudahan saat menggunakan bank digital dan fitur layanan yang tersedia di dalam aplikasi bank digital. Maka dari itu dalam hal penggunaannya, meliputi sikap saat menggunakan dan minat masyarakat juga semakin meningkat.

---

<sup>1</sup> Dr. dr. Bayu Prawira Hie, *Panduan Transformasi Digital Bank di Indonesia Konsep dan Praktek dalam Memimpin Transformasi Total* (Media Nusa Creative (MNC Publishing), 2021).

<sup>2</sup> Ibnu Muttaqin, "Religiosity and Consumer Acceptance of the Use of Islamic Digital Banking Services in Indonesia: An Extension of the UTAUT Model," *Jihbiz : Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah* 8, no. 2 (31 Juli 2024): 142–59, <https://doi.org/10.33379/jihbiz.v8i2.4473>.

<sup>3</sup> IDN Times, "5 Kelebihan Bank Digital Dibanding Bank Tradisional," 4 Februari 2024, <https://www.idntimes.com/business/finance/trio-hamdani/5-kelebihan-bank-digital-dibanding-bank-tradisional>.

<sup>4</sup> Vika Azkiya Dihni, "Survei Indikator Ungkap Mayoritas Publik Belum Pernah Mengakses Digital Banking," 2022, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/22/survei-indikator-ungkap-mayoritas-publik-belum-pernah-mengakses-digital-banking>.

Munculnya minat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi baru dapat diukur menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1986)<sup>5</sup> TAM merupakan suatu pengembangan dari teori psikologis yang mampu menjelaskan bahwa perilaku pemakai komputer berdasarkan pada hubungan perilaku pengguna, sikap perilaku, minat, dan kepercayaan. Pada teori TAM terdapat variable Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat menggunakan (*Perceived Usefulness*). Kemudian peneliti menambahkan variabel tambahan seperti fitur layanan syariah yang terdapat pada aplikasi layanan Bank Jago Syariah. Penelitian yang telah dilakukan oleh (Fadilah, 2023)<sup>6</sup> bahwa persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan bank digital Jago Syariah. Dalam penelitian tersebut juga ditambah variabel keuntungan relatif, pengaruh sosial, dan religiusitas. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa penggunaan bank digital Jago Syariah yang dipengaruhi oleh persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, keuntungan relatif, pengaruh sosial, dan religiusitas sebesar 69,1%. Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Singh, Sahni, Kovid 2020)<sup>7</sup> bahwa variabel kemudahan penggunaan dan kebermanfaatan yang dirasakan menjadi penentu utama perilaku minat menggunakan suatu teknologi.

Berdasarkan *research GAP* dan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian menggunakan model TAM dengan variabel tambahan Fitur Layanan Syariah. Berikut ini variabel yang akan digunakan pada penelitian ini : Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2), Dan Fitur Layanan Syariah (X3). Ketiga variabel independen tersebut mempengaruhi Sikap (Z) pengguna terhadap layanan tersebut. Sikap ini kemudian akan mempengaruhi Minat Penggunaan (Y) layanan Digital Bank Jago Syariah. Berikut ini hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini :

- H<sub>1</sub>:** Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Sikap Penggunaan Layanan Digital;
- H<sub>2</sub>:** Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan Digital;
- H<sub>3</sub>:** Pengaruh Fitur Layanan Syariah Terhadap Sikap Penggunaan Layanan Digital;
- H<sub>4</sub>:** Pengaruh Sikap Terhadap Minat Penggunaan Layanan Digital;
- H<sub>5</sub>:** Peran Sikap Dalam Memediasi Hubungan Antara Kemanfaatan Terhadap Minat Untuk Menggunakan Layanan;
- H<sub>6</sub>:** Peran Sikap Dalam Memediasi Hubungan Antara Kemudahan Terhadap Minat Untuk Menggunakan Layanan;
- H<sub>7</sub>:** Peran Sikap Dalam Memediasi Hubungan Antara Fitur Layanan Syariah Terhadap Minat Untuk Menggunakan Layanan.

<sup>5</sup> Fred D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly* 13, no. 3 (September 1989): 319, <https://doi.org/10.2307/249008>.

<sup>6</sup> suci nurul fadilah, "*Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Bank Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model* (Studi pada Generasi Milenial Muslim Pengguna Bank Jago Syariah)," 14 September 2023, <https://repofeb.undip.ac.id/id/eprint/13416>.

<sup>7</sup> Shubhangi Singh, Marshal M. Sahni, dan Raj K. Kovid, "What Drives FinTech Adoption? A Multi-Method Evaluation Using an Adapted Technology Acceptance Model," *Management Decision* 58, no. 8 (4 Desember 2020): 1675–97, <https://doi.org/10.1108/MD-09-2019-1318>.

## LITERATURE REVIEW

### **Theory Technology Acceptance Model (Tam)**

*Technology Acceptance Model* merupakan perkembangan dari *Theory of Reasoned Action*. Terdapat dua aspek utama dalam TAM, yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan. Dalam teori TAM disebutkan bahwa penerimaan individu terhadap sistem teknologi informasi oleh 2 aspek tersebut.<sup>8</sup>

Pada teori TAM, faktor persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berhubungan dengan sikap seseorang pada penggunaan teknologi tersebut. Jadi sikap terhadap penggunaan merupakan sikap menyukai atau tidak menyukai penggunaan suatu produk atau jasa. Sikap suka atau tidak suka terhadap produk atau jasa inilah yang digunakan untuk memprediksi perilaku yang muncul dan minat seseorang untuk menggunakan atau tidak menggunakan produk atau jasa tersebut. Namun dalam penelitian ini, penulis hanya membatasi teori dengan menggunakan variable utama dari model TAM yaitu, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan sebagai *variabel independent*.

### **Bank Digital Syariah**

Menurut POJK Nomor 12/POJK,03/2021 Tentang Bank Umum, Bank Digital adalah Bank BHI yang menyediakan dan menjalankan kegiatan usaha terutama melalui saluran elektronik tanpa kantor fisik selain kantor pusat, atau menggunakan kantor fisik yang terbatas. Selain itu, Bank Digital dapat beroperasi melalui pendirian Bank BHI secara baru sebagai Bank Digital atau transformasi dari Bank BHI (*existing*) menjadi Bank Digital.<sup>9</sup>

Apabila mengacu kepada indikator *branchless*, *officeless* atau *physicalless* merupakan bagian dari ciri utama bank digital. Maka yang dapat dijadikan landasannya adalah bahwa bank digital akan lebih efisien karena tidak perlu membayar biaya tambahan untuk keberadaan kantor cabang fisik dan karyawan.<sup>10</sup>

Hal yang menjadi ciri utama yang melekat pada bank digital adalah menjadi sangat tergantung pada teknologi. Melalui teknologi terkini, bank digital juga dapat menawarkan layanan yang lebih dipersonalisasi dengan data yang mereka miliki. Dengan bantuan teknologi kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), akan memberikan kemudahan bagi bank digital dengan cepat menganalisis data nasabahnya. Hal yang tentunya juga dapat dilakukan bank digital melalui kecerdasan buatan (AI) akan dapat mendisain produk berikut layanannya yang sesuai dengan karakteristik nasabahnya.

