

Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah: Peran Moderasi Kepercayaan pada Masyarakat Kecamatan Brebes

Rizal Kurniawan Aziz¹, Ari Setiawan²

¹MAN 1 Brebes; ²Universitas Islam Negeri Salatiga

kurniawanrizalaziz@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh kemudahan, keamanan, dan manfaat terhadap keputusan menggunakan mobile banking bank syariah serta peran moderasi kepercayaan pada masyarakat Kecamatan Brebes. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap 100 pengguna mobile banking bank syariah yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan SPSS versi 26 melalui regresi linear berganda dan moderated regression analysis (MRA). Hasil regresi menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan ($B = 0,422$; $\beta = 0,381$; $t = 4,151$; $p < 0,001$), dan keamanan juga berpengaruh positif dan signifikan ($B = 0,251$; $\beta = 0,276$; $t = 2,965$; $p = 0,004$). Manfaat tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan ($B = 0,190$; $\beta = 0,151$; $t = 1,684$; $p = 0,095$). Model menjelaskan 44,1% variasi keputusan penggunaan ($R^2 = 0,441$; adjusted $R^2 = 0,423$). Berdasarkan koefisien interaksi yang tersedia, kepercayaan memoderasi pengaruh kemudahan terhadap keputusan penggunaan ($B = 0,024$; $t = 4,185$; $p < 0,001$), tetapi tidak memoderasi pengaruh keamanan ($p = 0,120$) maupun manfaat ($p = 0,651$). Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan dan keamanan merupakan faktor utama dalam keputusan penggunaan mobile banking bank syariah pada sampel penelitian, sedangkan manfaat yang dirasakan belum menjadi pembeda statistik. Secara praktis, bank syariah perlu memprioritaskan desain aplikasi yang sederhana, pengamanan transaksi yang dapat dipahami nasabah, dan komunikasi yang membangun kepercayaan.

Kata kunci: *Keamanan, Keputusan Penggunaan, Kepercayaan, Kemudahan, Manfaat Mobile Banking Syariah*

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah cara bank menyediakan layanan dan cara nasabah melakukan transaksi. Mobile banking memungkinkan akses layanan melalui perangkat bergerak tanpa keterikatan pada lokasi dan jam operasional. Dalam literatur adopsi teknologi, keputusan menggunakan layanan digital tidak hanya dibentuk oleh ketersediaan fitur, tetapi juga oleh penilaian pengguna mengenai kemudahan, manfaat, keamanan, risiko, dan kepercayaan terhadap penyedia layanan (Alalwan et al., 2017; Baabdullah et al., 2019; Shareef et al., 2018; Tam & Oliveira, 2017). Karena transaksi perbankan melibatkan data dan dana yang sensitif, kualitas pengalaman teknis harus berjalan bersama jaminan institusional yang meyakinkan pengguna.

Dalam konteks perbankan syariah, layanan mobile banking memiliki fungsi strategis karena memperluas akses nasabah terhadap transaksi berbasis prinsip syariah. Penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa kualitas layanan digital, penerimaan teknologi, dan karakteristik pengguna berhubungan dengan penggunaan layanan mobile banking bank syariah (Febriandika et al., 2023; Fianto et al., 2021; Siska, 2022). Studi lintas konteks juga menunjukkan bahwa penerimaan mobile banking pada bank syariah dipengaruhi oleh kombinasi faktor teknologi, kepercayaan, dan nilai yang melekat pada layanan (Raza et al.,

2019; Suhartanto et al., 2020; Thaker et al., 2019). Dengan demikian, pengembangan aplikasi tidak cukup hanya menyediakan fungsi transaksi; layanan juga harus mudah dipahami, aman, dan dipercaya.

Technology Acceptance Model menjelaskan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* merupakan dua keyakinan utama dalam penerimaan teknologi (Davis, 1989). Kemudahan menggambarkan sejauh mana pengguna menilai bahwa sistem dapat dipelajari dan dioperasikan tanpa usaha yang berlebihan. Pada layanan mobile banking, antarmuka yang jelas, alur transaksi yang ringkas, dan instruksi yang mudah dipahami dapat mengurangi hambatan penggunaan. Sejumlah studi menemukan bahwa kemudahan berperan dalam membentuk penerimaan dan penggunaan mobile banking (Abdennebi, 2023; Gupta & Arora, 2017; Prastiawan et al., 2021; Shankar & Rishi, 2020; Singh & Srivastava, 2018). Namun, besarnya pengaruh dapat berbeda ketika pengguna telah terbiasa dengan aplikasi atau ketika karakteristik layanan lain menjadi lebih dominan.

