



Determinan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* Terhadap Minat Adopsi *Mobile Banking* pada Mahasiswa di Kota Samarinda

Agelli Tri Putri¹, Rizky Yudaruddin²

Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda^{1,2}

*Email agellitriputri31@gmail.com; rizky.yudaruddin.feb.unmul@gmail.com

Diterima: 07-07-2026 | Disetujui: 13-07-2026 | Diterbitkan: 15-07-2026

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, and Facilitating Conditions on mobile banking adoption intention among university students in Samarinda. This study employed a quantitative research approach. The sampling technique used was non-probability sampling, specifically purposive sampling. Data were collected by distributing questionnaires to 100 students at Universitas Mulawarman who had experience using mobile banking services. Data were analyzed using Variance-Based Structural Equation Modeling (SEM), namely Partial Least Squares (PLS), with the assistance of SmartPLS software. The results indicate that Performance Expectancy has a positive and significant effect on mobile banking adoption intention. Effort Expectancy has a positive but insignificant effect on mobile banking adoption intention. Social Influence also has a positive but insignificant effect on mobile banking adoption intention. Meanwhile, Facilitating Conditions have a positive and significant effect on mobile banking adoption intention. These findings suggest that the perceived usefulness of mobile banking and the availability of supporting resources are the primary factors influencing students' intention to adopt mobile banking, whereas perceived ease of use and social influence do not significantly affect their adoption intention.

Keywords: *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Minat Adopsi Mobile Banking, UTAUT.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, dan Facilitating Conditions terhadap minat adopsi mobile banking pada mahasiswa di Kota Samarinda. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 mahasiswa

Universitas Mulawarman yang telah menggunakan layanan mobile banking. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis varians, yaitu Partial Least Square (PLS) dengan bantuan program SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Performance Expectancy berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat adopsi mobile banking. Effort Expectancy berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat adopsi mobile banking. Social Influence berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat adopsi mobile banking. Sementara itu, Facilitating Conditions berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat adopsi mobile banking. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa persepsi manfaat penggunaan serta ketersediaan fasilitas pendukung menjadi faktor utama yang mendorong mahasiswa untuk mengadopsi mobile banking, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan dan pengaruh sosial belum mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat adopsi mobile banking.

Kata kunci: *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions*, Minat Adopsi Mobile Banking, UTAUT.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Putri, A. T., & Yudaruddin, R. . (2026). Determinan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Terhadap Minat Adopsi Mobile Banking pada Mahasiswa di Kota Samarinda. Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 2(3), 5026-5043. <https://doi.org/10.63822/krckrp24>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pada sektor perbankan. Salah satu bentuk transformasi digital di bidang perbankan adalah hadirnya layanan *mobile banking*, yang memungkinkan masyarakat melakukan berbagai transaksi keuangan secara cepat, mudah, dan efisien melalui perangkat seluler. Kehadiran layanan ini telah mengubah pola transaksi masyarakat yang sebelumnya bergantung pada kantor cabang maupun mesin ATM menjadi layanan digital yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Oleh karena itu, *mobile banking* menjadi salah satu inovasi yang berperan penting dalam meningkatkan kualitas layanan perbankan sekaligus mendukung percepatan transformasi digital di Indonesia. Kondisi tersebut mendorong berkembangnya berbagai penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat dalam mengadopsi layanan *mobile banking*. Namun demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada masyarakat umum atau pekerja di wilayah perkotaan, sedangkan penelitian yang mengkaji mahasiswa sebagai pengguna potensial layanan *mobile banking* masih relatif terbatas.

Perkembangan penggunaan *mobile banking* di Indonesia menunjukkan tren yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan data Bank Indonesia (2024), volume transaksi *mobile banking* meningkat dari 3.427 juta transaksi pada tahun 2020 menjadi 19.551 juta transaksi pada tahun 2024. Sejalan dengan itu, nilai transaksi juga mengalami peningkatan yang signifikan selama periode yang sama. Selain itu, data penggunaan aplikasi *mobile banking* tahun 2024 menunjukkan bahwa BCA Mobile, BRImo, dan Livin' by Mandiri merupakan aplikasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Meskipun demikian, peningkatan jumlah transaksi dan pengguna belum sepenuhnya mencerminkan tingginya minat adopsi pada seluruh kelompok masyarakat. Masih terdapat pengguna yang enggan memanfaatkan layanan *mobile banking* karena berbagai alasan, seperti kekhawatiran terhadap keamanan transaksi, perlindungan data pribadi, keterbatasan pemahaman teknologi, maupun kurangnya dukungan fasilitas yang memadai. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi *mobile banking* tidak hanya ditentukan oleh perkembangan teknologi, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor yang membentuk penerimaan teknologi oleh pengguna.

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok yang memiliki potensi besar dalam mengadopsi layanan *mobile banking*. Sebagai bagian dari generasi yang tumbuh di era digital (*digital native*), mahasiswa telah terbiasa memanfaatkan teknologi dalam kegiatan akademik maupun aktivitas sehari-hari, termasuk dalam melakukan transaksi keuangan. Kebutuhan akan pembayaran biaya pendidikan, transfer dana, transaksi belanja daring, hingga pembayaran menggunakan QRIS menjadikan *mobile banking* sebagai layanan yang semakin relevan bagi mahasiswa. Namun demikian, tidak seluruh mahasiswa menunjukkan minat yang sama dalam menggunakan layanan tersebut. Perbedaan tingkat penerimaan teknologi tersebut mengindikasikan bahwa terdapat berbagai faktor yang memengaruhi minat mahasiswa dalam mengadopsi *mobile banking*.