---

<sup>8</sup> Hadi Nugroho, Usep Suhud, dan Rochyati Rochyati, "Penerapan Pengembangan Teori Technology Acceptance Model (TAM) dan Motivasi Terhadap Intensi Mahasiswa di Jakarta untuk Menggunakan Tablet," *Communicare : Journal of Communication Studies* 5, no. 1 (29 Januari 2019): 45, <https://doi.org/10.37535/101005120184>.

<sup>9</sup> Mahmud Yusuf, Sumarno, dan Parman Komarudin, "Bank Digital Syariah Di Indonesia : Telaah Regulasi Dan Perlindungan Nasabah," *Jurnal Ekonomi Islam*, 2022, 2579–6453.

<sup>10</sup> Nurhalima Nurhalima dan Elvin Leander Hadisaputro, "Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Aplikasi Traveloka dengan Menerapkan Metode TAM," *Journal of Information System Research (JOSH)* 3, no. 4 (31 Juli 2022): 466–71, <https://doi.org/10.47065/josh.v3i4.1778>.

## Minat Menggunakan

Menurut Howard dan Sheth dalam minat menabung merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana nasabah untuk memilih produk tertentu. Minat menabung juga dapat dikatakan sebagai pernyataan mental dari nasabah untuk pemilihan produk tabungan tertentu.<sup>11</sup> Minat menabung di Bank Digital dimulai dari ketertarikan yang tercipta dari referensi promosi yang disebar melalui berbagai sisi serta pedoman dari perkataan orang yang telah menggunakan bank digital tersebut.

Minat penggunaan dapat terjadi dengan adanya dorongan penggerak yang muncul akibat keinginan dalam diri untuk melakukan aktivitas penggunaan. Ketika setiap individu menilai adanya manfaat pada suatu produk, maka akan timbul minat terhadap produk tersebut dan mendatangkan kepuasan pada diri sendiri. Hal ini mengartikan bahwa minat berhubungan dengan nilai-nilai yang membuat setiap individu mempunyai pilihan dalam hidupnya. Ada 3 indikator dalam minat penggunaan yaitu: Akan bertransaksi, Akan merekomendasikan, Akan terus menggunakan.<sup>12</sup>

## Sikap

Pengertian Sikap *Attitude Toward Using* dalam TAM dikonsepsikan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya, sikap merupakan kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam masalah yang baik maupun masalah yang tidak baik secara konsisten. Perubahan Sikap tidak akan terlepas tanpa interaksi manusia terhadap objek tertentu. Faktor-faktor yang menyebabkan perubahan sikap ada dua : Faktor Eksternal, yaitu faktor di luar individu yang muncul dari lingkungan sekitar yang diterima; dan Faktor internal, yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu, kemampuan menyeleksi atau menganalisis pengaruh yang datang dari luar termasuk disini minat serta perhatian.<sup>13</sup>

## Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat merupakan suatu tingkatan dimana seseorang mempercayai bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja saat bekerja, dalam artian dengan adanya manfaat dari fasilitas internet banking akan mampu meningkatkan produktivitas kinerja bagi pengguna fasilitas tersebut. Sedangkan yang dimaksud dengan manfaat yang dirasakan (*Perceived Usefulness*)<sup>14</sup> adalah sejauh mana seseorang memberikan kepercayaan bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu dapat mempengaruhi tinggi tingkat kinerja pekerjaannya. Jadi persepsi manfaat adalah tingkat kepercayaan yang diberikan seseorang terhadap penggunaan teknologi yang mampu meningkatkan produktivitas kinerja dalam pekerjaan.

---

<sup>11</sup> Nasya Manfarisa, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah" (2022).

<sup>12</sup> Rachmat Sugeng dan Nur Fadillah, "Pengaruh Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Pada Tabungan Mudhrabah Bank Syariah Indonesia Cabang Veteran Makassar," *Indonesian Journal of Business Analytics* 1, no. 2 (15 Oktober 2021): 129–40, <https://doi.org/10.54259/ijba.v1i2.28>.

<sup>13</sup> Jasamantrin Laoli dkk., "Analisis Hubungan Sikap Pribadi Dan Harmonisasi Kerja Pada Kantor Kecamatan Gunungsitoli Alo'oa Kota Gunungsitoli" 6, no. 4 (2022).

<sup>14</sup> Sugeng dan Fadillah, "Pengaruh Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Pada Tabungan Mudhrabah Bank Syariah Indonesia Cabang Veteran Makassar."

## Persepsi Kemudahan

Kemudahan penggunaan (*ease of use*) merupakan tingkat seseorang memiliki keyakinan bahwa dengan adanya penerapan teknologi maka setiap orang akan merasa bebas dari beberapa usaha. Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) menurut Davis<sup>15</sup> didefinisikan sebagai tingkatan ekspektasi seorang pengguna terhadap usaha yang akan dikeluarkan saat menggunakan sebuah sistem. Kemudahan penggunaan juga dianggap sebagai suatu kepercayaan akan proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa suatu sistem informasi mudah digunakan, maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya apabila seseorang merasa suatu sistem informasi sulit digunakan, maka ia tidak akan menggunakannya.

## Layanan Digital Syariah

Layanan digital syariah adalah berbagai layanan berbasis teknologi yang disediakan secara daring, baik dalam bentuk aplikasi, situs web, atau platform digital lainnya, yang dirancang untuk mematuhi prinsip-prinsip syariah islam.

Layanan digital syariah berkembang pesat di era digital ini, terutama di sektor keuangan, seperti bank syariah digital dan fintech syariah. Selain itu, layanan digital ini juga muncul di sektor non-keuangan, seperti perdagangan (*e-commerce syariah*) dan pendidikan.<sup>16</sup>

Tujuan Layanan Digital Syariah untuk memberikan akses yang lebih mudah dan cepat kepada masyarakat terhadap produk dan layanan keuangan atau non-keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Selain itu, layanan ini juga diharapkan dapat meningkatkan inklusi keuangan di kalangan masyarakat muslim yang sebelumnya mungkin terpinggirkan oleh sistem keuangan konvensional.

## Penelitian Terdahulu

M Iqbal Reihandho dan Diana Fajarwati (2023) dalam penelitiannya mengenai Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan Perbankan Digital di Indonesia. Penelitian ini memiliki relevansi dalam penggunaan persepsi manfaat, persepsi kemudahan terhadap niat serta sikap penggunaan, tetapi juga menggunakan kepercayaan dan resiko sebagai variabel tambahan, dan tidak ada variabel fitur layanan syariah pada penelitian ini. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa pengaruh manfaat serta keyakinan berperan penting dalam menentukan sikap agar menumbuhkan minat penggunaan digital banking yang berarti bahwa sikap positif mampu mempengaruhi penggunaan perbankan digital untuk mempermudah segala transaksi.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology."

<sup>16</sup> Nasir Tajul Aripin, Nur Fatwa, dan Mulawarman Hannase, "Layanan Digital Bank Syariah Sebagai Faktor Pendorong Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah," *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (24 Juni 2022): 29–45, [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(1\).9362](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(1).9362).

<sup>17</sup> Iqbal Reihandho dan Diana Fajarwati, "Faktor - Faktor yang mempengaruhi niat penggunaan perbankan digital di Indonesia," 2021.