Keamanan menjadi faktor kritis karena mobile banking beroperasi melalui jaringan digital dan memproses informasi finansial. Persepsi mengenai perlindungan data, kerahasiaan identitas, otorisasi transaksi, dan kemampuan bank menangani gangguan dapat membentuk penilaian pengguna. Penelitian terdahulu menempatkan keamanan dan privasi sebagai determinan penting dalam penerimaan mobile banking, baik secara langsung maupun melalui kepercayaan (Chiu et al., 2017; Malaquias & Hwang, 2016; Merhi et al., 2019; Widyanto et al., 2022). Temuan pada sistem pembayaran bergerak juga menunjukkan bahwa kepercayaan dan risiko yang dirasakan berhubungan erat dengan penerimaan teknologi finansial (Alrawad et al., 2023; de Luna et al., 2019; Liébana-Cabanillas et al., 2018).

Manfaat yang dirasakan menunjukkan sejauh mana pengguna menilai bahwa mobile banking meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan kinerja transaksi. Layanan yang mempercepat pembayaran, transfer, pemeriksaan saldo, atau akses informasi seharusnya memperkuat alasan penggunaan. Studi tentang mobile banking dan mobile payment umumnya menemukan peran manfaat dalam niat adopsi dan penggunaan (Humbani & Wiese, 2019; Kwateng et al., 2019; Oliveira et al., 2016). Akan tetapi, pada kelompok yang telah menjadi pengguna, manfaat dasar dapat dianggap sebagai standar minimum sehingga tidak lagi membedakan keputusan penggunaan. Perbedaan tahap adopsi tersebut penting karena faktor yang dominan pada tahap awal belum tentu sama dengan faktor yang mempertahankan penggunaan (Shareef et al., 2018; Siyal et al., 2019; Tam & Oliveira, 2019).

Kepercayaan diperlukan ketika pengguna harus menerima kerentanan dalam transaksi digital. Kepercayaan terhadap kompetensi, integritas, dan keandalan bank dapat mengurangi ketidakpastian dan memperkuat penerimaan terhadap karakteristik layanan. Studi terdahulu menunjukkan bahwa kepercayaan dapat berperan langsung, sebagai penghubung, maupun sebagai kondisi yang mengubah kekuatan hubungan antara atribut teknologi dan perilaku pengguna (Chiu et al., 2017; Malaquias & Hwang, 2016; Mehrad & Mohammadi, 2017). Namun, bukti mengenai peran moderasinya belum konsisten, terutama dalam konteks pengguna mobile banking bank syariah di wilayah nonmetropolitan.

Penelitian ini berangkat dari ketidakkonsistenan temuan terdahulu mengenai pengaruh kemudahan, keamanan, dan manfaat terhadap keputusan penggunaan serta terbatasnya

pengujian kepercayaan sebagai variabel moderasi. Kecamatan Brebes dipilih sebagai konteks penelitian karena masyarakatnya telah menggunakan mobile banking bank syariah, sementara bukti empiris yang secara khusus menguji model tersebut pada wilayah ini masih terbatas. Kebaruan penelitian terletak pada pengujian serentak tiga atribut teknologi dan peran moderasi kepercayaan pada pengguna mobile banking bank syariah. Penelitian bertujuan menganalisis: (1) pengaruh kemudahan, keamanan, dan manfaat terhadap keputusan menggunakan mobile banking bank syariah; dan (2) kemampuan kepercayaan dalam memoderasi masing-masing hubungan tersebut.

Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis

Keputusan Menggunakan Mobile Banking

Keputusan menggunakan mobile banking merujuk pada pilihan pengguna untuk memanfaatkan aplikasi perbankan bergerak sebagai sarana transaksi. Keputusan tersebut lahir melalui evaluasi terhadap kebutuhan, informasi yang tersedia, alternatif layanan, pengalaman penggunaan, dan konsekuensi setelah penggunaan. Pada teknologi finansial, keputusan aktual dapat dipengaruhi oleh keyakinan teknologi sekaligus evaluasi risiko dan institusi penyedia layanan. Model adopsi yang menggabungkan faktor teknologi, sosial, dan kepercayaan dinilai lebih mampu menjelaskan penggunaan mobile banking daripada satu faktor secara terpisah (Alalwan et al., 2017; Kwateng et al., 2019; Raza et al., 2019).

Kemudahan dan Keputusan Penggunaan

Kemudahan merupakan keyakinan bahwa mobile banking dapat dipelajari dan digunakan dengan usaha yang relatif rendah. Sistem yang mudah dipahami menurunkan biaya kognitif dan operasional, sehingga pengguna lebih cepat mencapai tujuan transaksi. Bukti empiris menunjukkan bahwa kemudahan berkaitan dengan sikap, niat, dan penggunaan layanan mobile banking, meskipun kekuatannya dapat bergantung pada pengalaman dan kondisi pengguna (Abdennebi, 2023; Prastiawan et al., 2021; Shankar & Rishi, 2020). Berdasarkan argumentasi tersebut, hipotesis pertama dirumuskan sebagai berikut.