Salah satu model yang banyak digunakan untuk menjelaskan penerimaan teknologi adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* (2003). Model ini menjelaskan bahwa minat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi dipengaruhi oleh empat konstruk utama, yaitu Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, dan

Facilitating Conditions. *Performance Expectancy* menggambarkan keyakinan bahwa penggunaan teknologi mampu memberikan manfaat dan meningkatkan kinerja pengguna. *Effort Expectancy* berkaitan dengan persepsi kemudahan penggunaan teknologi. *Social Influence* menunjukkan adanya pengaruh dari lingkungan sosial terhadap keputusan seseorang dalam menggunakan teknologi, sedangkan *Facilitating Conditions* mencerminkan ketersediaan sumber daya, infrastruktur, dan dukungan teknis yang memungkinkan teknologi digunakan secara optimal.

Hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan temuan yang beragam. Penelitian Alkhwalidi (2024) serta Alalwan et al. (2017) menemukan bahwa *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mengadopsi layanan perbankan digital. Sebaliknya, Rahman et al. (2024) melaporkan bahwa *Social Influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *mobile banking*, sedangkan Tariq et al. (2024) menunjukkan bahwa *Effort Expectancy* dan *Social Influence* juga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan layanan fintech. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan masih adanya kesenjangan penelitian (*research gap*), sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menguji kembali model UTAUT pada kelompok responden yang berbeda, khususnya mahasiswa di Kota Samarinda.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Conditions* terhadap minat adopsi *mobile banking* pada mahasiswa Universitas Mulawarman di Kota Samarinda. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian mengenai penerimaan teknologi di sektor perbankan digital serta menjadi bahan pertimbangan bagi perbankan dalam merumuskan strategi yang mampu meningkatkan minat penggunaan *mobile banking* di kalangan mahasiswa.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Conditions* terhadap minat adopsi *mobile banking* pada mahasiswa Universitas Mulawarman di Kota Samarinda. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan nonprobability sampling dengan metode purposive sampling. Menurut Sugiyono (2018), *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang merupakan mahasiswa Universitas Mulawarman angkatan 2022, 2023, dan 2024 yang telah menggunakan layanan *mobile banking*.

Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator yang diadaptasi dari Venkatesh et al. (2012) dan diukur menggunakan skala Likert lima poin, yaitu 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (sangat setuju). Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Variabel Sikap Keuangan

Tabel 1Tanggapan Responden Terhadap *Performance Expectancy*

Indikator			X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Rata-rata
Jawaban Responden	1	F	1	0	0	0	0
		%	1,0	0,0	0,0	0,0	0,3
	2	F	0	1	1	2	1
		%	0,0	1,0	1,0	2,0	1,0
	3	F	5	5	10	1	5
		%	5,0	5,0	10,0	1,0	5,3
	4	F	30	37	41	37	36
		%	30,0	37,0	41,0	37,0	36,3
	5	F	64	57	48	60	57
		%	64,0	57,0	48,0	60,0	57,3
Indeks			91,2	90,0	87,2	91,0	89,9
Kategori			Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel variabel *Performance Expectancy* memiliki nilai rata-rata indeks sebesar 89,9 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Mulawarman meyakini *mobile banking* memberikan manfaat dalam meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan produktivitas transaksi keuangan.

Deskriptif Variabel Effort Expectancy

Berdasarkan Tabel 2 variabel *Effort Expectancy* memiliki nilai rata-rata indeks sebesar 86,9 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Mulawarman meyakini *mobile banking* mudah dipelajari, mudah digunakan, dan mudah dioperasikan dalam mendukung aktivitas transaksi keuangan.

Tabel 2 Tanggapan Responden Terhadap Effort Expectancy

Indikator			X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Rata-rata
Skala Jawaban Responden	1	F	0	0	0	0	0
		%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	2	F	1	1	1	1	1
		%	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
	3	F	3	9	12	14	10
		%	3,0	9,0	12,0	14,0	9,5
	4	F	39	48	40	47	44
		%	39,0	48,0	40,0	47,0	43,5
	5	F	57	42	47	38	46
		%	57,0	42,0	47,0	38,0	46,0
Indeks			90,4	86,2	86,6	84,4	86,9
Kategori			Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Deskriptif Variabel Social Influence

Tabel 3 Tanggapan Responden Terhadap Social Influence

Indikator			X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Rata-rata
Jawaban Responden	1	F	0	0	0	0	0
		%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	2	F	3	2	1	1	2
		%	3,0	2,0	1,0	1,0	1,8
	3	F	21	20	22	23	22
		%	21,0	20,0	22,0	23,0	21,5
	4	F	54	54	50	46	51
		%	54,0	54,0	50,0	46,0	51,0
	5	F	57	57	57	57	57
		%	57,0	57,0	57,0	57,0	57,0

		%	54,0	54,0	50,0	46,0	51,0
	5	F	22	24	27	30	26
		%	22,0	24,0	27,0	30,0	25,8
Indeks			79,0	80,0	80,6	81,0	80,2
Kategori			Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 3, variabel *Social Influence* menunjukkan nilai rata-rata indeks sebesar 80,2 yang tergolong dalam kategori tinggi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Social Influence* pada mahasiswa Universitas Mulawarman sudah tergolong tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa keluarga, teman, dan lingkungan sekitar memiliki pengaruh dalam mendorong mahasiswa untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

