

# Analysis of Service Usage Sharia Mobile Banking in The Province of Bengkulu

## Analisis Penggunaan Layanan Mobile Banking Syariah di Provinsi Bengkulu

Adam Mulia<sup>1)</sup>, Effed Darti Hadi<sup>2\*)</sup>

<sup>1,2)</sup>Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bengkulu

\*Corresponding Author: [adammulia07@gmail.com](mailto:adammulia07@gmail.com)

**Abstract:** This research aims to determine the factors that influence the intention to use Islamic mobile banking using the UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology). This research method uses a quantitative survey approach. The population in this study were all people in Bengkulu Province who used Islamic mobile banking. The sample used in this study was 235 respondents with the data collection method using a questionnaire. Data analysis techniques using structural equation modelling-partial Least Square (SEMPLS) analysis. The results showed that the variables of performance expectancy, effort expectancy and social influence had an effect on customer behavioural intentions in using Islamic mobile banking. In addition, the Trust variable that moderates behaviour intention on actual use also shows a significant effect on behaviour intention. This implies the need for attention from Islamic banking in Bengkulu to continue to develop applications both from benefits and other aspects, so that Islamic banking customers in Bengkulu will continue to increase.

**Keywords:** Behavior intention, UTAUT, Mobile Banking Syariah

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan mobile banking syariah dengan menggunakan pendekatan UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology). Metode penelitian ini menggunakan pendekatan survei kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Provinsi Bengkulu yang menggunakan mobile banking syariah. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 235 responden dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis Structural Equation Modelling-Partial Least Square (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *social influence* berpengaruh terhadap niat perilaku pelanggan dalam menggunakan mobile banking syariah. Selain itu, variabel kepercayaan yang memoderasi hubungan antara niat perilaku dan penggunaan aktual juga menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku. Implikasi dari temuan ini menunjukkan pentingnya perhatian dari perbankan syariah di Bengkulu untuk terus mengembangkan aplikasi, baik dari segi manfaat maupun aspek lainnya, agar jumlah nasabah perbankan syariah di Bengkulu terus meningkat.

**Kata kunci:** Niat perilaku, UTAUT, Mobile Banking Syariah

### PENDAHULUAN

Perkembangan Industri keuangan syariah di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang positif. Berdasarkan data State of the Global Islamic Economy, jumlah nasabah bank syariah mencapai 12 juta dengan market size sebesar USD 20 miliar. Selain industri perbankan, Industri Keuangan Non Bank (IKNB) Syariah juga berkembang pesat di Indonesia seperti reksadana syariah, saham syariah dan asuransi syariah. Nilai industri Takaful di Indonesia mencapai Rp 32,5 triliun. Meskipun kondisi perkembangan keuangan syariah positif tersebut, namun tingkat literasi masyarakat terhadap keuangan syariah masih dirasakan rendah jika

dibandingkan dengan keuangan konvensional. Hal ini dikemukakan oleh OJK (2022) bahwa tingkat literasi keuangan syariah di Indonesia hanya sebesar 9,14%. Hal ini menandakan bahwasanya masih rendahnya pengetahuan masyarakat terkait keuangan syariah dan hal tersebut mempengaruhi tingkat inklusi keuangan syariah yang hanya mencapai 12,12%. Untuk mendukung peningkatan literasi serta inklusi keuangan syariah, maka diperlukan produk-produk perbankan syariah yang dapat bersaing dengan perbankan konvensional. Sehingga dapat menjadi daya tarik bagi masyarakat Indonesia untuk menggunakan layanan perbankan syariah.

Salah satu upaya dalam peningkatan pengetahuan masyarakat terhadap perbankan syariah, yakni dengan memperluas layanan *mobile banking* syariah. Islamic Mobile Banking berasal dari produk mobile banking yakni merupakan model perbankan baru yang menggabungkan teknologi seluler inovatif dan layanan keuangan pintar untuk menyediakan akses yang nyaman dan fleksibel ke sistem perbankan melalui perangkat pintar portabel seperti ponsel pintar ataupun perangkat seluler yang bisa terhubung ke internet. Islamic mobile banking merupakan layanan mobile banking dari perbankan syaria'ah yang menerapkan hukum Islam berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah (Goh et al., 2014). Oleh karenanya dengan adanya Islamic mobile banking ini dapat memunculkan sikap positif nasabah terhadap bank syariah, sehingga dapat meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan Islamic mobile banking.