H1: Kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan mobile banking bank syariah.

Keamanan dan Keputusan Penggunaan

Keamanan menunjukkan keyakinan pengguna bahwa bank mampu melindungi akun, data pribadi, autentikasi, dan transaksi dari penyalahgunaan. Jaminan keamanan dapat menurunkan persepsi risiko dan meningkatkan kesediaan menggunakan kanal digital. Penelitian lintas negara menemukan bahwa keamanan dan privasi merupakan pertimbangan penting dalam penerimaan mobile banking (Merhi et al., 2019; Widyanto et al., 2022). Pada konteks yang melibatkan informasi sensitif, keamanan juga berkaitan dengan pembentukan kepercayaan awal (Chiu et al., 2017). Dengan demikian, hipotesis kedua adalah sebagai berikut.

H2: Keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan mobile banking bank syariah.

Manfaat dan Keputusan Penggunaan

Manfaat yang dirasakan merupakan keyakinan bahwa penggunaan mobile banking dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi aktivitas keuangan. Penghematan waktu, akses sepanjang waktu, dan kemudahan penyelesaian transaksi menjadi manfaat fungsional yang dapat mendorong keputusan penggunaan. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa manfaat berhubungan dengan penerimaan teknologi pembayaran dan mobile banking (Humbani & Wiese, 2019; Oliveira et al., 2016; Singh & Srivastava, 2018). Oleh karena itu, hipotesis ketiga dirumuskan sebagai berikut.

H3: Manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan mobile banking bank syariah.

Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi

Kepercayaan mencerminkan kesediaan pengguna untuk bergantung pada bank dan sistemnya berdasarkan keyakinan atas kompetensi, integritas, serta keandalan layanan. Dalam transaksi digital, kepercayaan dapat mengubah cara pengguna menafsirkan atribut aplikasi. Kemudahan dapat lebih meyakinkan ketika pengguna percaya bahwa aplikasi dan bank bekerja secara konsisten; keamanan dapat lebih bermakna ketika klaim perlindungan dipercaya; dan manfaat dapat lebih mudah dikonversi menjadi keputusan penggunaan ketika layanan dipandang dapat diandalkan. Literatur menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan unsur sentral dalam penerimaan mobile banking dan keberlanjutan penggunaan (Malaquias & Hwang, 2016; Mehrad & Mohammadi, 2017; Zhou et al., 2021). Atas dasar itu, tiga hipotesis moderasi dirumuskan.

H4: Kepercayaan memperkuat pengaruh kemudahan terhadap keputusan menggunakan mobile banking bank syariah.

H5: Kepercayaan memperkuat pengaruh keamanan terhadap keputusan menggunakan mobile banking bank syariah.

H6: Kepercayaan memperkuat pengaruh manfaat terhadap keputusan menggunakan mobile banking bank syariah.

Tabel 1. Ringkasan Hipotesis Penelitian

Hipotesis	Hubungan yang Diuji	Arah
H1	Kemudahan → Keputusan penggunaan	Positif
H2	Keamanan → Keputusan penggunaan	Positif
H3	Manfaat → Keputusan penggunaan	Positif
H4	Kemudahan × Kepercayaan → Keputusan penggunaan	Memperkuat
H5	Keamanan × Kepercayaan → Keputusan penggunaan	Memperkuat
H6	Manfaat × Kepercayaan → Keputusan penggunaan	Memperkuat

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah masyarakat Kecamatan Brebes. Sampel penelitian terdiri atas 100 responden yang menggunakan mobile banking bank syariah. Responden dipilih menggunakan non-

probability sampling dengan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan berdasarkan kesesuaian responden dengan karakteristik yang ditetapkan dalam penelitian.

Data primer dikumpulkan menggunakan kuesioner. Variabel independen meliputi kemudahan (X1), keamanan (X2), dan manfaat (X3); variabel dependen adalah keputusan menggunakan mobile banking bank syariah (Y); sedangkan kepercayaan (Z) ditempatkan sebagai variabel moderasi. Berdasarkan naskah sumber, indikator kemudahan mencakup kemudahan dipahami, dipelajari, dan dioperasikan. Keamanan berkaitan dengan kemampuan bank melindungi informasi dan transaksi. Manfaat menggambarkan peningkatan efektivitas, efisiensi, dan kinerja transaksi. Kepercayaan mencakup keandalan, kejujuran, kepedulian, dan kredibilitas. Keputusan penggunaan merepresentasikan evaluasi dan pilihan untuk menggunakan layanan mobile banking.

Analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 26. Kualitas instrumen dinilai dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel sebesar 0,196 dan mengevaluasi Cronbach's alpha. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas Kolmogorov-Smirnov, multikolinearitas melalui tolerance dan variance inflation factor (VIF), serta heteroskedastisitas dengan uji Glejser. Pengaruh langsung diuji menggunakan regresi linear berganda, sedangkan peran moderasi kepercayaan diuji menggunakan moderated regression analysis berdasarkan koefisien interaksi yang tersedia dalam output penelitian.

Model regresi utama dinyatakan sebagai $Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \epsilon$. Pengujian hipotesis menggunakan taraf signifikansi 5%. Koefisien dengan $p < 0,05$ dinyatakan signifikan. Untuk model moderasi, signifikansi koefisien interaksi digunakan untuk menilai apakah kepercayaan mengubah kekuatan hubungan antara masing-masing variabel independen dan keputusan penggunaan.

HASIL PENELITIAN

Kualitas Instrumen dan Uji Asumsi

Seluruh butir instrumen memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel 0,196 sehingga dinyatakan valid berdasarkan kriteria yang digunakan dalam penelitian. Nilai Cronbach's alpha setiap variabel lebih besar daripada 0,60 sehingga instrumen dinyatakan reliabel. Karena nilai rinci setiap butir dan setiap konstruk tidak tersedia dalam naskah sumber, pelaporan dibatasi pada informasi tersebut tanpa menambahkan nilai baru.

Tabel 2. Ringkasan Uji Asumsi Klasik

Pengujian	Hasil	Interpretasi
Normalitas residual	K-S = 0,056; $p = 0,200$	Residual berdistribusi normal
Multikolinearitas: kemudahan	Tolerance = 0,691; VIF = 1,447	Tidak terjadi multikolinearitas
Multikolinearitas: keamanan	Tolerance = 0,602; VIF = 1,661	Tidak terjadi multikolinearitas
Multikolinearitas: manfaat	Tolerance = 0,595; VIF = 1,682	Tidak terjadi multikolinearitas

Pengujian	Hasil	Interpretasi
Multikolinearitas: kepercayaan	Tolerance = 0,596; VIF = 1,678	Tidak terjadi multikolinearitas
Heteroskedastisitas: kemudahan	p = 0,331	Tidak terindikasi heteroskedastisitas
Heteroskedastisitas: keamanan	p = 0,453	Tidak terindikasi heteroskedastisitas
Heteroskedastisitas: manfaat	p = 0,786	Tidak terindikasi heteroskedastisitas
Heteroskedastisitas: kepercayaan	p = 0,492	Tidak terindikasi heteroskedastisitas

Nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,200 menunjukkan bahwa residual memenuhi asumsi normalitas. Seluruh nilai tolerance berada di atas 0,10 dan seluruh VIF berada jauh di bawah 10; karena itu, model tidak menunjukkan masalah multikolinearitas. Hasil uji Glejser juga menunjukkan seluruh nilai p di atas 0,05 sehingga tidak ditemukan indikasi heteroskedastisitas.

Hasil Regresi Linear Berganda

Model regresi memiliki $R = 0,664$, $R^2 = 0,441$, adjusted $R^2 = 0,423$, dan standard error of the estimate sebesar 1,82924. Dengan demikian, kemudahan, keamanan, dan manfaat secara bersama-sama menjelaskan 44,1% variasi keputusan menggunakan mobile banking bank syariah, sedangkan 55,9% variasi lainnya berkaitan dengan faktor di luar model. Uji simultan menghasilkan $F = 25,200$ dengan $p < 0,001$, yang menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan.

Tabel 3. Hasil Regresi Linear Berganda

Prediktor	B	SE	β	t	p	Keputusan
Konstanta	5,425	1,902	—	2,852	0,005	—
Kemudahan	0,422	0,102	0,381	4,151	< 0,001	H1 diterima
Keamanan	0,251	0,085	0,276	2,965	0,004	H2 diterima
Manfaat	0,190	0,113	0,151	1,684	0,095	H3 ditolak

Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 5,425 + 0,422X_1 + 0,251X_2 + 0,190X_3 + \epsilon$. Kemudahan memiliki koefisien positif dan signifikan ($B = 0,422$; $p < 0,001$), sehingga H1 diterima. Keamanan juga memiliki koefisien positif dan signifikan ($B = 0,251$; $p = 0,004$), sehingga H2 diterima. Manfaat memiliki koefisien positif tetapi tidak signifikan pada taraf 5% ($B = 0,190$; $p = 0,095$), sehingga H3 ditolak. Berdasarkan koefisien beta terstandar, kemudahan merupakan prediktor terkuat di antara ketiga variabel yang diuji ($\beta = 0,381$).