Deskriptif Variabel *Facilitating Conditions*

Tabel 4 Tanggapan Responden Terhadap *Facilitating Conditions*

Indikator			X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Rata-rata
Skala Jawaban Responden	1	F	0	1	1	1	1
		%	0,0	1,0	1,0	1,0	0,8
	2	F	1	0	1	3	1
		%	1,0	0,0	1,0	3,0	1,3
	3	F	10	7	8	18	11
		%	10,0	7,0	8,0	18,0	10,8
	4	F	49	51	42	50	48
		%	49,0	51,0	42,0	50,0	48,0
	5	F	40	41	48	28	39
		%	40,0	41,0	48,0	28,0	39,3
Indeks			85,6	86,2	87,0	80,2	84,8
Kategori			Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi

Berdasarkan Tabel 4. variabel *Facilitating Conditions* menunjukkan nilai rata-rata indeks sebesar 84,8 yang tergolong dalam kategori tinggi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Facilitating Conditions* yang dimiliki mahasiswa Universitas Mulawarman sudah tergolong tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki persepsi yang baik terhadap ketersediaan sumber daya, pengetahuan, serta dukungan yang memadai dalam menunjang penggunaan layanan *mobile banking*.

Deskriptif Variabel Adopsi Mobile Banking

Tabel 5 Tanggapan Responden Terhadap Adopsi Mobile Banking

Indikator			Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Rata-rata
Skala Jawaban Responden	1	F	2	2	2	2	2
		%	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0
	2	F	0	0	1	3	1
		%	0,0	0,0	1,0	3,0	1,0
	3	F	7	8	10	15	10
		%	7,0	8,0	10,0	15,0	10,0
	4	F	33	39	51	59	46
		%	33,0	39,0	51,0	59,0	46,0
	5	F	58	51	36	21	42
		%	58,0	51,0	36,0	21,0	42,0
Indeks			89,4	87,8	84,2	81,8	85,8
Kategori			Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel variabel *Minat Adopsi Mobile Banking* menunjukkan nilai rata-rata indeks sebesar 85,8 yang tergolong dalam kategori tinggi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa minat adopsi *mobile banking* pada mahasiswa Universitas Mulawarman sudah tergolong tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki keinginan yang tinggi untuk menggunakan *mobile banking* secara berkelanjutan, menjadikannya sebagai bagian dari aktivitas transaksi keuangan sehari-hari, serta bersedia merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain.

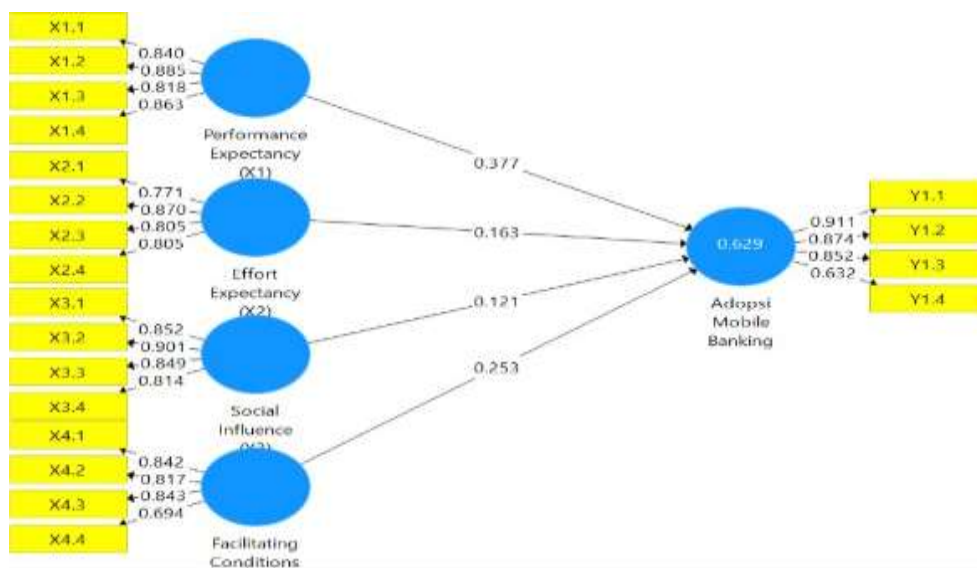
Partial Least Square

Penelitian ini menggunakan metode analisis data *Partial Least Square* (PLS), yaitu suatu pendekatan yang mampu mengatasi berbagai keterbatasan, seperti ukuran sampel yang kecil, serta tidak memerlukan banyak asumsi dalam evaluasi model maupun landasan teoritis (Yudaruddin, 2021). Analisis ini dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu outer model, inner model, dan pengujian hipotesis. Outer model, yang juga dikenal sebagai measurement model, digunakan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas variabel-variabel dalam penelitian. Evaluasi ini mencakup beberapa indikator utama,

yaitu *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, *Composite Reliability*, dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Inner model atau model struktural merupakan tahap evaluasi yang dilakukan dengan meninjau nilai indeks *Goodness of Fit*, yang dijelaskan melalui nilai R-square guna mengukur hubungan antar konstruk serta signifikansi model penelitian (Yudaruddin, 2021). Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji statistik dengan memperhatikan nilai t-statistik dan p-value, di mana hipotesis dinyatakan signifikan apabila t-statistik > 1,96 dan p-value < 0,05 (Yudaruddin, 2021).

