

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis UTAUT Dalam Mempengaruhi Penerimaan Pengguna *Mobile Banking* Perbankan Syariah” ini ditulis oleh Aurelia Vindy Ardiana, NIM. 126401202055, yang dibimbing oleh Dr. Binti Nur Asiyah, S.Pd.I., M.Si.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya tingkat penerimaan pengguna *mobile banking* di Indonesia padahal penetrasi internet dan pemanfaatan gawai sudah terbilang tinggi. Hal ini penting karena penerimaan pengguna produk teknologi sama esensialnya dengan inovasi teknologi itu sendiri untuk menjaga eksistensinya. Konsumen produk teknologi mencakup berbagai generasi termasuk Generasi X yang saat ini keseluruhan berada di usia produktif. Penerimaan pengguna produk teknologi tersebut dapat dijelaskan melalui model UTAUT. Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk menguji pengaruh ekspektasi kinerja terhadap penerimaan pengguna *m-banking* (2) Untuk menguji pengaruh ekspektasi usaha terhadap penerimaan pengguna *m-banking* (3) Untuk menguji pengaruh pengaruh sosial terhadap penerimaan *m-banking* (4) Untuk menguji pengaruh kondisi pemfasilitasi terhadap penerimaan pengguna *m-banking* (5) Untuk menguji pengaruh persepsi biaya keuangan terhadap penerimaan pengguna *m-banking* (6) Untuk menguji pengaruh kebiasaan terhadap penerimaan pengguna *m-banking* (7) Untuk menguji pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi pemfasilitasi, persepsi biaya keuangan, dan kebiasaan secara simultan terhadap penerimaan pengguna *m-banking*.

Pendekatan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Jenis data adalah kuantitatif dan sumber data primer diperoleh dari pengisian kuesioner responden. Populasi penelitian adalah Generasi X nasabah Bank Syariah di wilayah eks Keresidenan Kediri yang menggunakan *mobile banking*. Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability* sampling. Data diuji menggunakan uji asumsi klasik dilanjutkan uji regresi linier berganda.

Penelitian ini memberikan hasil bahwa (1) Ekspektasi kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pengguna *m-banking* (2) Ekspektasi usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pengguna *m-banking* (3) Pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pengguna *m-banking* (4) Kondisi pemfasilitasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pengguna *m-banking* (5) Persepsi biaya keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pengguna *m-banking* (6) Kebiasaan tidak berpengaruh terhadap penerimaan pengguna *m-banking* (7) Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi pemfasilitasi, persepsi biaya keuangan dan kebiasaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pengguna *m-banking*. Implikasi praktis penelitian ini adalah rekomendasi kepada Bank Syariah agar meningkatkan *user interface*, pemberian diskon, dan inovasi fitur *m-banking*. Implikasi teoritisnya adalah peneliti mengusulkan penambahan variabel *Hedonic Motivation* dan *Perceived Credibility* bagi penelitian selanjutnya.

**Kata kunci** : Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi Pemfasilitasi, Persepsi Biaya Keuangan, Kebiasaan, Penerimaan Pengguna

## **ABSTRACT**

*The thesis titled “Analysis of UTAUT In Influencing User Acceptance Of Islamic Bnaking Mobile Banking” was written by Aurelia Vindy Ardiana, NIM. 126401202055, under the guidance of Dr. Binti Nur Asiyah, S.Pd.I., M.Si.*

*This research is motivated by the low level of acceptance of mobile banking users in Indonesia, despite the high penetration of the internet and the widespread use of gadgets. This is important because user acceptance of technological products is equally essential as the innovation of the technology itself to maintain its existence. Technology product consumers encompass various generations, including Generation X, who are currently predominantly in their working age. The acceptance of these technology products by users can be explained through the UTAUT model. The purposes of this research are (1) To examine the effect of performance expectancy on user acceptance of m-banking (2) To examine the effect of effort expectancy on user acceptance of m-banking (3) To examine the effect of social influence on m-banking acceptance (4) To examine the effect of facilitating conditions on user acceptance of m-banking (5) To examine the effect of perceived financial cost on user acceptance of m-banking (6) To examine the effect of habit on user acceptance of m-banking (7) To simultaneously examine the effects of performance expectation, effort expectation, social influence, facilitating conditions, financial cost perception, and habit on user acceptance of m-banking.*

*The approach to this research is quantitative with an associative type of research. The data type is quantitative and the primary data source is obtained from filling out the respondent's questionnaire. The research population is Generation X customers of Sharia Bank in the former Kediri Residency area who use mobile banking. The sampling technique used is non-probability sampling. The data was tested using the classic assumption test followed by a multiple linear regression test with the help of IBN SPSS version 21 software.*

*This study yields the following results: (1) Performance expectancy has a positive and significant influence on m-banking user acceptance. (2) Effort expectancy does not have a significant influence on m-banking user acceptance. (3) Social influence has a positive and significant impact on m-banking user acceptance. (4) Facilitating conditions have a positive and significant effect on m-banking user acceptance. (5) Perceived financial cost does not have a significant influence on m-banking user acceptance. (6) Habit does not influence m-banking user acceptance. (7) Performance expectation, effort expectation, social influence, facilitating conditions, perceived financial cost, and habit simultaneously have a positive and significant impact on m-banking user acceptance. The practical implication of this research is to recommend Islamic banks to enhance user interface, provide discounts, and innovate m-banking features. The theoretical implication suggests researchers to consider adding variables such as Hedonic Motivation and Perceived Credibility for future studies.*

**Keywords:** *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Perceived Financial Cost, Habit, User Acceptance*