Hasil Uji Moderasi

Tabel 4. Koefisien Interaksi dalam Uji Moderasi

Interaksi	B	SE	β	t	p	Keputusan
Kemudahan $\times$ Kepercayaan	0,024	0,006	0,561	4,185	< 0,001	H4 diterima

Interaksi	B	SE	β	t	p	Keputusan
Keamanan $\times$ Kepercayaan	0,007	0,005	0,222	1,567	0,120	H5 ditolak
Manfaat $\times$ Kepercayaan	-0,003	0,006	-0,064	-0,453	0,651	H6 ditolak

Interaksi kemudahan dan kepercayaan memiliki koefisien positif dan signifikan ($B = 0,024$; $p < 0,001$), sehingga H4 diterima. Artinya, berdasarkan output yang tersedia, pengaruh kemudahan terhadap keputusan penggunaan menjadi lebih kuat pada tingkat kepercayaan yang lebih tinggi. Interaksi keamanan dan kepercayaan tidak signifikan ($p = 0,120$), sehingga H5 ditolak. Interaksi manfaat dan kepercayaan juga tidak signifikan ($p = 0,651$), sehingga H6 ditolak. Hasil tidak signifikan tidak berarti hubungan tersebut pasti tidak ada, tetapi bukti statistik pada sampel ini belum cukup untuk mendukung peran moderasi kepercayaan pada kedua jalur tersebut.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan mobile banking bank syariah. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin mudah aplikasi dipahami, dipelajari, dan dioperasikan, semakin kuat keputusan responden untuk menggunakannya. Koefisien beta terstandar yang paling besar di antara prediktor utama juga menempatkan kemudahan sebagai faktor yang paling dominan dalam model penelitian.

Temuan tersebut konsisten dengan Technology Acceptance Model yang menempatkan kemudahan sebagai keyakinan dasar dalam penerimaan teknologi (Davis, 1989). Pengguna cenderung memilih sistem yang menurunkan usaha kognitif, mengurangi langkah transaksi, dan meminimalkan kemungkinan kesalahan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Abdennebi (2023), Gupta dan Arora (2017), Prastiawan et al. (2021), serta Shankar dan Rishi (2020), yang menunjukkan pentingnya kemudahan dalam adopsi mobile banking. Bagi masyarakat Kecamatan Brebes, kemudahan antarmuka kemungkinan relevan karena layanan perbankan harus dapat digunakan oleh pengguna dengan tingkat pengalaman digital yang beragam.

Implikasinya, bank syariah perlu mengutamakan navigasi yang konsisten, bahasa instruksi yang sederhana, jumlah langkah transaksi yang efisien, dan pesan kesalahan yang mudah dipahami. Pengembangan fitur baru sebaiknya tidak menambah kompleksitas yang justru menurunkan pengalaman pengguna. Edukasi singkat dalam aplikasi dan bantuan yang mudah diakses juga dapat memperkuat persepsi kemudahan.

Pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan

Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan mobile banking bank syariah. Hasil ini menunjukkan bahwa penilaian pengguna terhadap perlindungan data, akun, dan transaksi memiliki peran nyata dalam keputusan penggunaan. Mobile banking membawa manfaat akses, tetapi sekaligus menempatkan pengguna pada risiko yang tidak selalu dapat diamati secara langsung. Karena itu, jaminan keamanan menjadi sinyal bahwa bank mampu mengelola kerentanan tersebut.

Temuan ini mendukung penelitian Merhi et al. (2019) dan Widyanto et al. (2022), yang menempatkan keamanan dan privasi sebagai unsur penting dalam penerimaan layanan

finansial digital. Chiu et al. (2017) juga menunjukkan bahwa keamanan berhubungan dengan pembentukan kepercayaan awal, sedangkan Malaquias dan Hwang (2016) menegaskan peran kepercayaan dalam mobile banking di negara berkembang. Pada sistem pembayaran bergerak, Alrawad et al. (2023) dan Liébana-Cabanillas et al. (2018) memperlihatkan bahwa evaluasi risiko dan perlindungan sistem memengaruhi penerimaan pengguna.

Bank syariah perlu menerjemahkan keamanan teknis menjadi keamanan yang dapat dirasakan. Autentikasi berlapis, notifikasi waktu nyata, pengendalian perangkat, pemulihan akun, serta informasi pencegahan penipuan perlu disampaikan dengan jelas. Keamanan yang kuat tetapi tidak dipahami pengguna dapat gagal menghasilkan rasa aman. Oleh sebab itu, kebijakan teknis dan komunikasi risiko perlu dirancang secara terpadu.