Analisis Outer Model

a. Convergent Validity



Gambar 1 Convergent Validity

Sumber: Pengolahan Data SmartPLS3, 2025

Pengujian validitas konvergen dilakukan dengan mengevaluasi nilai loading factor setiap indikator, dengan batas minimum sebesar 0,5. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai loading factor di atas 0,5, yaitu berkisar antara 0,632–0,911. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator telah memenuhi kriteria validitas konvergen sehingga layak digunakan dalam analisis model struktural.

b. Discriminant Validity

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *cross loading* setiap indikator lebih tinggi pada konstruk yang bersangkutan dibandingkan dengan konstruk lainnya. Oleh karena itu, seluruh konstruk dalam penelitian ini dinyatakan telah memenuhi kriteria *discriminant validity*, yang mengindikasikan adanya kemampuan indikator dalam membedakan konstruk yang diukur.

Tabel 6 Cross Loading

Variabel	Adopsi Mobile Banking (Y)	Performance Expectancy (X1)	Effort Expectancy (X2)	Social Influence (X3)	Facilitating Conditions (X4)
Y1.1	0.911	0.688	0.644	0.456	0.600
Y1.2	0.874	0.651	0.605	0.425	0.569
Y1.3	0.852	0.597	0.609	0.414	0.638
Y1.4	0.632	0.471	0.461	0.549	0.371
X1.1	0.701	0.840	0.638	0.432	0.507
X1.2	0.597	0.885	0.722	0.468	0.580
X1.3	0.575	0.818	0.725	0.540	0.569
X1.4	0.620	0.863	0.623	0.382	0.581
X2.1	0.645	0.694	0.771	0.396	0.544
X2.2	0.597	0.708	0.870	0.524	0.641
X2.3	0.523	0.588	0.805	0.606	0.582
X2.4	0.518	0.563	0.805	0.534	0.417
X3.1	0.496	0.452	0.524	0.852	0.397
X3.2	0.505	0.513	0.565	0.901	0.486
X3.3	0.429	0.393	0.474	0.849	0.337
X3.4	0.439	0.453	0.575	0.814	0.461
X4.1	0.549	0.491	0.433	0.408	0.842
X4.2	0.565	0.650	0.694	0.449	0.817
X4.3	0.563	0.517	0.514	0.269	0.843
X4.4	0.461	0.427	0.525	0.474	0.694

Sumber: Pengolahan Data SmartPLS3, 2025

Composite Reliability dan Average Variance Extracted (AVE)

Nilai *Composite Reliability* untuk semua variabel > 0,5. Pada variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, dan *Adopsi Mobile Banking* seluruhnya memiliki nilai *Composite Reliability* di atas 0,5, yang mengindikasikan bahwa instrumen penelitian memiliki reliabilitas yang tinggi.

Tabel 7 Nilai AVE

Kode	Variabel	Composite Reliability > 0,5	Average Variance Extracted > 0,5	KET
Y1	Adopsi Mobile Banking	0.893	0.680	Reliabel
X1	Performance Expectancy	0.913	0.725	Reliabel
X2	Effort Expectancy	0.887	0.662	Reliabel
X3	Social Influence	0.915	0.730	Reliabel

X4	Facilitating Conditions	0.877	0.642	Reliabel
----	-------------------------	-------	-------	----------

Sumber: Pengolahan Data SmartPLS3, 2025

Analisis Inner Model

Analisis inner model mengevaluasi hubungan antar konstruk melalui R-square dan Goodness of Fit.

a. Evaluasi Goodness of Fit: Nilai R-square untuk Adopsi Mobile Banking sebesar 0,629, menunjukkan bahwa model menjelaskan 62,9% variasi Kepuasan Keuangan, sedangkan sisanya 37,1% dijelaskan oleh faktor lain.

Tabel 8 R-square

Variabel	R-square
Performance Expectancy	
Effort Expectancy	
Social Influence	
Facilitating Conditions	
Adopsi Mobile Banking	0,629

Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan uji statistik berdasarkan nilai t-statistik dan probabilitas. Dalam pengujian hipotesis, nilai alpha sebesar 5% menggunakan batas t-statistic 1,96. Hipotesis diterima apabila nilai t-statistik >1,96 dan ditolak jika nilai t-statistik <1,96. Untuk pengujian hipotesis melalui propabilitas, kriteria penerimaan hipotesis apabila p-value < 0,05 dan akan ditolak apabila p-value > 0,05. Untuk mengetahui besarnya pengaruh serta tingkat signifikansi antar variabel pada pengujian model struktural, dapat dilakukan dengan melihat nilai t-statistik dari hubungan antar variabel pada path coefficient, sebagaimana ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 9 Path Coefficient (MEAN, STDEV, t-Value)

	Original Sample Estimate	Mean of Ubsample	Standart Deviation	T-Statistic	P Values
PE>Adopsi MB	0.377	0.384	0.109	3.475	0.001
EE>Adopsi MB	0.163	0.156	0.119	1.173	0.173
SI>Adopsi MB	0.121	0.129	0.074	1.635	0.103
FC>Adopsi MB	0.253	0.246	0.087	2.907	0.004

Pengujian hipotesis dilakukan berdasarkan nilai t-statistik (> 1,96) dan p-value (< 0,05).