## METHOD

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Populasi Dalam penelitian ini yang dibutuhkan yaitu yang mereka berusia diatas 17 tahun, serta cakap pada seputar teknologi perbankan digital yang berdomisili di kota Kudus. Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan yaitu metode teknik *accidental sampling* yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan salah satu yang cocok, yang berarti sampel yang didapat secara kebetulan tanpa ada rancangan terlebih dahulu dan disini peneliti yakin bahwa sampel tersebut layak dijadikan sumber informasi untuk penelitian.<sup>18</sup> Berdasarkan teori Lemeshow maka total sampel yang akan digunakan dalam penelitian kali ini minimal 97 responden.

Data yang telah terkumpul dari kuisisioner, selanjutnya akan ditabulasi atau disusun dalam bentuk tabel secara ringkas. Di dalam penelitian ini pengolahan data menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur (*path analysis*) merupakan metode untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh langsung maupun tidak langsung antara variabel-variabel dalam sebuah model.<sup>19</sup> Dalam analisis ini akan dibantu dengan *software* Smart-PLS versi 4.0. Dalam penelitian ini pengolahan data menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan metode partial square menggunakan program PLS. Analisis pada PLS dilakukan dengan tiga tahap: (1) Model Pengukuran (*Outer Model*) (2) Model Struktural (*Inner Model*) (3) Pengujian Hipotesis.

## RESULT AND DISCUSSION

### Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data penelitian yang akan disajikan yaitu tentang gambaran secara umum terkait data responden. Data tersebut didapatkan melalui kuisisioner yang berbentuk *link google form* yang disebarakan langsung ke responden yang sesuai kriteria. Jumlah kuisisioner yang diharapkan peneliti yakni sejumlah  $\pm 100$  berdasarkan pada populasi dan sampel. Responden yang telah mengisi kuisisioner dalam penelitian ini adalah sebanyak 125 responden. Dari hasil data yang diperoleh, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin / *gender* adalah sebagai berikut :

Data yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 125 sampel responden. Berdasarkan tabel jenis kelamin responden pada tabel diatas, telah didapati bahwa jenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan dengan jenis kelamin laki - laki. Jenis kelamin laki-laki sebanyak 38 orang atau 30,4%, sedangkan jenis kelamin perempuan sebanyak 87 orang atau 69,6%.

Berdasarkan data, dapat diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini tampaknya berada dalam rentang usia antara 26 - 30 tahun, dengan total 44 responden atau sebanyak 35,2% dari total seluruh responden. Ada juga 39 responden atau sebanyak 31,2% berusia antara 21 - 25 tahun. Ada 27 responden atau sebanyak 21,6%, yang berusia >30 tahun. Sedangkan yang berusia 17 - 20 tahun, hanya 15 responden yaitu sebesar 12%. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa sebagian besar sampel yang telah mengetahui

---

<sup>18</sup> Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (ALFABETA, 2017).

<sup>19</sup> Zainuddin Iba dan Aditya Wardhana, *Analisis Regresi Dan Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Menggunakan Spss 29.0 & Smart-Pls 4.0* (Eureka Media Aksara, 2024).

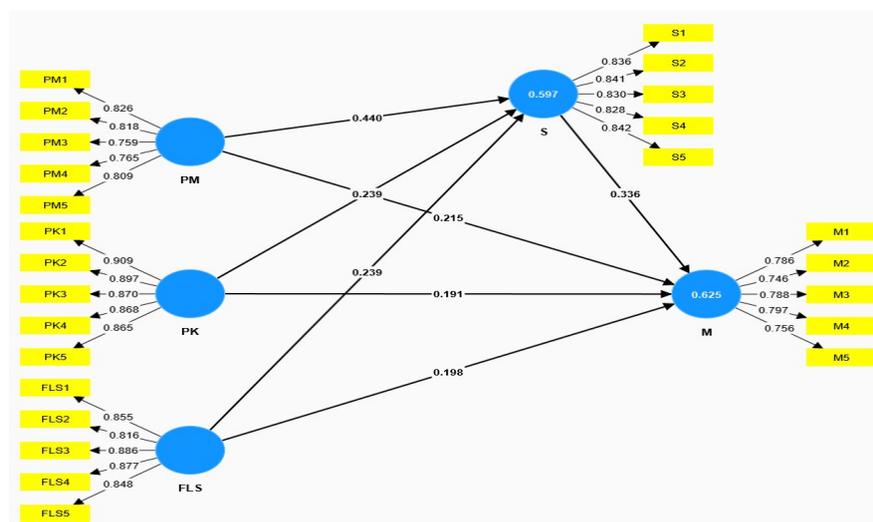
Bank Digital yaitu berusia antara 26 – 30 tahun. Berdasarkan data dapat disimpulkan mayoritas pekerjaan / status dari responden dalam penelitian ini. Yaitu didominasi oleh pegawai swasta dengan responden sebesar 36,8% atau sebanyak 46 responden. Dalam penelitian ini sebanyak 24 orang atau sekitar 19,2% adalah pegawai negeri, sebanyak 28 orang atau 22,4% adalah wiraswasta / pengusaha, sebanyak 21 orang atau 16,8% adalah pelajar / mahasiswa, sebanyak 6 orang atau 4,8% adalah Ibu Rumah Tangga (IRT).

**Analisis Data**

Dalam proses analisis data penelitian ini, peneliti menggunakan teknik metode Partial Least Square (PLS) dengan analisis jalur (*path analysis*). dan memanfaatkan perangkat lunak Smart-PLS versi 4.1.0.9. Dalam menganalisis data, sebelum melakukan pengujian *outer model* dan *inner model*. Dalam penelitian ini, *variabel independen* yang digunakan ialah Persepsi Manfaat (X1) dan Persepsi Kemudahan (X2) dan Fitur Layanan Syariah (X3) serta Sikap (Z) sebagai *variabel intervening*. Sedangkan *variabel dependen* yang digunakan ialah Minat Penggunaan (Y).

Tahap pengujian atau evaluasi model pengukuran (*outer model*) yang digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas pada item instrumen penelitian. Indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini semuanya valid dan dapat dipercaya ketika menganalisis model pengukuran terhadap responden. Hal ini dapat ditunjukkan dengan melihat hasil pengujian model pengukuran (*outer model*) beserta nilai-nilai *loading factor* pada gambar di bawah ini:

Gambar 1 Model Pengukuran (*Outer Model*)



Sumber: Data diolah dengan SmartPLS 4, 2024

**Convergent Validity**

Dalam melakukan pengujian *convergent validity*, dapat dilakukan dengan melihat nilai *loading factor* pada variabel laten dengan indikator-indikator. Untuk menunjukkan bahwa variabel mampu menjelaskan lebih dari setengah (50%) varians indikatornya, nilai *loading factor* diharapkan >0,7.

Tabel 1 Nilai Loading Factor

Indikator	FLS	M	PK	PM	S
FLS1	0,855				
FLS2	0,816				
FLS3	0,886				
FLS4	0,877				
FLS5	0,848				
M1		0,786			
M2		0,746			
M3		0,788			
M4		0,797			
M5		0,756			
PK1			0,909		
PK2			0,897		
PK3			0,870		
PK4			0,868		
PK5			0,865		
PM1				0,826	
PM2				0,818	
PM3				0,759	
PM4				0,765	
PM5				0,809	
S1					0,836
S2					0,841
S3					0,830
S4					0,828
S5					0,842

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS 4, 2024

Berdasarkan temuan uji *convergent validity* pada table 1, ditemukan bahwa semua indikator yang diterapkan dalam penelitian ini mempunyai nilai *loading factor* >0,7. Dengan demikian, hasil tersebut mengindikasikan bahwa masing-masing variabel telah mampu menjelaskan lebih dari setengah (50%) varians indikatornya dan hasil tersebut telah memenuhi syarat *convergent validity*.