Proses adopsi seseorang ke teknologi dapat dianalisis melalui teknologi pendekatan penerimaan UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) adalah. UTAUT adalah metode yang dirancang untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi oleh individu atau kelompok. Selanjutnya metode ini dikembangkan kembali menjadi UTAUT 2 yakni metode yang dikembangkan sebagai perluasan dari model asli UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*). Model ini diciptakan oleh Venkatesh, Thong, dan Xu pada tahun 2012 sebagai respons terhadap kebutuhan untuk memperkaya dan memperdalam pemahaman tentang penerimaan dan penggunaan teknologi. Penelitian ini menggunakan tiga variabel UTAUT yaitu performance expectancy, effort expectancy, social influence dan memperluas model dengan menambahkan konstruk trust pada model UTAUT yang memoderasi antara niat pengguna (*behavior intention*) terhadap tindakan nyata dalam mengadopsi aplikasi tersebut.

Berdasarkan data yang dikutip dari OJK jumlah transaksi nasabah bank syariah di Bengkulu pada bulan Juli tahun 2024 mencapai 60,07 milyar rupiah. Dibandingkan dengan provinsi-provinsi di Sumatera, Provinsi Bengkulu dapat dikategorikan provinsi yang relatif banyak melakukan transaksi dibandingkan dengan provinsi lainnya. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti tentang tingkat penggunaan layanan mobile banking syariah di Provinsi Bengkulu dengan menggunakan sampel nasabah perbankan syaria'ah yang aktif meliputi Bank BSI, Muamalat dan Nanobank yang sudah ada di Provinsi Bengkulu.

Berdasarkan kajian tersebut, penelitian kali ini akan melihat pengaruh dari masing-masing variabel independen dengan niat adopsi Islamic mobile banking di Provinsi Bengkulu dengan menggunakan pendekatan metode UTAUT melalui pengembangan model dengan menambah variabel trust sebagai variabel moderasi. Studi ini diharapkan dapat membantu

penyedia jasa financial syari'ah khususnya perbankan syari'ah untuk memahami kecenderungan dan persepsi nasabah tentang niat adopsi Islamic mobile banking.

## KAJIAN PUSTAKA

*Performance Expectancy* atau ekspektasi kinerja dapat diartikan bahwa tingkat manfaat yang diperoleh dari penggunaan teknologi untuk meningkatkan pencapaian (Venkatesh et al., 2012). Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa *Performance Expectancy* dianggap sebagai cara yang paling efisien dalam memproyeksi tingkah laku individu dalam mengadopsi *fintech payment* yang semakin canggih di era digital. Seorang individu akan mencari sistem informasi yang lebih berguna dan bermanfaat untuk membantu pekerjaan mereka dibandingkan dengan sistem yang mudah digunakan (Ayaz & Yanartaş, 2020; Jadil et al., 2021; Kim et al., 2015). Venkatesh et al. (2012) menjelaskan bahwa terdapat beberapa indikator dalam *Performance Expectancy*, yaitu:

1. Penggunaan teknologi membantu dalam menyelesaikan transaksi
2. Penggunaan teknologi membantu dalam meningkatkan produktivitas
3. Penggunaan teknologi membantu dalam memudahkan untuk melakukan transaksi (yaitu belanja, pembelian, transfer, dan lain sebagainya)
4. Penggunaan teknologi membantu dalam meningkatkan kinerja pembayaran secara keseluruhan.

Penggunaan teknologi informasi akan menimbulkan perasaan minat dalam diri seseorang bahwa sistem itu mempunyai kegunaan dan karenanya menimbulkan rasa yang nyaman bila bekerja dengan menggunakannya (Venkatesh dan Davis dalam Jati & Laksito, 2012). *Effort expectancy* adalah tingkat kemudahan yang dirasakan konsumen ketika menggunakan *mobile banking* dalam melakukan transaksi *online* atau pun transaksi langsung yang bersifat non tunai. Hal ini berhubungan dengan kemudahan menggunakan sistem digital, tanpa harus ada keahlian tertentu dalam mengoperasikan *mobile banking* (Venkatesh, 2003). *Effort Expectancy* didefinisikan sebagai tingkat kenyamanan seseorang dengan penggunaan teknologi tertentu (Yu, 2012). Oleh karena itu, menentukan seberapa besar usaha yang diperlukan untuk belajar menggunakan teknologi (Tai dan Ku, 2013).

Konstruk ini ditentukan oleh berbagai faktor seperti kegunaan, fleksibilitas, dan keramahan pengguna (Chiwara et al., 2017). Berkenaan dengan *effort expectancy*, Venkatesh et al. (2012) menjelaskan bahwa terdapat beberapa indikator dalam *Effort expectancy*, yaitu:

1. Sistem *islamic mobile banking* mudah digunakan
2. Interaksi dengan sistem *islamic mobile banking* jelas dan sangat dapat dimengerti
3. Mudah untuk menjadi ahli dalam menggunakan sistem *islamic mobile banking*
4. Menemukan sistem *islamic mobile banking* fleksibel untuk digunakan dalam berinteraksi apapun.