Hipotesis 1 (*Performance Expectancy* → *Adopsi Mobile Banking*): Hasil pengujian pada hipotesis pertama menunjukkan bahwa hubungan antara *Performance Expectancy* (PE) dan Minat Adopsi Mobile Banking (MB) memiliki nilai *original sample estimate* sebesar 0,377. Nilai *t-statistik* yang diperoleh sebesar 3,475 lebih besar dari 1,96, serta nilai *p-value* sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *Performance Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Adopsi Mobile Banking. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa *Performance Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Adopsi Mobile Banking dapat diterima.

Hipotesis 2 (*Effort Expectancy* → *Adopsi Mobile Banking*): Hasil pengujian pada hipotesis kedua menunjukkan bahwa hubungan antara *Effort Expectancy* (EE) dan Minat Adopsi Mobile Banking (MB) memiliki nilai *original sample estimate* sebesar **0,163**. Nilai *t-statistik* yang diperoleh sebesar **1,364** lebih kecil dari **1,96**, serta nilai *p-value* sebesar **0,173** lebih besar dari **0,05**. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *Effort Expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Adopsi Mobile Banking. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *Effort Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Adopsi Mobile Banking tidak dapat diterima.

Hipotesis 3 (*Social Influence* → *Adopsi Mobile Banking*): Hasil pengujian pada hipotesis ketiga menunjukkan bahwa hubungan antara *Social Influence* (SI) dan Minat Adopsi Mobile Banking (MB) memiliki nilai *original sample estimate* sebesar 0,121. Nilai *t-statistik* yang diperoleh sebesar 1,635 lebih kecil dari 1,96, serta nilai *p-value* sebesar 0,103 lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *Social Influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Adopsi Mobile Banking. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa *Social Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Adopsi Mobile Banking tidak dapat diterima.

Hipotesis 4 (*Facilitating Conditions* → *Adopsi Mobile Banking*): Hasil pengujian pada hipotesis keempat menunjukkan bahwa hubungan antara *Facilitating Conditions* (FC) dan Minat Adopsi Mobile Banking (MB) memiliki nilai *original sample estimate* sebesar 0,253. Nilai *t-statistik* yang diperoleh sebesar 2,907 lebih besar dari 1,96, serta nilai *p-value* sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *Facilitating Conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Adopsi Mobile Banking. Dengan demikian, hipotesis keempat yang menyatakan bahwa *Facilitating Conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Adopsi Mobile Banking dapat diterima.

Tabel 10 Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Pernyataan	Hasil
Hipotesis 1	<i>Performance Expectancy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Adopsi Mobile Banking	Diterima
Hipotesis 2	<i>Effort Expectancy</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap minat Adopsi Mobile Banking	Ditolak
Hipotesis 3	<i>Social Influence</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap minat Adopsi Mobile Banking	Ditolak

Hipotesis 4	<i>Facilitating Conditions</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Adopsi Mobile Banking	Diterima
----------------	--	----------

Pengaruh *Performance Expectancy* Terhadap Minat Adopsi Mobile Banking

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Performance Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat adopsi *Mobile Banking* pada mahasiswa Universitas Mulawarman, dengan nilai *t-statistik* sebesar 3,475 ($>1,96$) dan *p-value* sebesar 0,001 ($<0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi mahasiswa terhadap manfaat yang diberikan oleh *Mobile Banking*, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk mengadopsi layanan tersebut. Manfaat yang dirasakan meliputi kemudahan dalam melakukan transaksi, efisiensi waktu, serta peningkatan efektivitas dalam mengelola aktivitas keuangan sehari-hari.

Temuan ini sesuai dengan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang dikemukakan oleh Venkatesh *et al.* (2012), yang menjelaskan bahwa *Performance Expectancy* merupakan keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi akan memberikan manfaat dan meningkatkan kinerja dalam menyelesaikan aktivitas tertentu. Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa meyakini bahwa *Mobile Banking* mampu mempermudah berbagai transaksi keuangan secara cepat, praktis, dan efisien sehingga mendorong terbentuknya minat untuk menggunakannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi terhadap manfaat teknologi menjadi faktor penting dalam membentuk keputusan mahasiswa untuk mengadopsi *Mobile Banking*.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Yuliana *et al.* (2022), Abu-Taieh *et al.* (2022), dan Alkhwaldi *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa *Performance Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *Mobile Banking*. Kesamaan hasil tersebut menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan pengguna merupakan faktor yang secara konsisten memengaruhi penerimaan teknologi. Oleh karena itu, semakin besar manfaat yang dirasakan mahasiswa, seperti efisiensi waktu, peningkatan efektivitas, dan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk mengadopsi *Mobile Banking*.

Pengaruh *Effort Expectancy* Terhadap Minat Adopsi Mobile Banking

Hasil pengujian menunjukkan nilai *original sample estimate* sebesar 0,163 dengan *t-statistic* sebesar 1,364 ($<1,96$) dan *p-value* sebesar 0,173 ($>0,05$), sehingga *Effort Expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat adopsi *Mobile Banking*. Kondisi ini dapat dijelaskan oleh karakteristik mahasiswa Universitas Mulawarman yang merupakan generasi digital dan telah terbiasa menggunakan berbagai aplikasi berbasis teknologi. Akibatnya, kemudahan dalam mempelajari maupun mengoperasikan *Mobile Banking* bukan lagi menjadi faktor utama yang mendorong minat adopsi. Mahasiswa cenderung lebih mempertimbangkan manfaat nyata yang diperoleh dibandingkan tingkat kemudahan penggunaan aplikasi.

