



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Tinjauan Teori

##### 2.1.1 Digitalisasi Perbankan

Perkembangan teknologi di bidang industri telah menciptakan ekosistem digital di mana teknologi informasi (TI) menjadi tulang punggung dari berbagai aktivitas kehidupan manusia. *Mobile banking, internet banking* serta *digital banking* merupakan model-model layanan finansial berbasis digital yang saat ini semakin berkembang serta menjadi bagian dari produk serta layanan perbankan. Pemahaman mengenai konsep digitalisasi perbankan adalah bagaimana pihak perbankan berinovasi dengan menggunakan TI dalam metoda serta pengembangan layanan produk mereka untuk berinteraksi dan memberikan kepuasan kepada pelanggannya (Chinni et.al., 2021).

Tingginya kebutuhan terkait digitalisasi di bidang perbankan nampak dari banyaknya *platform* finansial yang ditawarkan. Hal ini ditunjang oleh ekspansi layanan internet yang semakin merata, berkualitas dan terjangkau, serta tingginya penggunaan telepon genggam khususnya *smartphone* oleh masyarakat. Sejak era teknologi 4.0 yang mengusung *cloud computing* dan *big data analyses* menyebabkan munculnya kompetitor baru dalam bidang *financial technology* (Fintech) yang dapat menjangkau lebih banyak orang dan memberikan layanan keuangan bahkan bagi pelanggan yang tidak memiliki rekening bank. Hal ini menyebabkan terjadinya dinamika di lingkungan bisnis finansial yang menjadi sangat kompetitif (*"Digital Finance Innovation Road map and Action Plan 2020-2024,"* 2020).

Penelitian ini menyoroti tentang salah satu platform digital yang dirilis oleh BCA yaitu myBCA. Platform digital myBCA merupakan pengembangan digitalisasi finansial yang diarahkan pada regulasi akun BCA disamping untuk

melengkapi platform BCA mobile (M-BCA dan Klik BCA) yang telah dirilis sebelumnya.

### **2.1.2 Mobile Banking**

Menurut Safeena et.al., (2012) *mobile banking* merupakan ketersediaan layanan perbankan atau jasa keuangan yang dapat diakses melalui bantuan perangkat telekomunikasi seperti telepon genggam dan *Personal Digital Assistant* (PDA) sehingga pengecekan saldo dan transaksi perbankan dapat dilakukan dimana dan kapan saja.

Definisi lain menurut Okechi & Kepeghom (2013) menyebutkan bahwa *mobile banking* merupakan bagian dari sistem perbankan elektronik yang memungkinkan pelanggan untuk mengakses layanan perbankan melalui komputer (*internet banking*), Personal Data Assistant, telepon seluler (*Mobile banking & Mobile Money*), Point of Sales Terminal (PoS), Anjungan Tunai Mandiri (ATM), kartu debit dan lain lain, untuk melakukan transfer, pembayaran tagihan, mengajukan pinjaman, membuka deposito dan mengakses layanan perbankan lainnya.

Selanjutnya menurut Chong (2013) dalam Varma (2018) *mobile banking* adalah salah satu inovasi teknologi yang didukung oleh teknologi seluler dan telekomunikasi sehingga memungkinkan pelanggan melakukan aktivitas perbankan melalui teknologi *mobile internet* pada waktu dan tempat yang diinginkan.

Berdasarkan definisi di atas, *mobile banking* pada dasarnya menekankan pada mobilitas dari alat elektronik portabel berupa PDA maupun *smartphone* yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam melakukan kegiatan perbankan secara fleksibel.

### **2.1.3 Internet Banking**

Menurut Keskar & Pandey (2018) *internet banking* merupakan layanan keuangan jarak jauh yang memungkinkan pelanggan untuk mendapatkan akses ke layanan perbankan seperti data rekening, pembayaran tagihan, transaksi keuangan

seperti transfer *online* melalui internet dengan menggunakan perangkat seperti *Personal Computer*, *Notebook* dan perangkat seluler lainnya.