Pengaruh sosial (*Social Influence*) dicirikan sebagai sejauh mana seorang individu merasakan bahwa orang lain yang penting percaya bahwa dia harus menerapkan sistem baru' (Venkatesh et al., 2003). Dengan kata lain, informasi dan dorongan yang diberikan oleh orang-orang di sekitar pelanggan (misalnya teman, anggota keluarga, kolega, dan atasan) dapat memainkan peran penting dalam berkontribusi pada kesadaran pelanggan

serta niat untuk mengadopsi teknologi (Alalwan, et al., 2017; Yu, 2012; Zhou dkk., 2010; Oliveira dkk., 2016). Venkatesh et al. (2012) menjelaskan bahwa terdapat beberapa indikator dalam Social influence, yaitu:

1. Orang-orang di sekitar memicu untuk menggunakan sistem *islamic mobile banking*
2. Orang-orang di sekitar yang menggunakan sistem *islamic mobile banking* memiliki prestise yang lebih tinggi daripada mereka yang tidak
3. Menggunakan *islamic mobile banking* dianggap symbol status di antara temanteman saya

Temuan Wong dan Mo (2019) yang menyatakan bahwa ketika konsumen merasa bahwa layanan yang diberikan jujur dan dapat diandalkan, sebagian besar akan meningkatkan niat konsumen untuk menggunakan layanan tersebut karena mereka memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi. Kepercayaan konsumen dapat sangat mempengaruhi niat untuk menggunakan jasa layanan finansial. Keyakinan pada teknologi berkontribusi pada peningkatan penilaian dan sikap terhadap teknologi, di mana kriteria teknologi memenuhi janji dan dapat diandalkan serta aman, yang akan berdampak positif pada niat untuk menggunakan teknologi tersebut. Menurut Iliyini (2020) keamanan adalah kepercayaan individu dalam menggunakan teknologi pada risiko kehilangan data pribadi, risiko pencurian rendah, dan informasi privasi pengguna dapat dijamin dan tidak bocor ke pihak ketiga. Kepercayaan merupakan faktor penentu dalam menggunakan sistem teknologi. Oleh karena itu, perusahaan dan pemangku kepentingan dalam hal ini perlu bersinergi untuk meningkatkan keamanan guna menciptakan lingkungan bisnis yang nyaman dan dipercaya masyarakat (Alfansi & Daulay, 2021). Lu *et al.* (2011) mengemukakan pengukuran indikator kepercayaan dalam penelitiannya, sebagai berikut:

1. Saya percaya sistem *mobile banking* dapat diandalkan
2. Saya percaya sistem *mobile banking* aman digunakan
3. Saya percaya sistem *mobile banking* dapat dipercaya

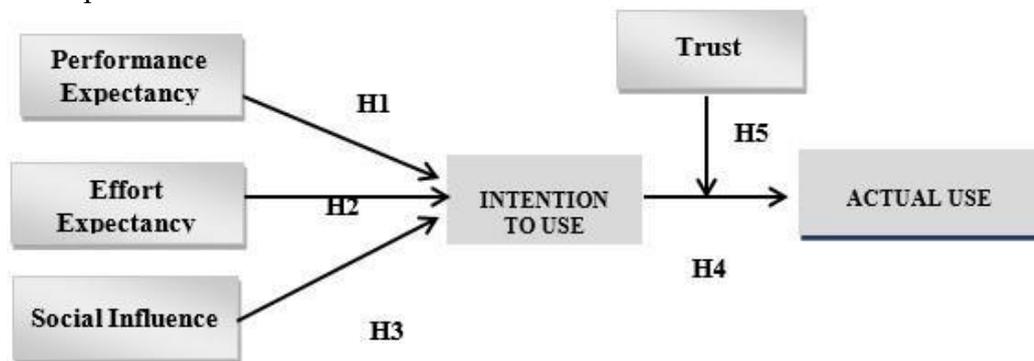
*Behavioral intention* atau niat perilaku adalah keputusan seorang individu dalam mengambil tindakan untuk melakukan atau tidak melakukan. dalam hal ini berkaitan dengan ketertarikan untuk membeli atau menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan berdasarkan dengan kelebihan dan kekurangan produk itu sendiri. Sedangkan Venkatesh et al., (2012) mengemukakan ada tiga indikator terkait dengan *behavioral intention*:

1. Bermaksud untuk terus menggunakan *financial technology*
2. Berencana untuk sering menggunakan sistem *financial technology*
3. Mencoba menggunakan sistem *financial technology* dalam kehidupan sehari-hari

Pengertian dari kata variabel *Actual Use* dalam konteks penelitian dan literatur sering merujuk pada tingkat penggunaan nyata atau sebenarnya dari suatu sistem, produk, atau teknologi oleh pengguna akhir. Dalam pengembangan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*, "*Actual Use*" merujuk pada frekuensi dan intensitas penggunaan teknologi oleh pengguna. Model ini mengintegrasikan berbagai teori penerimaan teknologi untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi niat dan perilaku penggunaan. Indikator *actual use* mengacu pada Igarria et al (1995) dalam penelitian ini adalah:

1. Bertransaksi menggunakan *Islamic mobile banking*.
2. Menggunakan *Islamic mobile banking* untuk pembelian *offline*.
3. Menggunakan *Islamic mobile banking* sangat menyenangkan.

Kerangka berfikir penelitian:



**Gambar 1. Kerangka Konseptual**

## METODE PENELITIAN

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling* yaitu *Purposive sampling*. Menurut Notoatmodjo (2010) *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang berdasarkan atas suatu pertimbangan tertentu seperti sifat-sifat populasi ataupun ciri-ciri yang sudah diketahui sebelumnya. Peneliti memilih *Purposive sampling* karena dalam penelitian ini menggunakan kriteria khusus yaitu nasabah bank syariah di Bengkulu yang sudah menggunakan aplikasi tersebut. Dari data penyebaran kuesioner diperoleh total keseluruhan responden sebesar 235 dan semua data sampel yang diambil sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode PLS-SEM, yang merupakan salah satu jenis algoritma dalam Structural Equation Modeling (SEM), terdiri dari dua sub model yaitu model pengukuran (*measurement model*) atau *outer model* dan model struktural (*structural model*) atau *inner model*.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Metode analisis PLS-SEM, pada PLS pengujian secara statistik dilakukan dengan menggunakan simulasi. Hal ini mengharuskan melakukan metode bootstrap terhadap sampel. Menurut Hair et al., (2013) metode bootstrapping adalah metode berbasis resampling data sampel dengan harapan sampel tersebut dapat mewakili data populasi yang sebenarnya. Metode bootstrapping juga mengharapkan data yang diolah bisa bersifat lebih stabil sehingga hasil dari pengujian hipotesis juga diharapkan menjadi lebih akurat. Berikut adalah hasil bootstrapping yang dilakukan dalam penelitian ini:



### **H5: Pengaruh Trust dalam memoderasi Behavior Intention Terhadap Actual Use (diterima)**

Hasil pengujian hipotesis 5 menunjukkan bahwa pengaruh *Trust* dalam memoderasi *behavior intention* terhadap *actual use* pada penelitian *mobile banking syariah* berpengaruh signifikan nilai p-value sebesar 0,017 (p-value < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel *trust* memiliki pengaruh dalam memoderasi *behavior intention* terhadap *actual use*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 5 diterima.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Tujuan dari studi empiris ini adalah untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah bank syariah di provinsi Bengkulu dalam menggunakan *mobile banking syariah*, dari *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *trust*, *behavioral intentions*, dan *actual use* untuk menguji pengaruhnya terhadap perilaku nasabah untuk menggunakan *mobile banking syariah*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua indikator dalam penelitian ini *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *trust*, *behavioral intentions*, dan *actual use* memiliki pengaruh yang signifikan. Karena semua hipotesis yang diujikan diterima semua.

### **Saran**

Perbankan syariah harus dapat menilai aspek-aspek yang menjadi perhatian nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*, seperti dari kebermanfaatan produk *mobile banking*, kemudahan dalam penggunaannya, serta citra perbankan yang baik untuk dapat menjaga kepercayaan nasabah serta dapat menjadi strategi pemasaran dikarenakan dapat mempengaruhi orang disekitar nasabah untuk menggunakan produk layanan *mobile banking syariah* di provinsi Bengkulu.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Abbas, M. Y. (2018). Public private partnership dalam pembangunan dan pengelolaan Suncity Plaza Sidoarjo (Model perjanjian build operate transfer (BOT) antara Pemerintah Kabupaten Sidoarjo dengan PT. Indraco). *Jurnal Ilmu Administrasi Negara, Departemen Administrasi, FISIP, Universitas Airlangga*, 2(3), 1–9.