### **Discriminant Validity**

Pada *discriminant validity* yaitu berdasarkan *croos loading* nya, yaitu memiliki skor >0,70 pada setiap variabel. Selain itu juga bisa pada setiap blok indikator, yang diharuskan memiliki skor loading yang lebih tinggi pada setiap variabel laten yang diukur. Ataupun bisa juga dilihat dari HTMT *Heterotrait monotrait Ratio* yang mana nilainya < 0,90.

Berdasarkan perhitungan, hasil pengujian *discriminant validity* berdasarkan nilai *cross loading* telah menunjukkan bahwa nilai korelasi konstruk dengan setiap item indikator lebih besar dari pada konstruk lainnya, yang mana dapat dilihat pada indikator yang diblok. Dengan demikian, seluruh konstruk pada penelitian ini mengindikasikan telah memenuhi syarat *discriminant validity*. Berikut merupakan tabel hasil olah data untuk pengujian *discriminant validity* berdasarkan Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT):

Tabel 2 HTMT

Variabel	FLS	M	PK	PM
M	0,689			
PK	0,600	0,707		
PM	0,570	0,774	0,629	
S	0,657	0,831	0,678	0,794

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS 4, 2024

Hasil pengujian *discriminant validity* berdasarkan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) menunjukkan bahwa nilai HTMT pada masing-masing konstruk < 0,9. Dengan demikian, seluruh konstruk dalam model pada penelitian ini telah memenuhi syarat *discriminant validity*.

### Uji Reliabilitas

Uji *Reliabilitas* dapat dinilai melalui pengujian menggunakan nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Untuk dianggap sebagai konstruk yang reliabel, *composite reliability* nilai batas yang diperbolehkan yaitu lebih dari >0,7 supaya ketergantungan terhadap komposit dapat serendah mungkin. Sedangkan untuk *cronbach's alpha* diharapkan lebih dari >0,60 untuk semua konstruk.

Tabel 3. Construct Reliability and Validity

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)
FLS	0,910	0,915
M	0,834	0,838
PK	0,928	0,931
PM	0,855	0,857
S	0,892	0,893

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS 4, 2024

Dari hasil uji *reliabilitas* dalam table 3, dapat disimpulkan bahwa nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* pada semua konstruk melewati ambang batas > 0,7. Oleh karena itu, Ada kemungkinan bahwa semua konstruksi yang digunakan dalam penelitian ini dapat diandalkan atau reliabel.

### Average Variance Extracted (AVE)

Nilai AVE harus lebih besar dari > 0,50 atau memiliki model diskriminan yang cukup apabila AVE lebih besar daripada korelasi dengan dengan seluruh konstruk lainnya.

Tabel 4 Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average variance extracted (AVE)
FLS	0,734
M	0,600
PK	0,777
PM	0,634
S	0,698

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS 4, 2024

Berdasarkan tabel 4, hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *AVE* pada masing-masing konstruk lebih besar dari pada nilai korelasinya. Dengan demikian, seluruh konstruk dalam model pada penelitian ini mengindikasikan telah memenuhi syarat.

### **Koefisien determinasi ( $R^2$ )**

Dalam penelitian ini adalah metrik yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *variabel independen* mempengaruhi *variabel dependen*. Analisis ini berguna untuk memprediksi apakah model adalah baik atau buruk, dengan identifikasi nilai jika 0,75 baik, 0,50 moderat / sedang, sedangkan 0,25 lemah.

Tabel 5 Nilai *R-Square*

Variabel	R-square <i>adjusted</i>
<b>M</b>	0,613
<b>S</b>	0,587

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS 4, 2024

Berdasarkan table 5 dapat dilihat bahwa nilai *R-Square adjusted* Variabel M yaitu sebesar 0,613, maka nilai tersebut merupakan tanda Variabel PM, Variabel PK, Variabel FLS dan Variabel S berpengaruh terhadap Variabel M sebesar 61,3%. Sisanya sebesar 38,7% dipengaruhi oleh variabel lain, serta nilai *R-Square adjusted* Variabel S yaitu sebesar 0,587, maka nilai tersebut merupakan tanda Variabel PM, Variabel PK, Variabel FLS dan Variabel M berpengaruh terhadap Variabel S sebesar 58,7% dan sisanya sebesar 41,3% dipengaruhi oleh variabel lain.

### **Path Coefficients**

Dalam penelitian ini, *path coefficients* ini digunakan untuk menguji hipotesis serta mengidentifikasi pentingnya dan tingkat hubungan. Keterkaitan kedua konstruksi tersebut semakin besar bila nilainya mendekati +1. Sebaliknya, hubungan yang mendekati -1 berarti hubungan tersebut negatif atau lemah.

Tabel 6 *Path Coefficients*

	FLS	M	PK	PM	S
<b>FLS</b>		0,198			0,239
<b>M</b>					
<b>PK</b>		0,191			0,239
<b>PM</b>		0,215			0,440
<b>S</b>		0,336			

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS 4, 2024

Dengan berdasarkan hasil *path coefficients* pada tabel 6, dapat diketahui bahwa variabel dalam penelitian ini yang mengindikasikan memiliki hubungan yang kuat ialah variabel persepsi manfaat terhadap sikap, dengan nilai *path coefficients* sebesar 0,440. Sedangkan variabel yang mengindikasikan memiliki hubungan yang lemah ialah variabel persepsi kemudahan terhadap minat, dengan nilai *path coefficients* sebesar 0,191.

## Model Fit

Dalam penelitian ini, model fit digunakan untuk menilai kelayakan model, yang mana dapat dilihat dari nilai *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR). Model dapat dikatakan layak untuk menjelaskan hubungan antar variabel tersebut apabila nilai SRMR <0,08 atau dapat ditoleransi hingga <0.1

Tabel 7 Model Fit

Data	Saturated model	Estimated model
<b>SRMR</b>	0,062	0,062
<b>d_ULS</b>	1,243	1,243
<b>d_G</b>	0,643	0,643
<b>Chi-square</b>	441,510	441,510
<b>NFI</b>	0,812	0,812

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS 4, 2024

Berdasarkan hasil model fit pada tabel 7, memiliki nilai *Saturated Model* 0,062 yang menandakan 62% model fit kotor dan *Estimated Model* 0,062 yang menandakan 62% perkiraan model fit. Hasil menyimpulkan bahwa model memiliki 62% fit untuk model penelitian.

## Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan pengujian outer model dan inner model melalui tahap PLS- SEM Algorithm, pengujian terakhir yang perlu dilakukan adalah pengujian hipotesis dengan cara analisis jalur (*path analysis*). Hasil korelasi antar konstruk diukur dengan melihat *path coefisien*. Untuk melihat hasil uji hipotesis secara simultan dapat dilihat nilai *path coefisien* dan *p-value* dalam total *effects* hasil dari pengolahan data variabel secara simultan. Kriteria penerimaan hipotesis yaitu jika *T-Statistik* lebih dari 1,96 dan *P-Value* <0,05.