Selain itu, *internet banking* didefinisikan juga sebagai portal internet yang memungkinkan pelanggan untuk menggunakan berbagai jenis layanan perbankan mulai dari membayar tagihan hingga melakukan investasi (Hosein, 2009).

Berdasarkan definisi di atas, *internet banking* dapat diartikan sebagai layanan perbankan yang dapat diakses menggunakan komputer (PC, laptop, notebook dan sejenisnya) dengan bantuan internet. *Platform digital myBCA* dapat diunduh dan digunakan baik di telepon genggam (*mobile banking*) maupun komputer (*internet banking*) sedangkan pada *Platform BCA mobile* dipisahkan antara M-banking yang diunduh dan digunakan di telepon genggam (*mobile banking*) dan Klik BCA yang diunduh dan digunakan di komputer (*internet banking*). Dengan demikian aplikasi myBCA memiliki kepraktisan di mana hanya dengan satu nomor ID BCA pelanggan dapat mengakses beberapa rekening sekaligus baik melalui *device* yang sama (*mobile* dan *internet banking*).

#### **2.1.4 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model**

*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model* (UTAUT) merupakan salah satu model yang digunakan untuk menjelaskan perilaku dari pengguna teknologi terkini. Model UTAUT dikembangkan oleh Venkatesh (2003) yang menyatakan bahwa pengembangan model UTAUT didasarkan atas kesamaan serta perbedaan beberapa *acceptance theory* yang telah ada sebelumnya.

Model UTAUT dikembangkan untuk menggali faktor-faktor yang berperan dalam penerimaan dari sebuah teknologi oleh individu, ada empat faktor utama di dalam model UTAUT yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Condition*. Selanjutnya masing-masing faktor tersebut berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* dan *use behavior*.

Menurut penelitian meta analisis yang dilakukan oleh Khechine (2016) untuk menguji faktor-faktor prediktif yang dapat mempengaruhi penerimaan teknologi konferensi web desktop, dinyatakan bahwa model UTAUT merupakan

sebuah model yang akurat dan dapat digunakan untuk memprediksi variabel-variabel yang berpengaruh terhadap penerimaan sebuah teknologi secara umum. Variabel-variabel independen yang berperan dalam menentukan keputusan pelanggan untuk menggunakan teknologi baru tersebut yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, dan *Social Influence*. Sedangkan variabel dependen yang paling sering diukur adalah *Behavior Intention*.

Penelitian Rahi (2018) dan Savić & Pešterac (2019) menyatakan bahwa model UTAUT merupakan hasil formulasi dari delapan model penelitian sebelumnya yaitu *technology acceptance model (TAM)*, *theory of planned behaviour (TPB)*, *theory of reasoned action (TRA)*, *hybrid model/combined TAM and TPB (C-TAM-TPB)*, *motivational model (MM)*, *model personal computer utilization (MPCU)*, *innovation diffusion theory (IDT)*, dan *social cognitive theory (SCT)*". Semua teori penerimaan teknologi ini didesain untuk mengukur tingkat penerimaan serta kepuasan individu terhadap suatu teknologi atau sistem informasi dari sudut pandang yang berbeda-beda sesuai dengan faktor yang mewakilinya. Pengembangan model UTAUT diformulasikan untuk mengisi *gap* atau kesenjangan yang masih ada dari model-model sebelumnya dalam mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan sebuah teknologi secara umum.

*Social cognitive theory (SCT)* dikembangkan pada tahun 1941 oleh Miller dan Dollard sebagai pemodelan yang berfokus pada prinsip belajar sehingga dinamakan sebagai *Social Learning Theory (SLT)*. Selanjutnya pada tahun 1986 Bandura mengembangkan SCT sebagai pengaruh sosial yang dapat memberikan penguatan sosial baik eksternal maupun internal. Dalam SCT, pengalaman individu sebelumnya akan menimbulkan harapan akan hasil yang terkait dengan kinerja perilaku tertentu. Studi berikutnya menghasilkan bentuk modifikasi dari SCT agar lebih cocok untuk mempelajari konteks penerimaan dan penggunaan teknologi informasi. Mereka menekankan pada 3 faktor utama yang mempengaruhi perilaku pengguna yaitu *harapan (hasil kinerja maupun pribadi)*, *reaksi emosional terhadap komputer*, dan *selfefficacy* (Momani & Jamous, 2017).