- Abbas, D. (2018). Pengaruh modal usaha, orientasi pasar, dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM Kota Makassar. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)*, 5(1), n.p
- Adimarwan, A. K. (2011). *Bank Islam: Analisa fiqih dan keuangan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Ahdiat, A. (2023, August). Transaksi digital banking capai Rp5,1 kuadriliun pada Agustus 2023. *Katadata*. <https://databoks.katadata.co.id>
- Amin, H. (2007). An analysis of mobile credit card usage intentions: An extension of the technology acceptance model. *International Journal of Business and Society*, 8(2), 43–53.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2010). *Predicting and changing behavior*. Taylor & Francis Group.
- Alalwan, A. A., Baabdullah, A. M., Rana, N. P., Tamilmani, K., & Dwivedi, Y. K. (2018). Examining adoption of mobile internet in Saudi Arabia: Extending TAM with perceived enjoyment, innovativeness and trust. *Technology in Society*, 55, 100–110. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2018.06.007>
- Alfansi, L., & Daulay, M. Y. I. (2021). Factor affecting the use of e-money in millennial generation: Research model UTAUT 2. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 14(1), 109–122. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v14i1.8212>
- Anyfantaki, S. (2016). The evolution of financial technology (FinTech). December 2016.
- Ayaz, A., & Yanartaş, M. (2020). An analysis on the unified theory of acceptance and use of technology theory (UTAUT): Acceptance of electronic document management system (EDMS). *Computers in Human Behavior Reports*, 2, 100032. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2020.100032>
- Anderson, K. C., Knight, D. K., Pookulangara, S., & Josiam, B. (2014). Influence of hedonic and utilitarian motivations on retailer loyalty and purchase intention: A Facebook perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(5), 773–779.
- Carter, L., & Belanger, F. (2004). The influence of perceived characteristics of innovating on e-government adoption. *Electronic Journal of E-Government*, 2(1), n.p.

- Chong, B. S., & Liu, M.-H. (2009). Islamic banking: Interest-free or interest-based? *Pacific-Basin Finance Journal*, 17(1), 125–144.
- Darmansyah, D. H. O. (2022). Survei nasional literasi dan inklusi keuangan tahun 2022 [Press release]. <https://ojk.go.id/id/berita-dankegiatan/siaran-pers/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-KeuanganTahun-2022.aspx>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982–1003.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1992). Extrinsic and intrinsic motivation to use computers in the workplace. *Journal of Applied Social Psychology*, 22(14), 1111–1132.
- DeLone, W., & McLean, E. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30.
- Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2007). Why do Malaysian customers patronise Islamic banks? *International Journal of Bank Marketing*, 25(3), 142–160.
- Farah, M. F., Hasni, M. J. S., & Abbas, A. K. (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>
- Fares, F., Mashagba, A., & Nassar, M. O. (2012). Modified UTAUT model to study the factors affecting the adoption of mobile banking in Jordan. *International Journal of Sciences: Basic and Applied Research*, 6(1), 83–94. <http://gssrr.org/index.php?journal=JournalOfBasicAndApplied>
- Garson, G. D. (2016). *Partial least squares: Regression & structural equation models*. Statistical Publishing Associates.
- Goh, T. T., Suki, N. M., & Fam, K. (2014). Exploring a consumption value model for Islamic mobile banking adoption. *Journal of Islamic Marketing*, 5(3), 344–365. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2013-0056>
- Gupta, K., & Arora, N. (2020). Investigating consumer intention to accept mobile payment systems through unified theory of acceptance model: An Indian perspective. *South Asian Journal of Business Studies*, 9(1), 88–114. <https://doi.org/10.1108/SAJBS-03-2019-0037>

- Gupta, P. K., Manrai, R., & Goek, U. (2019). Factors influencing adoption of payments banks by Indian customers: Extending UTAUT with perceived credibility. *Journal of Asia Business Studies*. <https://doi.org/10.1108/JABS-07-2017-0111>
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural equation modeling metode alternatif dengan PLS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares: Konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program smart PLS 3.0 (2nd ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Goodhue, D. I., & Thompson, R. L. (1995). Task-technology fit and individual performance. *MIS Quarterly*, 19(2), 213–236.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis (7th ed.)*. Pearson Prentice Hall.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (2nd ed.)*. SAGE Publications.
- Haryono, S., Brahmana, R. K. M. R., & Pemasaran, P. M. (2015). Pengaruh shopping orientation, social influence, dan system terhadap costumer attitude melalui perceived ease of use (Studi pada Apple Store). *Jurnal Pemasaran*, 3(1), 1–10.