Tabel 8 Path Coefisien

Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P values
<b>PM -&gt; S</b>	0,440	0,441	0,073	6,037	0,000
<b>PK -&gt; S</b>	0,239	0,241	0,095	2,523	0,012
<b>FLS -&gt; S</b>	0,239	0,237	0,082	2,896	0,004
<b>S -&gt; M</b>	0,336	0,336	0,094	3,576	0,000
<b>PM -&gt; S -&gt; M</b>	0,148	0,149	0,053	2,791	0,005
<b>PK -&gt; S -&gt; M</b>	0,080	0,081	0,039	2,067	0,039
<b>FLS -&gt; S -&gt; M</b>	0,080	0,079	0,035	2,293	0,022

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS 4, 2024

## Pembahasan

Hasil pengujian **hipotesis pertama**, menggunakan *software Smart-PLS* versi 4.1.0.9 mengenai pengaruh persepsi manfaat terhadap sikap penggunaan layanan digital bank jago syariah, memperoleh nilai *koefisien regresi* sebesar 0,440. dan dari hasil pengelolaan data terdapat nilai *T- Statistik* sebesar 6,037 Lebih besar dari nilai *T-Tabel* yaitu 1,96 dengan nilai *P- Value* sebesar 0,000 < 0,05. Dengan hasil yang diperoleh tersebut, menunjukkan bahwa penelitian ini berhasil membuktikan tentang hipotesis pertama yang menyatakan bahwa

variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan layanan digital Bank Jago Syariah. Semakin bagus manfaat yang diberikan oleh sebuah sistem teknologi ternyata akan berdampak terhadap sikap responden terhadap teknologi tersebut. Yaitu dapat berupa penerimaan atau penolakan.

Berdasarkan dengan hasil yang telah diperoleh, hasil penelitian ini sesuai dengan teori TAM (*Technology Acceptance Model*) yang dirumuskan oleh Davis (1989), terdiri dari persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan pemakaian (*perceived ease of use*), sikap (*attitude*), niat perilaku (*behavioral intention*), penggunaan sebenarnya (*actual use*)<sup>20</sup>. Berdasarkan uraian tersebut, dalam hal ini terbukti bahwa persepsi manfaat dapat mempengaruhi sikap penggunaan suatu layanan. Sehingga semakin bagus manfaat yang diberikan oleh layanan digital tersebut, maka akan berdampak terhadap sikap penerimaannya.

Responden dalam penelitian ini meyakini bahwa dalam menggunakan layanan digital Bank Jago Syariah akan meningkatkan kinerjanya. Misalnya saat melakukan aktivitas keuangan menggunakan Bank Jago akan menjadi lebih cepat, menghemat waktu, sehingga performa akan terasa meningkat saat melakukan aktivitas. Selain itu banyak sekali manfaat yang terdapat pada layanan digital bank Jago Syariah, banyaknya berbagai fitur yang tersedia seperti fitur “Kantong” yang dapat mengelola sumber pendapatan secara efektif. Serta dapat memberikan manfaat bagi aktivitas pembayaran seluler.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Adnyasuari & Darma (2017)<sup>21</sup> yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap sikap penerimaan. Namun pada penelitian yang dilakukan oleh Alwi & Laila (2023)<sup>22</sup> justru persepsi manfaat tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap sikap nasabah terkait perilaku menerima atau menolak penggunaan bank digital. Dimana penelitian tersebut menunjukkan bahwa penerapan teori TAM di sistem bank digital, justru tidak memberikan peningkatan yang signifikan terhadap sikap. Maka dari itu, Bank perlu meningkatkan manfaat layanan bank digital dengan cara mengkampanyekan untuk meningkatkan kesadaran pelanggan tentang kemanfaatannya.

Hasil pengujian **hipotesis kedua**, menggunakan *software Smart-PLS* versi 4.1.0.9 mengenai pengaruh persepsi kemudahan terhadap sikap penggunaan layanan digital bank jago syariah, memperoleh nilai *koefisien regresi* sebesar 0,239. dan dari hasil pengelolaan data terdapat nilai *T- Statistik* sebesar 2,523 lebih besar dari nilai *T-Tabel* yaitu 1,96 dengan nilai *P- Value* sebesar 0,012 < 0,05. Dengan hasil yang diperoleh tersebut, menunjukkan bahwa penelitian ini berhasil membuktikan tentang hipotesis kedua yang menyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan layanan digital Bank Jago Syariah. Semakin responden merasa mudah mempelajari, mudah dioperasikan dan mudah digunakan pada suatu

<sup>20</sup> Davis, “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology.”

<sup>21</sup> Adnyasuari P. A. S. dan Darma G.S., “Technology Acceptance Model and E-Satisfaction in Mobile Banking,” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 14 (2017): 1–3.

<sup>22</sup> Muhammad Alwi dan Laila Refiana Said, “Penerimaan Layanan Bank Digital Dengan *Technology Acceptance Model (Tam)* Di Banjarmasin,” *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan* 7 (1 Maret 2023): 13–37.

layanan Bank Digital tersebut maka akan berdampak terhadap sikap responden terhadap teknologi tersebut. Yaitu dapat berupa penerimaan atau penolakan.

Berdasarkan dengan hasil yang telah diperoleh, hasil penelitian ini sesuai dengan teori TAM (*Technology Acceptance Model*) yang dirumuskan oleh Davis (1989), terdiri dari persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan pemakaian (*perceived ease of use*), sikap (*attitude*), niat perilaku (*behavioral intention*), penggunaan sebenarnya (*actual use*).<sup>23</sup> Berdasarkan uraian tersebut, dalam hal ini terbukti bahwa persepsi kemudahan dapat mempengaruhi sikap penggunaan suatu layanan. Sehingga semakin mudah dalam pengoprasian suatu layanan digital, maka akan berdampak terhadap sikap penerimaannya.

Responden dalam penelitian ini meyakini bahwa dalam menggunakan layanan digital Bank Jago Syariah, dapat digunakan dengan mudah dan tanpa usaha yang besar, juga tidak membingungkan pengguna. Misalnya seperti *icon* yang terdapat pada aplikasi Bank Jago dapat memudahkan pengguna dalam memahami fitur-fiturnya. Sehingga saat mempelajari aplikasi Bank Jago Syariah hanya membutuhkan waktu singkat untuk beradaptasi. Lalu hal tersebut membuat responden merasa menjadi terbiasa menguasai sistem tersebut dalam waktu yang relatif pendek. Selain itu, terdapat fleksibilitas tinggi pada Aplikasi Bank Jago Syariah, karena terdapat pilihan fitur cetak kartu sesuai kebutuhan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Agus dan Bambang (2023)<sup>24</sup> yaitu persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap sikap penggunaan. Selain itu, juga penelitian oleh M Iqbal Reihandho dan Diana Fajarwati (2023)<sup>25</sup> bahwa pengaruh kemudahan berperan penting dalam menentukan sikap positif yang mampu mempengaruhi penggunaan perbankan digital untuk mempermudah segala transaksi.

Hasil pengujian **hipotesis ketiga** menggunakan *software Smart-PLS* versi 4.1.0.9 mengenai pengaruh fitur layanan syariah terhadap sikap penggunaan layanan digital bank jago syariah, memperoleh nilai *koefisien regresi* sebesar 0,239. dan dari hasil pengelolaan data terdapat nilai *T- Statistik* sebesar 2,896 Lebih besar dari nilai *T-Tabel* yaitu 1,96 dengan nilai *P- Value* sebesar 0,004 < 0,05. Dengan hasil yang diperoleh tersebut, menunjukkan bahwa penelitian ini berhasil membuktikan tentang hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa variabel fitur layanan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan layanan digital Bank Jago Syariah. Semakin responden merasa bahwa fitur layanan pada bank digital syariah itu dalam beroperasi berdasarkan prinsip syariah Islam yang mengacu pada Alquran dan hadis, dan fitur layannya lengkap, maka akan berdampak pada sikap responden terhadap teknologi tersebut. Yaitu dapat berupa penerimaan atau penolakan.