*Innovation diffusion theory (IDT)* dikembangkan pada tahun 1962 oleh Rogers dan merupakan salah satu teori penerimaan inovasi tertua yang berkontribusi pada adopsi awal teknologi informasi oleh individu. Ada 3 faktor dari IDT yang dianggap paling berperan dalam penerimaan oleh individu yaitu kompatibilitas, kemudahan penggunaan dan kegunaan yang dirasakan (Momani & Jamous, 2017).

*Theory of reasoned action (TRA)* merupakan model penerimaan teknologi yang pertama dikembangkan dalam bidang psikologi sosial oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1967. Teori ini bersifat umum karena tidak dirancang untuk menilai suatu perilaku atau penerimaan teknologi secara spesifik. Pengembangan selanjutnya dari TRA adalah TPB, Ajzen menambahkan faktor kontrol perilaku yang dianggap dapat mempengaruhi niat dan perilaku individu (Momani & Jamous, 2017).

*Technology acceptance model (TAM)* merupakan model pengembangan dari TRA. Berbeda dengan TRA dan TPB yang dikembangkan dalam bidang psikologi, TAM dikembangkan secara spesifik dalam bidang teknologi informasi oleh Davis. Faktor pada model penerimaan TAM diarahkan pada kegunaan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan. Penyempurnaan dari TAM selanjutnya dilakukan oleh Venkatesh dan Davis, *extended technology acceptance model (TAM2)* memasukkan norma subjektif yaitu pengaruh sosial dan menambahkan proses instrumental kognitif (pengalaman individu) sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi kegunaan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan (Momani & Jamous, 2017).

*Hybrid model (C-TAM-TPB)* merupakan model kombinasi yang dikembangkan oleh Taylor dan Todd. Disampaikan bahwa faktor kemudahan penggunaan (*easy of use*) berpengaruh positif terhadap kegunaan yang dirasakan individu. Selanjutnya kegunaan dan kemudahan dalam penggunaan berdampak pada sikap. Kemudian akhirnya, sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan individu yang akan menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengguna (Momani & Jamous, 2017).

*Model personal computer utilization (MPCU)* berawal dari penelitian Triandis yang menjabarkan variabel-variabel yang mempengaruhi perilaku individu dalam penggunaan personal komputer. Faktor-faktor pendorong yang dapat menguatkan diantaranya kebiasaan, kesukaan, kondisi yang memfasilitasi dan faktor sosial serta niat berperilaku dari individu. Thompson, Higgins, dan Howell selanjutnya mengadaptasi dan menyempurnakan model informasi dari Triandis untuk memprediksi penggunaan personal komputer. Menurut pendapat mereka perilaku pengguna dipengaruhi secara langsung oleh faktor sosial, konsekuensi dan efek yang dirasakan, serta kondisi yang memfasilitasi, sedangkan faktor niat pengguna digantikan dengan pengalaman dalam penggunaan personal komputer (Momani & Jamous, 2017).

*Motivational model (MM)* merupakan model yang menjelaskan perilaku dari sudut pandang psikologi yang terdiri dari motivasi ekstrinsik dan intrinsik. Model ini didasari oleh *Self-Determination Theory (SDT)* yang dikembangkan oleh Deci dan Ryan, dalam SDT dilibatkan pengalaman memilih, memiliki pilihan dan membuat pilihan yang dianggap sebagai motivasi ekstrinsik. Sedangkan motivasi intrinsik dilandaskan oleh regulasi intrinsik berupa pengaruh lingkungan sosial yang memotivasi perilaku individu. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa motivasi ekstrinsik dalam penggunaan teknologi adalah manfaat yang dirasakan pengguna teknologi tersebut, sedangkan motivasi intrinsik dalam penggunaan teknologi berkaitan dengan kepuasan pengguna teknologi. Hubungan antar kedua faktor tersebut adalah kepuasan akan meningkat seiring dengan manfaat yang dirasakan dari teknologi yang digunakan (Momani & Jamous, 2017).