Temuan ini tidak sepenuhnya sesuai dengan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang dikemukakan oleh Venkatesh *et al.* (2012), yang menyatakan bahwa *Effort Expectancy* merupakan salah satu faktor yang memengaruhi niat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi. Hasil penelitian ini sejalan dengan Zhou *et al.* (2010) yang menyatakan bahwa *Effort Expectancy* tidak

berpengaruh langsung terhadap adopsi *Mobile Banking*, namun tidak sejalan dengan Angelina *et al.* (2024) dan Oliveira *et al.* (2014) yang menemukan bahwa *Effort Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *Mobile Banking*. Dengan demikian, kemudahan penggunaan *Mobile Banking* dalam penelitian ini belum mampu meningkatkan minat adopsi karena mahasiswa telah memiliki tingkat literasi digital yang tinggi dan lebih memprioritaskan manfaat yang diperoleh dari penggunaan layanan tersebut.

Pengaruh *Social Influence* Terhadap Minat Adopsi *Mobile Banking*

Hasil pengujian menunjukkan nilai *original sample estimate* sebesar 0,121 dengan *t-statistic* sebesar 1,635 ($< 1,96$) dan *p-value* sebesar 0,103 ($> 0,05$), sehingga *Social Influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat adopsi *Mobile Banking*. Kondisi ini dapat dijelaskan oleh karakteristik mahasiswa Universitas Mulawarman yang telah terbiasa menggunakan teknologi digital dan memiliki pengalaman dalam memanfaatkan layanan perbankan digital. Akibatnya, keputusan untuk mengadopsi *Mobile Banking* lebih didasarkan pada penilaian dan pengalaman pribadi dibandingkan dengan dorongan atau rekomendasi dari keluarga, teman, maupun lingkungan sekitar.

Temuan ini sejalan dengan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang dikemukakan oleh Venkatesh *et al.* (2012), yang menyatakan bahwa pengaruh *Social Influence* cenderung menurun seiring meningkatnya pengalaman pengguna dalam memanfaatkan teknologi. Hasil penelitian ini juga konsisten dengan Iskandar *et al.* (2020) dan Rahman *et al.* (2024) yang menemukan bahwa *Social Influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat adopsi *Mobile Banking*, namun berbeda dengan Rachmawati *et al.* (2020) dan Sugiharto *et al.* (2021) yang menyimpulkan bahwa *Social Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat adopsi *Mobile Banking*. Dengan demikian, pengaruh sosial dalam penelitian ini belum mampu meningkatkan minat adopsi *Mobile Banking* karena mahasiswa lebih mempertimbangkan manfaat, kualitas layanan, dan pengalaman penggunaan dibandingkan rekomendasi dari lingkungan sosial.

Pengaruh *Social Influence* Terhadap Minat Adopsi *Mobile Banking*

Hasil pengujian menunjukkan nilai *original sample estimate* sebesar 0,121 dengan *t-statistic* sebesar 1,635 ($< 1,96$) dan *p-value* sebesar 0,103 ($> 0,05$), sehingga *Social Influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat adopsi *Mobile Banking*. Kondisi ini dapat dijelaskan oleh karakteristik mahasiswa Universitas Mulawarman yang telah terbiasa menggunakan teknologi digital dan memiliki pengalaman dalam memanfaatkan layanan perbankan digital. Akibatnya, keputusan untuk mengadopsi *Mobile Banking* lebih didasarkan pada penilaian dan pengalaman pribadi dibandingkan dengan dorongan atau rekomendasi dari keluarga, teman, maupun lingkungan sekitar.

Temuan ini sejalan dengan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang dikemukakan oleh Venkatesh *et al.* (2012), yang menyatakan bahwa pengaruh *Social Influence* cenderung menurun seiring meningkatnya pengalaman pengguna dalam memanfaatkan teknologi. Hasil penelitian ini juga konsisten dengan Iskandar *et al.* (2020) dan Rahman *et al.* (2024) yang menemukan bahwa *Social Influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat adopsi *Mobile Banking*, namun berbeda dengan

Rachmawati *et al.* (2020) dan Sugiharto *et al.* (2021) yang menyimpulkan bahwa *Social Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat adopsi *Mobile Banking*. Dengan demikian, pengaruh sosial dalam penelitian ini belum mampu meningkatkan minat adopsi *Mobile Banking* karena mahasiswa lebih mempertimbangkan manfaat, kualitas layanan, dan pengalaman penggunaan dibandingkan rekomendasi dari lingkungan sosial.

Pengaruh *Facilitating Conditions* Terhadap Minat Adopsi *Mobile Banking*

Hasil pengujian menunjukkan nilai *original sample estimate* sebesar 0,253 dengan *t-statistic* sebesar 2,907 ($>1,96$) dan *p-value* sebesar 0,004 ($<0,05$), sehingga *Facilitating Conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat adopsi *Mobile Banking*. Kondisi ini dapat dijelaskan karena mahasiswa Universitas Mulawarman telah didukung oleh ketersediaan perangkat, akses internet, serta layanan pendukung yang memadai dalam menggunakan *Mobile Banking*. Keberadaan fasilitas tersebut memberikan kemudahan, rasa aman, dan keyakinan kepada mahasiswa dalam melakukan transaksi keuangan secara digital, sehingga meningkatkan minat mereka untuk mengadopsi *Mobile Banking*.