Berdasarkan dengan hasil yang telah diperoleh, hasil penelitian ini sesuai dengan teori TAM (*Technology Acceptance Model*) yang dirumuskan oleh Davis (1989), terdiri dari persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi

<sup>23</sup> Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology."

<sup>24</sup> Agus Siswoyo dan Bambang Setyobudi Irianto, "Analisis Technology Acceptance Model(TAM) Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking," *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi* 7 (April 2023), <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1440>.

<sup>25</sup> M Iqbal Reihandho dan Diana Fajarwati, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan Perbankan Digital di Indonesia," *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal* 4, no. 2 (21 Juli 2023): 70–80, <https://doi.org/10.34306/abdi.v4i2.961>.

kemudahan pemakaian (*perceived ease of use*), sikap (*attitude*), niat perilaku (*behavioral intention*), penggunaan sebenarnya (*actual use*).<sup>26</sup> Berdasarkan uraian tersebut, dalam hal ini Fitur Layanan Syariah merupakan *variabel eksternal* yang mempengaruhi terhadap sikap penggunaan suatu layanan. Dikarenakan pada TAM apabila fitur layanan syariah ini bermanfaat dan mudah untuk pengoprasiannya, maka akan berdampak terhadap sikap penerimaannya.

Responden dalam penelitian ini meyakini bahwa fitur layanan syariah yang terdapat pada Bank Digital Jago Syariah sesuai dengan syariah Islam, selain itu fitur layanan dapat diukur melalui keragaman fitur yang tersedia, sesuai dengan harapan, dan memiliki keunggulan.<sup>27</sup> Misalnya pada proses penginstalan dan pendaftaran akun pada aplikasi Bank Jago Syariah, itu sangat mudah dan cepat. Juga Bank Digital Jago Syariah selalu memperbaharui sistem dengan baik, menyediakan fitur transaksi yang lengkap, apalagi untuk biaya penggunaannya sangat murah.

Hasil yang diperoleh pada penelitian ini, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ika Sari (2019)<sup>28</sup> bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan. Pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa ketika fitur layanan mengalami kenaikan, maka sikap penggunaan juga akan meningkat. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi fitur layanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula muncul sikap penggunaan.

Hasil pengujian **hipotesis keempat** menggunakan *software Smart-PLS* versi 4.1.0.9 mengenai pengaruh sikap terhadap minat penggunaan layanan digital bank jago syariah, memperoleh nilai *koefisien regresi* sebesar 0,336. dan dari hasil pengelolaan data terdapat nilai *T- Statistik* sebesar 3,576 Lebih besar dari nilai *T-Tabel* yaitu 1,96 dengan nilai *P- Value* sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan hasil yang diperoleh tersebut, menunjukkan bahwa penelitian ini berhasil membuktikan tentang hipotesis keempat yang menyatakan bahwa variabel sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan digital Bank Jago Syariah. Munculnya rasa penerimaan terhadap suatu layanan digital yang dirasakan responden, akan membuat responden memiliki minat untuk menggunakan layanan digital tersebut.

Berdasarkan dengan hasil yang telah diperoleh, hasil penelitian ini sesuai dengan teori TAM (*Technology Acceptance Model*) yang dirumuskan oleh Davis (1989), terdiri dari persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan pemakaian (*perceived ease of use*), sikap (*attitude*), niat perilaku (*behavioral intention*), penggunaan sebenarnya (*actual use*).<sup>29</sup> Berdasarkan uraian tersebut, dalam hal ini terbukti bahwa sikap dapat mempengaruhi minat penggunaan suatu layanan. Sehingga muncul rasa penerimaan terhadap suatu layanan digital, akan membuat minat untuk menggunakan layanan digital tersebut.

---

<sup>26</sup> Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology."

<sup>27</sup> Thom W.A. Isliko dan Mintarti Rahayu, "Mediasi Keputusan Pembelian pada Pengaruh Faktor Situasional dan Faktor Produk terhadap Kepuasan Konsumen Supermarket di Kota Lampung," *Jurnal Aplikasi Manajemen* 8 (2008): 11–15.

<sup>28</sup> Ika Sari, "Pengaruh Kemudahan, Manfaat Penggunaan Teknologi, Fitur Layanan Dan Keamanan, Terhadap Minat Menggunakan E- Money, Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening," 2019.

<sup>29</sup> Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology."

Responden dalam penelitian ini meyakini bahwa dalam menggunakan suatu layanan digital, jika memiliki pandangan / sikap positif terhadap layanan digital tersebut, misalnya seperti lebih bisa menerimanya, apalagi dapat mempengaruhi kebiasaan, seperti muncul rasa ingin berinvestasi saat menggunakan aplikasi bank digital jago syariah, akan dapat mempengaruhi niat untuk menggunakan layanan digital bank jago syariah tersebut.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Agus dan Bambang (2023)<sup>30</sup> bahwa sikap penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku untuk penggunaan. Jadi jika seseorang muncul perasaan yang positif, maka akan menumbuhkan keinginan berminat menggunakan aplikasi tersebut. Juga pada penelitian yang dilakukan oleh Alwi & Laila (2023)<sup>31</sup> bahwa sikap penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat, jadi semakin positif sikap pengguna pada layanan digital, maka minat untuk menggunakan layanan digital semakin bertambah tinggi.

Hasil pengujian **hipotesis kelima** menggunakan *software Smart-PLS* versi 4.1.0.9 mengenai peran sikap dalam memediasi hubungan antara kemanfaatan terhadap minat penggunaan layanan digital bank jago syariah, memperoleh nilai *koefisien regresi* sebesar 0,148. dan dari hasil pengelolaan data terdapat nilai *T-Statistik* sebesar 2,791 lebih besar dari nilai *T-Tabel* yaitu 1,96 dengan nilai *P-Value* sebesar  $0,005 < 0,05$ . Dengan hasil yang diperoleh tersebut, menunjukkan bahwa penelitian ini berhasil membuktikan tentang hipotesis kelima yang menyatakan bahwa variabel sikap berpengaruh positif dan signifikan dalam memediasi hubungan antara kemanfaatan terhadap minat penggunaan layanan digital bank jago syariah.

Berdasarkan dengan hasil yang telah diperoleh, hasil penelitian ini sesuai dengan teori TAM (*Technology Acceptance Model*) yang dirumuskan oleh Davis (1989), terdiri dari persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan pemakaian (*perceived ease of use*), sikap (*attitude*), niat perilaku (*behavioral intention*), penggunaan sebenarnya (*actual use*).<sup>32</sup> Berdasarkan uraian tersebut, dalam hal ini terbukti bahwa sikap dapat berpengaruh positif dalam memediasi hubungan antara kemanfaatan terhadap minat penggunaan layanan digital.