Berdasarkan penjabaran di atas, untuk menganalisis penerimaan terhadap aplikasi myBCA, penelitian ini akan dilakukan menggunakan kerangka berpikir teoritis UTAUT model yang dimodifikasi. Faktor-faktor dari UTAUT model Venkatesh yang akan digunakan yaitu *Performance Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Condition*.

### 2.1.5 Behavioral Intention

Menurut Wu & Wang (2005) dan Zeithmal et al. (1996) dalam Purnamaningsih (2019), *Behavioral Intention* diartikan sebagai sejauh mana kemampuan suatu aplikasi untuk dapat memberikan manfaat kepada pengguna sehingga tercipta rasa puas bagi setiap penggunanya. Selanjutnya, setelah pengguna merasakan puas dengan aplikasi tersebut maka diharapkan mereka mau membagikan tentang hal positif dari yang mereka rasakan kepada orang-orang di sekitarnya.

Sementara itu, Fauzi et al., (2018) menyampaikan bahwa *Behavioral Intention* dapat digambarkan sebagai tingkat intensitas dari niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Apabila penilaian tentang kualitas pelayanan adalah baik maka *Behavioral Intention* pelanggan akan tinggi dan akan terbangun hubungan yang lebih baik antara pelanggan dengan perusahaan. Namun sebaliknya, apabila penilaian kualitas pelayanan buruk maka *Behavioral Intention* pelanggan akan menjadi rendah serta tidak menguntungkan, akibatnya hubungan pelanggan dengan perusahaan akan cenderung melemah. Karena itu, *Behavioral Intention* dapat digunakan sebagai indikator untuk merepresentasikan hubungan pelanggan dengan perusahaan.

Selanjutnya menurut Lakhil & Khechine (2016), *Behavioral Intention* merupakan perilaku atau sikap konsumen yang memiliki keinginan untuk terus menerus menggunakan suatu layanan atau produk dikarenakan rasa puas yang didapatkannya. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa selain menggunakan layanan atau produk secara terus menerus, konsumen juga akan memiliki kecenderungan untuk merekomendasikannya kepada orang-orang lain di sekitarnya.

Kepuasan yang diperoleh pengguna aplikasi myBCA akan menyebabkan timbulnya keinginan pada mereka untuk menggunakan aplikasi tersebut secara berkesinambungan bahkan merekomendasikannya kepada orang-orang di sekitarnya. Oleh karena itu, definisi Behavioral Intention pada penelitian ini mengacu pada definisi dari Purnamaningsih (2019) yang menekankan tentang kemampuan aplikasi untuk memberikan manfaat serta kepuasan bagi penggunanya.

### **2.1.6 Performance Expectancy**

Menurut Javed (2017), *Performance Expectancy* adalah sebuah ekspektasi atau harapan pengguna terhadap performa dari teknologi yang diadopsi. Dengan demikian, *Performance Expectancy* dapat merefleksikan persepsi seseorang mengenai sebuah teknologi yang baru.

Sementara itu menurut Purnamaningsih (2019), *Performance Expectancy* merupakan kondisi dimana *user* atau pengguna sebuah teknologi merasakan dampak positif karena performa yang baik dari teknologi tersebut. Dapat dikatakan bahwa semakin pengguna merasa dirinya terbantu oleh teknologi yang digunakannya maka semakin besar keinginannya untuk tetap menggunakan kembali teknologi tersebut di masa-masa yang akan datang.