Pengaruh Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan

Manfaat memiliki koefisien positif, tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pada taraf 5%. Temuan ini berbeda dari sebagian literatur yang menempatkan manfaat sebagai determinan utama penerimaan teknologi, seperti Oliveira et al. (2016), Singh dan Srivastava (2018), serta Humbani dan Wiese (2019). Perbedaan tersebut dapat dipahami dari karakteristik sampel penelitian yang seluruhnya merupakan pengguna mobile banking bank syariah. Pada kelompok yang sudah menggunakan layanan, manfaat dasar—misalnya transaksi lebih cepat dan dapat dilakukan dari mana saja—mungkin telah dianggap sebagai atribut wajib, bukan pembeda antarpenggunaan.

Penjelasan lain adalah bahwa keputusan penggunaan dalam konteks layanan finansial tidak hanya bergantung pada kegunaan, tetapi juga pada kemudahan, keamanan, kebiasaan, kualitas layanan, dan kepercayaan. Shareef et al. (2018) menunjukkan bahwa faktor dominan dapat berubah menurut tahap adopsi, sedangkan Siyal et al. (2019) menegaskan adanya perbedaan antara faktor adopsi dan keberlanjutan penggunaan. Tam dan Oliveira (2019) juga menunjukkan bahwa konteks pengguna memengaruhi hubungan antara mobile banking dan kinerja individual. Karena itu, ketidaksignifikanan manfaat tidak dapat ditafsirkan bahwa mobile banking tidak bermanfaat; hasilnya hanya menunjukkan bahwa variasi persepsi manfaat pada sampel ini belum menjelaskan variasi keputusan penggunaan secara statistik setelah kemudahan dan keamanan diperhitungkan.

Bank syariah tetap perlu meningkatkan manfaat layanan, tetapi pengembangannya harus melampaui fungsi dasar. Integrasi pembayaran, transparansi riwayat transaksi, personalisasi informasi, dan fitur yang relevan dengan kebutuhan nasabah dapat membuat manfaat lebih nyata. Evaluasi kebutuhan pengguna lokal penting agar inovasi tidak hanya menambah fitur, tetapi benar-benar menyelesaikan masalah transaksi.

Peran Moderasi Kepercayaan

Kepercayaan memoderasi pengaruh kemudahan terhadap keputusan penggunaan. Koefisien interaksi yang positif menunjukkan bahwa kemudahan menjadi lebih bermakna ketika pengguna percaya terhadap bank dan sistem mobile banking. Aplikasi yang sederhana belum tentu mendorong keputusan penggunaan apabila pengguna meragukan kompetensi atau integritas penyedia layanan. Sebaliknya, ketika kepercayaan tinggi, pengalaman yang mudah memperkuat keyakinan bahwa layanan dapat digunakan secara konsisten. Temuan ini

selaras dengan literatur yang menempatkan kepercayaan sebagai mekanisme penting dalam penerimaan layanan digital (Malaquias & Hwang, 2016; Mehrad & Mohammadi, 2017).

Kepercayaan tidak memoderasi pengaruh keamanan maupun manfaat. Pada jalur keamanan, hasil tersebut dapat menunjukkan bahwa keamanan dinilai sebagai persyaratan yang berdiri sendiri. Pengguna mungkin tetap menuntut perlindungan transaksi terlepas dari tingkat kepercayaan umum terhadap bank. Pada jalur manfaat, kegunaan fungsional dapat dinilai langsung dari pengalaman sehingga kepercayaan tidak mengubah kekuatan hubungannya dengan keputusan. Temuan ini perlu dibaca dengan hati-hati karena output MRA lengkap, termasuk efek utama moderator dan perubahan R^2 , tidak tersedia dalam naskah sumber. Konfirmasi dengan model hierarkis lengkap dan visualisasi simple slope diperlukan sebelum menarik kesimpulan moderasi yang final.

Secara lebih luas, hasil penelitian menguatkan pandangan bahwa adopsi mobile banking merupakan proses multidimensional. Pada layanan bank syariah, faktor teknologi perlu dipadukan dengan kualitas layanan dan keyakinan pengguna. Studi di Indonesia dan Malaysia menunjukkan bahwa penerimaan mobile banking syariah dibentuk oleh kombinasi kegunaan, kemudahan, kualitas, kepercayaan, dan faktor kontekstual (Febriandika et al., 2023; Fianto et al., 2021; Suhartanto et al., 2020; Thaker et al., 2019). Kualitas layanan yang konsisten setelah adopsi juga penting untuk menjaga loyalitas dan keberlanjutan penggunaan (Zhou et al., 2021).