Variabel sikap memang dapat memediasi pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan layanan digital. Karena disini, responden merasa bahwa ada rasa kepercayaan saat penggunaan layanan digital dan akan meningkatkan kinerja mereka. Sementara itu, dalam hal ini sikap dapat berupa perasaan senang, nyaman, dan menerima dalam penggunaan layanan digital tersebut. Jadi apabila kualitas manfaat yang dirasakan meningkat, maka sikap penggunaan akan meningkat pula, dan jika sikap penggunaan meningkat, maka minat penggunaan juga akan meningkat. Hasil penelitian yang telah dilakukan, justru tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Afandi, Fadhilah,

---

<sup>30</sup> Siswoyo dan Setyobudi Irianto, "Analisis Technology Acceptance Model(TAM) Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking."

<sup>31</sup> Alwi dan Said, "Penerimaan Layanan Bank Digital Dengan Technology Acceptance Model (Tam) Di Banjarmasin."

<sup>32</sup> Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology."

Sari (2021)<sup>33</sup> bahwa persepsi kegunaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap niat menggunakan melalui sikap sebagai variabel intervening. Namun, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ika Sari (2019)<sup>34</sup> bahwa persepsi manfaat penggunaan berpengaruh secara tidak langsung terhadap minat menggunakan, melalui sikap penggunaan.

Hasil pengujian **hipotesis keenam** menggunakan *software Smart-PLS* versi 4.1.0.9 mengenai peran sikap dalam memediasi hubungan antara kemudahan terhadap minat penggunaan layanan digital bank jago syariah, memperoleh nilai *koefisien regresi* sebesar 0,080. dan dari hasil pengelolaan data terdapat nilai *T- Statistik* sebesar 2,067 lebih besar dari nilai *T-Tabel* yaitu 1,96 dengan nilai *P- Value* sebesar  $0,039 < 0,05$ . Dengan hasil yang diperoleh tersebut, menunjukkan bahwa penelitian ini berhasil membuktikan tentang hipotesis keenam yang menyatakan bahwa variabel sikap berpengaruh positif dan signifikan dalam memediasi hubungan antara kemudahan terhadap minat penggunaan layanan digital bank jago syariah.

Berdasarkan dengan hasil yang telah diperoleh, hasil penelitian ini sesuai dengan teori TAM (*Technology Acceptance Model*) yang dirumuskan oleh Davis (1989), terdiri dari persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan pemakaian (*perceived ease of use*), sikap (*attitude*), niat perilaku (*behavioral intention*), penggunaan sebenarnya (*actual use*).<sup>35</sup> Berdasarkan uraian tersebut, dalam hal ini terbukti bahwa sikap dapat berpengaruh positif dalam memediasi hubungan antara kemudahan terhadap minat penggunaan layanan digital.

Variabel sikap memang dapat memediasi pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan layanan digital. Karena disini, responden merasa bahwa layanan digital tersebut dapat digunakan dengan mudah dan tanpa usaha yang besar, juga tidak membingungkan pengguna. Sehingga saat mempelajari aplikasi Bank Jago Syariah hanya membutuhkan waktu singkat untuk beradaptasi. Sementara itu, dalam hal ini sikap dapat berupa perasaan senang, nyaman, dan menerima dalam penggunaan layanan digital tersebut. Jadi apabila kemudahan yang dirasakan meningkat, maka sikap penggunaan akan meningkat pula, dan jika sikap penggunaan meningkat, maka minat penggunaan juga akan meningkat.

Hasil penelitian yang telah dilakukan, justru tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Afandi, Fadhilah, Sari (2021)<sup>36</sup> bahwa persepsi kemudahan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap niat menggunakan melalui sikap sebagai variabel intervening. Dan juga hasil

---

<sup>33</sup> Ahmad Afandi, Annessa Fadhillah, dan Dia Purnama Sari, "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan E-Wallet Denga Sikap Sebagai Variabel Intervening," *Research & Learning in Primary Education* 1 (2021).

<sup>34</sup> Sari, "Pengaruh Kemudahan, Manfaat Penggunaan Teknologi, Fitur Layanan Dan Keamanan, Terhadap Minat Menggunakan E- Money, Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening."

<sup>35</sup> Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology."

<sup>36</sup> Afandi, Fadhillah, dan Sari, "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan E-Wallet Denga Sikap Sebagai Variabel Intervening."

penelitian tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ika Sari (2019)<sup>37</sup> bahwa sikap penggunaan tidak dapat memediasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan layanan digital terhadap minat menggunakan.

Hasil pengujian **hipotesis ketujuh** menggunakan *software Smart-PLS* versi 4.1.0.9 mengenai peran sikap dalam memediasi hubungan antara fitur layanan syariah terhadap minat penggunaan layanan digital bank jago syariah, memperoleh nilai *koefisien regresi* sebesar 0,080. dan dari hasil pengelolaan data terdapat nilai *T- Statistik* sebesar 2,293 Lebih besar dari nilai *T-Tabel* yaitu 1,96 dengan nilai *P- Value* sebesar  $0,022 < 0,05$ . Dengan hasil yang diperoleh tersebut, menunjukkan bahwa penelitian ini berhasil membuktikan tentang hipotesis ketujuh yang menyatakan bahwa variabel sikap berpengaruh positif dan signifikan dalam memediasi hubungan antara fitur layanan syariah terhadap minat penggunaan layanan digital bank jago syariah.

Berdasarkan dengan hasil yang telah diperoleh, hasil penelitian ini sesuai dengan teori TAM (*Technology Acceptance Model*) yang dirumuskan oleh Davis (1989), terdiri dari persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan pemakaian (*perceived ease of use*), sikap (*attitude*), niat perilaku (*behavioral intention*), penggunaan sebenarnya (*actual use*).<sup>38</sup> Berdasarkan uraian tersebut, dalam hal ini terbukti bahwa sikap dapat berpengaruh positif dalam memediasi hubungan antara Fitur Layanan Syariah yang merupakan *variabel eksternal* dari model TAM terhadap minat penggunaan layanan digital. Dikarenakan pada TAM, apabila fitur layanan syariah ini bermanfaat dan mudah untuk pengoprasiannya, maka akan berdampak terhadap sikap penerimaannya, yang berlanjut dengan minat penggunaan layanan digital tersebut.

Variabel sikap memang dapat memediasi pengaruh fitur layanan syariah terhadap minat penggunaan layanan digital. Karena disini, responden merasa bahwa fitur layanan yang terdapat pada Bank Digital Jago Syariah sesuai dengan syariah Islam, selain itu fitur layanan dapat diukur melalui keragaman fitur yang tersedia, sesuai dengan harapan, dan memiliki keunggulan. Apalagi Bank Digital Jago Syariah selalu memperbaharui sistem dengan baik, menyediakan fitur transaksi yang lengkap, apalagi untuk biaya penggunaannya sangat murah. Jadi apabila memiliki fitur layanan syariah yang sesuai, maka sikap penggunaan akan meningkat pula, dan jika sikap penggunaan meningkat, maka minat penggunaan juga akan meningkat. Hasil penelitian yang telah dilakukan, justru tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ika Sari (2019)<sup>39</sup> bahwa Sikap penggunaan tidak dapat memediasi pengaruh fitur layanan terhadap minat menggunakan.

---

<sup>37</sup> sari, "Pengaruh Kemudahan, Manfaat Penggunaan Teknologi, Fitur Layanan Dan Keamanan, Terhadap Minat Menggunakan E- Money, Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening."

<sup>38</sup> Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology."