Temuan ini sejalan dengan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang dikemukakan oleh Venkatesh *et al.* (2012), yang menyatakan bahwa ketersediaan sumber daya, infrastruktur, dan dukungan teknis menjadi faktor yang dapat mendorong individu dalam menggunakan suatu teknologi. Hasil penelitian ini juga konsisten dengan Alalwan *et al.* (2017), Abu-Taieh *et al.* (2022), dan Alkhwalidi *et al.* (2024) yang menemukan bahwa *Facilitating Conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat adopsi *Mobile Banking*. Dengan demikian, semakin baik fasilitas dan dukungan yang tersedia, maka semakin tinggi pula minat mahasiswa Universitas Mulawarman untuk mengadopsi *Mobile Banking* sebagai sarana transaksi keuangan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengujian, *Performance Expectancy* (PE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Adopsi *Mobile Banking*. Hasil ini sejalan dengan hipotesis yang menyatakan bahwa *Performance Expectancy* berpengaruh positif terhadap Minat Adopsi *Mobile Banking*, sehingga hipotesis pertama diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan mahasiswa dari penggunaan *Mobile Banking*, seperti meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan, maka semakin tinggi minat mereka untuk mengadopsi *Mobile Banking*.
2. Berdasarkan hasil pengujian, *Effort Expectancy* (EE) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Adopsi *Mobile Banking*. Hasil ini berbeda dengan hipotesis yang menyatakan bahwa *Effort Expectancy* berpengaruh positif terhadap Minat Adopsi *Mobile Banking*, sehingga hipotesis kedua ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun *Mobile Banking* dinilai mudah digunakan, kemudahan

- tersebut belum menjadi faktor utama yang mendorong mahasiswa untuk mengadopsinya, karena responden telah terbiasa menggunakan berbagai teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari.
3. Berdasarkan hasil pengujian, *Social Influence* (SI) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Adopsi Mobile Banking. Hasil ini berbeda dengan hipotesis yang menyatakan bahwa *Social Influence* berpengaruh positif terhadap Minat Adopsi Mobile Banking, sehingga hipotesis ketiga ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan mahasiswa untuk menggunakan Mobile Banking lebih banyak didasarkan pada pertimbangan dan pengalaman pribadi dibandingkan pengaruh dari keluarga, teman, maupun lingkungan sosial, yang didukung oleh tingginya tingkat literasi digital mahasiswa.
 4. Berdasarkan hasil pengujian, *Facilitating Conditions* (FC) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Adopsi Mobile Banking. Hasil ini sejalan dengan hipotesis yang menyatakan bahwa *Facilitating Conditions* berpengaruh positif terhadap Minat Adopsi Mobile Banking, sehingga hipotesis keempat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ketersediaan fasilitas dan dukungan, seperti perangkat yang memadai, akses internet yang stabil, serta layanan pendukung dari pihak bank, mampu meningkatkan minat mahasiswa untuk mengadopsi Mobile Banking.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah disampaikan, maka terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat memberi manfaat sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan yaitu :

1. Bagi mahasiswa sebagai pengguna Mobile Banking, diharapkan dapat memanfaatkan layanan Mobile Banking secara optimal untuk mendukung aktivitas transaksi keuangan yang lebih efektif, efisien, dan aman, serta meningkatkan pemanfaatan berbagai fitur yang tersedia.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat adopsi Mobile Banking, mengingat model penelitian ini masih menyisakan 37,1% variasi yang dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas cakupan responden agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik.
3. Bagi pihak perbankan, disarankan untuk terus meningkatkan manfaat dan kualitas layanan Mobile Banking melalui pengembangan fitur yang lebih inovatif, peningkatan kecepatan sistem, serta penyediaan fasilitas pendukung yang memadai. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan minat mahasiswa dalam mengadopsi Mobile Banking.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu-Taieh, Evon M., Issam AlHadid, Sabah Abu-Tayeh, Ra'ed Masa'deh, Rami S. Alkhawaldeh, Sufian Khwaldeh, and Ala'aldin Alrowwad. 2022. "Continued Intention to Use of M-Banking in Jordan by Integrating UTAUT, TPB, TAM and Service Quality with ML." *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 8 (3): 120. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030120>.
- Alalwan, Ali Abdallah, Yogesh K. Dwivedi, and Nripendra P. Rana. 2017. "Factors Influencing Adoption