Implikasi Penelitian

Penelitian ini memperlihatkan bahwa kemudahan dan keamanan memiliki hubungan yang lebih kuat dengan keputusan penggunaan daripada manfaat pada sampel pengguna mobile banking bank syariah di Kecamatan Brebes. Hasil tersebut mendukung perluasan model penerimaan teknologi dengan memasukkan dimensi keamanan dan kepercayaan. Temuan manfaat yang tidak signifikan juga mengingatkan bahwa *perceived usefulness* tidak selalu menjadi pembeda ketika responden telah menggunakan layanan. Dengan demikian, tahap penggunaan perlu dipertimbangkan dalam pengembangan model, sebagaimana disarankan oleh literatur adopsi bertahap dan *continuance intention* (Shareef et al., 2018; Siyal et al., 2019).

Bagi bank syariah, prioritas pertama adalah menyederhanakan pengalaman pengguna tanpa mengurangi kontrol keamanan. Antarmuka, terminologi, dan alur transaksi perlu diuji pada kelompok pengguna dengan tingkat literasi digital yang berbeda. Prioritas kedua adalah meningkatkan visibilitas perlindungan keamanan melalui notifikasi, autentikasi, pusat bantuan, dan edukasi antipenipuan. Prioritas ketiga adalah membangun kepercayaan melalui konsistensi kinerja aplikasi, transparansi penanganan gangguan, dan respons cepat ketika nasabah mengalami masalah. Strategi tersebut lebih tepat daripada hanya menambah fitur yang manfaatnya belum tentu dipahami atau dibutuhkan pengguna.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini terbatas pada 100 responden di satu wilayah dengan teknik *purposive sampling*, sehingga generalisasi hasil perlu dilakukan secara hati-hati. Seluruh responden merupakan pengguna *mobile banking* bank syariah, sehingga keputusan yang diukur lebih mencerminkan penggunaan yang telah berlangsung daripada adopsi awal. Desain survei satu

waktu juga belum dapat membuktikan hubungan kausal. Selain itu, naskah masih perlu dilengkapi dengan rincian validitas, reliabilitas, karakteristik responden, skala pengukuran, waktu pengumpulan data, serta output MRA lengkap, termasuk perubahan (R^2), *simple slope*, dan pemusatan variabel.

KESIMPULAN

Penelitian menyimpulkan bahwa kemudahan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan mobile banking bank syariah pada masyarakat Kecamatan Brebes. Kemudahan merupakan prediktor utama berdasarkan koefisien beta terstandar. Manfaat memiliki arah koefisien positif, tetapi tidak signifikan pada taraf 5%. Model menjelaskan 44,1% variasi keputusan penggunaan. Berdasarkan koefisien interaksi yang tersedia, kepercayaan memperkuat pengaruh kemudahan terhadap keputusan penggunaan, tetapi tidak memoderasi pengaruh keamanan maupun manfaat. Temuan menegaskan bahwa penyederhanaan aplikasi, perlindungan transaksi, dan pembangunan kepercayaan perlu menjadi fokus pengembangan layanan mobile banking bank syariah. Kesimpulan moderasi tetap perlu diverifikasi menggunakan output MRA lengkap sebelum pengiriman final ke jurnal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdennebi, H. B. (2023). M-banking adoption from the developing countries perspective: A mediated model. *Digital Business*, 3(2), 100065. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2023.100065>
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (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>
- Alrawad, M., Lutfi, A., Almaiah, M. A., & Elshaer, I. A. (2023). Examining the influence of trust and perceived risk on customers' intention to use NFC mobile payment system. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(2), 100070. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100070>
- Baabdullah, A. M., Alalwan, A. A., Rana, N. P., Kizgin, H., & Patil, P. (2019). Consumer use of mobile banking (M-banking) in Saudi Arabia: Towards an integrated model. *International Journal of Information Management*, 44, 38–52. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.09.002>
- Baptista, G., & Oliveira, T. (2017). Why so serious? Gamification impact in the acceptance of mobile banking services. *Internet Research*, 27(1), 118–139. <https://doi.org/10.1108/IntR-10-2015-0295>
- Chiu, J. L., Bool, N. C., & Chiu, C. L. (2017). Challenges and factors influencing initial trust and behavioral intention to use mobile banking services in the Philippines. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(2), 246–278. <https://doi.org/10.1108/APJIE-08-2017-029>

- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- de Luna, I. R., Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2019). Mobile payment is not all the same: The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied. *Technological Forecasting and Social Change*, 146, 931–944. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.09.018>
- Febriandika, N. R., Harun, Hakimi, F., & Masrizal. (2023). Determinants of consumer adoption of Islamic mobile banking services in Indonesia. *Banks and Bank Systems*, 18(4), 30–43. [https://doi.org/10.21511/bbs.18\(4\).2023.04](https://doi.org/10.21511/bbs.18(4).2023.04)
- Fianto, B. A., Rahmawati, C. K., & Supriani, I. (2021). Mobile banking services quality and its impact on customer satisfaction of Indonesian Islamic banks. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 7(1), 59–76. <https://doi.org/10.20885/JEKI.vol7.iss1.art5>
- Gupta, A., & Arora, N. (2017). Consumer adoption of m-banking: A behavioral reasoning theory perspective. *International Journal of Bank Marketing*, 35(4), 733–747. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2015-0162>
- Humbani, M., & Wiese, M. (2019). An integrated framework for the adoption and continuance intention to use mobile payment apps. *International Journal of Bank Marketing*, 37(2), 646–664. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2018-0072>
- Kwateng, K. O., Atiemo, K. A. O., & Appiah, C. (2019). Acceptance and use of mobile banking: An application of UTAUT2. *Journal of Enterprise Information Management*, 32(1), 118–151. <https://doi.org/10.1108/JEIM-03-2018-0055>
- Liébana-Cabanillas, F., Marinković, V., Ramos de Luna, I., & Kalinić, Z. (2018). Predicting the determinants of mobile payment acceptance: A hybrid SEM-neural network approach. *Technological Forecasting and Social Change*, 129, 117–130. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.12.015>
- Malaquias, R. F., & Hwang, Y. (2016). An empirical study on trust in mobile banking: A developing country perspective. *Computers in Human Behavior*, 54, 453–461. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.08.039>
- Mehrad, D., & Mohammadi, S. (2017). Word of mouth impact on the adoption of mobile banking in Iran. *Telematics and Informatics*, 34(7), 1351–1363. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.08.009>
- Merhi, M., Hone, K., & Tarhini, A. (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, 101151. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101151>
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61, 404–414. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Prastiawan, D. I., Aisjah, S., & Rofiaty. (2021). The effect of perceived usefulness, perceived ease of use, and social influence on the use of mobile banking through the mediation of

- attitude toward use. *Asia Pacific Management and Business Application*, 9(3), 243–260. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2021.009.03.4>
- Raza, S. A., Shah, N., & Ali, M. (2019). Acceptance of mobile banking in Islamic banks: Evidence from modified UTAUT model. *Journal of Islamic Marketing*, 10(1), 357–376. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0038>
- Shankar, A., & Rishi, B. (2020). Convenience matter in mobile banking adoption intention? *Australasian Marketing Journal*, 28(4), 273–285. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2020.06.008>
- Shareef, M. A., Baabdullah, A., Dutta, S., Kumar, V., & Dwivedi, Y. K. (2018). Consumer adoption of mobile banking services: An empirical examination of factors according to adoption stages. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 43, 54–67. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.03.003>
- Singh, S., & Srivastava, R. K. (2018). Predicting the intention to use mobile banking in India. *International Journal of Bank Marketing*, 36(2), 357–378. <https://doi.org/10.1108/IJBM-12-2016-0186>
- Siska, E. (2022). Exploring the essential factors on digital Islamic banking adoption in Indonesia: A literature review. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 124–130. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4090>
- Siyal, A. W., Ding, D., & Siyal, S. (2019). M-banking barriers in Pakistan: A customer perspective of adoption and continuity intention. *Data Technologies and Applications*, 53(1), 58–84. <https://doi.org/10.1108/DTA-04-2018-0022>
- Suhartanto, D., Dean, D., Ismail, T. A. T., & Sundari, R. (2020). Mobile banking adoption in Islamic banks: Integrating TAM model and religiosity-intention model. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1405–1418. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2019-0096>
- Tam, C., & Oliveira, T. (2017). Literature review of mobile banking and individual performance. *International Journal of Bank Marketing*, 35(7), 1042–1065. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2015-0143>
- Tam, C., & Oliveira, T. (2019). Does culture influence m-banking use and individual performance? *Information & Management*, 56(3), 356–363. <https://doi.org/10.1016/j.im.2018.07.009>
- Thaker, M. A. M. T., Pitchay, A. A., Thaker, H. M. T., & Amin, M. F. B. (2019). Factors influencing consumers' adoption of Islamic mobile banking services in Malaysia: An approach of partial least squares (PLS). *Journal of Islamic Marketing*, 10(4), 1037–1056. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2018-0065>
- Widyanto, H. A., Kusumawardani, K., & Yohanes, H. (2022). Safety first: Extending UTAUT to better predict mobile payment adoption by incorporating perceived security, perceived risk and trust. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 13(4), 952–973. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-03-2020-0058>
- Zhou, Q., Lim, F. J., Yu, H., Xu, G., Ren, X., Liu, D., Wang, X., Mai, X., & Xu, H. (2021). A study on factors affecting service quality and loyalty intention in mobile banking.

Journal of Retailing and Consumer Services, 60, 102424.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102424>