<sup>39</sup> Sari, "PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT PENGGUNAAN TEKNOLOGI, FITUR LAYANAN DAN KEAMANAN, TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E- MONEY, DENGAN SIKAP PENGGUNAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING."

## CONCLUSION

Berdasarkan hasil olah data dan analisa menggunakan *software Smart-PLS* versi 4.1.0.9. maka dapat disimpulkan sebagai berikut : Berdasarkan hasil pengujian *hipotesis pertama*, dapat disimpulkan bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sikap penggunaan layanan digital Bank Jago Syariah. Berdasarkan hasil pengujian pengujian *hipotesis kedua*, dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sikap penggunaan layanan digital Bank Jago Syariah. Berdasarkan hasil pengujian pengujian *hipotesis ketiga*, dapat disimpulkan bahwa Fitur Layanan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sikap penggunaan layanan digital Bank Jago Syariah. Berdasarkan hasil pengujian pengujian *hipotesis keempat*, dapat disimpulkan bahwa Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat penggunaan layanan digital Bank Jago Syariah. Berdasarkan hasil pengujian pengujian *hipotesis kelima*, dapat disimpulkan bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat melalui Sikap sebagai variabel mediasi. Berdasarkan hasil pengujian pengujian *hipotesis keenam*, dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat melalui Sikap sebagai variabel mediasi. Berdasarkan hasil pengujian pengujian *hipotesis ketujuh*, dapat disimpulkan bahwa Fitur Layanan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat melalui Sikap sebagai variabel mediasi..

## REFERENCES

- Afandi, Ahmad, Annessa Fadhillah, dan Dia Purnama Sari. "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan E-Wallet Denga Sikap Sebagai Variabel Intervening." *Research & Learning in Primary Education* 1 (2021).
- Alwi, Muhammad, dan Laila Refiana Said. "PENERIMAAN LAYANAN BANK DIGITAL DENGAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) DI BANJARMASIN." *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan* 7 (1 Maret 2023): 13–37.
- Davis, Fred D. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly* 13, no. 3 (September 1989): 319. <https://doi.org/10.2307/249008>.
- Dihni, Vika Azkiya. "Survei Indikator Ungkap Mayoritas Publik Belum Pernah Mengakses Digital Banking," 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/22/survei-indikator-ungkap-mayoritas-publik-belum-pernah-mengakses-digital-banking>.
- fadilah, suci nurul. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Bank Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance

- Model (Studi pada Generasi Milenial Muslim Pengguna Bank Jago Syariah),” 14 September 2023. <https://repofeb.undip.ac.id/id/eprint/13416>.
- Ghozali, Imam. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014.
- Hie, Dr. dr. Bayu Prawira. *Panduan Transformasi Digital Bank di Indonesia Konsep dan Praktek dalam Memimpin Transformasi Total*. Media Nusa Creative (MNC Publishing), 2021.
- Iba, Zainuddin, dan Aditya Wardhana. *ANALISIS REGRESI DAN ANALISIS JALUR UNTUK RISET BISNIS MENGGUNAKAN SPSS 29.0 & SMART-PLS 4 0*. EUREKA MEDIA AKSARA, 2024.
- IDN Times. “5 Kelebihan Bank Digital Dibanding Bank Tradisional,” 4 Februari 2024. <https://www.idntimes.com/business/finance/trio-hamdani/5-kelebihan-bank-digital-dibanding-bank-tradisional>.
- Isliko, Thom W.A., dan Mintarti Rahayu. “Mediasi Keputusan Pembelian pada Pengaruh Faktor Situasional dan Faktor Produk terhadap Kepuasan Konsumen Supermarket di Kota Lampung.” *Jurnal Aplikasi Manajemen* 8 (2008): 11–15.
- Laoli, Jasamantrin, Delipiter Lase, Suka’Aro Waruwu, dan UNIVERISiTAS Nias. “ANALISIS HUBUNGAN SIKAP PRIBADI DAN HARMONISASI KERJA PADA KANTOR KECAMATAN GUNUNGSITOLI ALO’OA KOTA GUNUNGSITOLI” 6, no. 4 (2022).
- Manfarisa, Nasya. “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah,” 2022.
- Muttaqin, Ibnu. “Religiosity and Consumer Acceptance of the Use of Islamic Digital Banking Services in Indonesia: An Extension of the UTAUT Model.” *Jihbiz : Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah* 8, no. 2 (31 Juli 2024): 142–59. <https://doi.org/10.33379/jihbiz.v8i2.4473>.
- Nasir Tajul Aripin, Nur Fatwa, dan Mulawarman Hannase. “Layanan Digital Bank Syariah Sebagai Faktor Pendorong Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah.” *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (24 Juni 2022): 29–45. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(1\).9362](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(1).9362).
- Nugroho, Hadi, Usep Suhud, dan Rochyati Rochyati. “Penerapan Pengembangan Teori Technology Acceptance Model (TAM) dan Motivasi Terhadap Intensi Mahasiswa di Jakarta untuk Menggunakan Tablet.” *Communicare : Journal of Communication Studies* 5, no. 1 (29 Januari 2019): 45. <https://doi.org/10.37535/101005120184>.
- Nurhalima, Nurhalima, dan Elvin Leander Hadisaputro. “Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Aplikasi Traveloka dengan Menerapkan Metode

- TAM.” *Journal of Information System Research (JOSH)* 3, no. 4 (31 Juli 2022): 466–71. <https://doi.org/10.47065/josh.v3i4.1778>.
- P. A. S., Adnyasuari, dan Darma G.S. “Technology Acceptance Model and E-Satisfaction in Mobile Banking.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 14 (2017): 1–3.
- Reihandho, Iqbal, dan Diana Fajarwati. “Faktor - Faktor yang mempengaruhi niat penggunaan perbankan digital di Indonesia,” 2021.
- Reihandho, M Iqbal, dan Diana Fajarwati. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan Perbankan Digital di Indonesia.” *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal* 4, no. 2 (21 Juli 2023): 70–80. <https://doi.org/10.34306/abdi.v4i2.961>.
- Sari, Ika. “Pengaruh Kemudahan, Manfaat Penggunaan Teknologi, Fitur Layanan Dan Keamanan, Terhadap Minat Menggunakan E- Money, Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening,” 2019.
- Singh, Shubhangi, Marshal M. Sahni, dan Raj K. Kovid. “What Drives FinTech Adoption? A Multi-Method Evaluation Using an Adapted Technology Acceptance Model.” *Management Decision* 58, no. 8 (4 Desember 2020): 1675–97. <https://doi.org/10.1108/MD-09-2019-1318>.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Prenada Media, 2017.
- Siswoyo, Agus, dan Bambang Setyobudi Irianto. “Analisis Technology Acceptance Model(TAM) Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking.” *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi* 7 (April 2023). <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1440>.
- Sugeng, Rachmat, dan Nur Fadillah. “Pengaruh Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Pada Tabungan Mudhrabah Bank Syariah Indonesia Cabang Veteran Makassar.” *Indonesian Journal of Business Analytics* 1, no. 2 (15 Oktober 2021): 129–40. <https://doi.org/10.54259/ijba.v1i2.28>.
- Sugiyono. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. ALFABETA, 2017.
- Yusuf, Mahmud, Sumarno, dan Parman Komarudin. “Bank Digital Syariah Di Indonesia : Telaah Regulasi Dan Perlindungan Nasabah.” *Jurnal Ekonomi Islam*, 2022, 2579–6453.