- of Mobile Banking by Jordanian Bank Customers: Extending UTAUT2 with Trust.” *International Journal of Information Management* 37 (3): 99–110. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002>.
- Alkhwaldi, Abeer F. 2024. “Digital Transformation in Financial Industry: Antecedents of Fintech Adoption, Financial Literacy and Quality of Life.” *International Journal of Law and Management*. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-11-2023-0249>.
- Angelina, Y P, and A Yasin. 2024. “Penerapan Model UTAUT Terhadap Minat Dan Perilaku Masyarakat Kota Surabaya Menggunakan Mobile Banking.” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 7 (1): 18–30. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v7n1.p18-30>.
- Batucan, Gesselle B., Gamaliel G. Gonzales, Merly G. Balbuena, Kyla Rose B. Pasaol, Darlyn N. Seno, and Roselyn R. Gonzales. 2022. “An Extended UTAUT Model to Explain Factors Affecting Online Learning System Amidst COVID-19 Pandemic: The Case of a Developing Economy.” *Frontiers in Artificial Intelligence* 5 (April): 1–13. <https://doi.org/10.3389/frai.2022.768831>.
- Chan, Rebecca, Indrit Troshani, Sally Rao Hill, and Arvid Hoffmann. 2022. “Towards an Understanding of Consumers’ FinTech Adoption: The Case of Open Banking.” *International Journal of Bank Marketing* 40 (4): 886–917. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2021-0397>.
- Farah, Maya F., Muhammad Junaid Shahid Hasni, and Abbas Khan Abbas. 2018. “Mobile-Banking Adoption: Empirical Evidence from the Banking Sector in Pakistan.” *International Journal of Bank Marketing* 36 (7): 1386–1413. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2017-0215>.
- Iskandar, Maja, Hartoyo Hartoyo, and Irman Hermadi. 2020. “Analysis of Factors Affecting Behavioral Intention and Use of Behavioral of Mobile Banking Using Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 Model Approach.” *International Review of Management and Marketing* 10 (2): 41–49. <https://doi.org/10.32479/irmm.9292>.
- Joa, Claire Youngnyo, and Kate Magsamen-Conrad. 2022. “Social Influence and UTAUT in Predicting Digital Immigrants’ Technology Use.” *Behaviour and Information Technology* 41 (8): 1620–38. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2021.1892192>.
- Merhi, Mohamed, Kate Hone, and Ali Tarhini. 2019. “A Cross-Cultural Study of the Intention to Use Mobile Banking between Lebanese and British Consumers: Extending UTAUT2 with Security, Privacy and Trust.” *Technology in Society* 59 (January): 101151. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101151>.
- Oliveira, Tiago, Miguel Faria, Manoj Abraham Thomas, and Aleš Popovič. 2014. “Extending the Understanding of Mobile Banking Adoption: When UTAUT Meets TTF and ITM.” *International Journal of Information Management* 34 (5): 689–703. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2014.06.004>.
- Owusu Kwateng, Kwame, Kenneth Afo Osei Atiemo, and Charity Appiah. 2019. “Acceptance and Use of Mobile Banking: An Application of UTAUT2.” *Journal of Enterprise Information Management* 32 (1): 118–51. <https://doi.org/10.1108/JEIM-03-2018-0055>.
- Rachmawati, Ike Kusdyah, Mohammad Bukhori, Yuniz Majidah, Syarif Hidayatullah, and Abdul Waris. 2020. “Analysis Of Use Of Mobile Banking With Acceptance And Use Of Technology (Utaut).”

- Ijstr* 9 (8): 534–40. www.ijstr.org.
- Rahman, Mahfuzur, Hew Pow Yee, Md. Abdul Kaium Masud, and Md. Uzir Hossain Uzir. 2024. “Examining the Dynamics of Mobile Banking App. Adoption during the COVID-19 Pandemic: A Digital Shift in the Crisis.” *Digital Business* 4 (2): 100088. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2024.100088>.
- Senyo, P. K., and Ellis L.C. Osabutey. 2020. “Unearthing Antecedents to Financial Inclusion through FinTech Innovations.” *Technovation* 98 (March): 102155. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2020.102155>.
- Shavazipour, Author, H Jan, K Multi-scenario, Babooshka Shavazipour, Jan H Kwakkel, and Kaisa Miettinen. 2021. “This Is a Self-Archived Version of an Original Article . This Version May Differ from the Original in Pagination and Typographic Details . Approach Copyright : Rights : Rights Url : Please Cite the Original Version : Multi-Scenario Multi-Objective Robust .” *Environmental Modelling and Software* 144 (2): 105134. <https://doi.org/10.1016/j.envsoft.2021.105134>.
- Sugiharto, Bambang, Indah Umiyati, Noni Nissa Sholihah, Sekolah Tinggi, Ilmu Ekonomi, and Sutaatmadja Subang. 2021. “Application of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut) Model To the Intention To Using Mobile Banking Service.” *Accounting Research Journal of Sutaatmadja (ACCRUALS)* 5 (January): 137–60.
- Tariq, Manal, Sayeda Zeenat Maryam, and Wasim Abbas Shaheen. 2024. “Cognitive Factors and Actual Usage of Fintech Innovation: Exploring the UTAUT Framework for Digital Banking.” *Heliyon* 10 (15): e35582. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e35582>.
- Venkatesh, Viswanath, Jamea y.L Thong, and Xin Xu. 2012. “Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology by Viswanath Venkatesh, James Y.L. Thong, Xin Xu :: SSRN.” *MIS Quarterly* 36 (1): 157–78. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2002388.
- Yu, Chian Son. 2012. “Factors Affecting Individuals to Adopt Mobile Banking: Empirical Evidence from the Utaut Model.” *Journal of Electronic Commerce Research* 13 (2): 105–21.
- Yudaruddin, R. (2014). *Statistik Ekonomi: Aplikasi Dengan Program SPSS Versi 20*. Yogyakarta: Interpena.
- Yudaruddin, R. (2021). *Laboratorium Statistik*. Samarinda: RV Pustaka Horizon.
- Yuliana, Putri Dewi, and Atik Aprianingsih. 2022. “Factors Involved in Adopting Mobile Banking for Sharia Banking Sector Using UTAUT 2.” *Jurnal Keuangan Dan Perbankan* 26 (1): 184–207. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v26i1.6858>.
- Zhou, Tao, Yaobin Lu, and Bin Wang. 2010. “Integrating TTF and UTAUT to Explain Mobile Banking User Adoption.” *Computers in Human Behavior* 26 (4): 760–67. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.01.013>.