Selanjutnya menurut Oyewole (2018), *Performance Expectancy* pada model UTAUT dapat didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna suatu teknologi dapat meningkatkan efektifitas dari kegiatan mereka. Sebagai contohnya, *Performance Expectancy* diketahui memiliki pengaruh signifikan pada penggunaan aplikasi menggunakan ponsel pintar pada proses pembelajaran *online*.

### **2.1.7 Effort Expectancy**

Menurut Oyewole (2018), *Effort Expectancy* pada model UTAUT merupakan faktor yang digunakan untuk mengukur tingkat kemudahan penggunaan sebuah teknologi yang terkait dengan sistem informasi. Dalam penelitiannya, *Effort Expectancy* menunjukkan relevansi terhadap kemudahan pengguna dalam menggunakan aplikasi pada ponsel pintar dalam melakukan proses pembelajaran.

Berikutnya menurut Achmad Fauzi (2018), *Effort Expectancy* dinyatakan sebagai representasi tingkat kemudahan penggunaan sebuah teknologi. Kemudahan di sini diartikan sebagai kemampuan dari pengguna untuk mengoperasikan sebuah aplikasi tanpa harus mencari informasi tambahan lain mengenai cara penggunaannya.

Selanjutnya Venkatesh (2003) dalam Faroqi (2020) menyatakan bahwa *Effort Expectancy* adalah tingkat kemudahan yang dialami oleh pengguna saat

mereka menggunakan sebuah teknologi atau sistem informasi. Sebagai contoh adalah sejauh mana siswa dapat merasakan kemudahan dalam melakukan proses pembelajaran secara *online* menggunakan sistem yang diadopsi pada saat ini.

Kemudahan dalam menggunakan aplikasi myBCA akan berkaitan dengan kemampuan pengguna mengadopsi teknologi *internet banking/mobile banking* yang sesungguhnya di saat ini bukanlah sesuatu hal yang baru, terlebih di dalam masyarakat digital yang sudah sangat terbiasa menggunakan berbagai aplikasi *online*. Dengan demikian, faktor *Effort Expectancy* dapat dianggap tidak akan memberi pengaruh yang besar dalam penerimaan aplikasi myBCA oleh pengguna.

### **2.1.8 Social Influence**

Dalam penelitiannya, Achiriani (2021) menyampaikan bahwa *Social Influence* merupakan pengaruh yang berasal dari lingkungan atau orang lain, yang mendorong seseorang untuk menggunakan suatu layanan teknologi. Hal ini dapat diartikan bahwa dorongan dari orang lain tersebut dapat dirasakan serta memberikan pengaruh terhadap keputusan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi atau aplikasi.

Selanjutnya menurut Purnamaningsih (2019) *Social Influence* mengacu kepada seberapa jauh penilaian seseorang terhadap orang-orang di sekitarnya yang meyakini bahwa dirinya perlu menggunakan sebuah teknologi karena dianggap teknologi tersebut akan sangat membantu aktivitasnya.

Kemudian menurut Herlambang *et al.*, (2019), *Social Influence* diartikan sebagai sejauh mana seseorang menilai bahwa orang yang dianggap penting di lingkungan sekitarnya seperti para sahabat, keluarga, atau teman meyakini bahwa dirinya perlu menggunakan aplikasi tersebut. Sehingga dapat disampaikan bahwa perilaku seorang individu dipengaruhi oleh orang-orang yang dianggap penting olehnya.

### **2.1.9 Facilitating Condition**

Menurut Venkatesh (2003) dalam Faroqi (2020) *Facilitating Condition* adalah seberapa jauh pengguna meyakini bahwa suatu aplikasi atau teknologi

memiliki infrastruktur yang dianggap memadai untuk mendukung aktivitas pengguna aplikasi atau teknologi tersebut. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa pengguna memiliki keyakinan akan kemampuan sebuah aplikasi atau teknologi dalam menyediakan layanan yang akan membantunya jika digunakan.

Berikutnya menurut Fauzi (2018), *Facilitating Condition* adalah persepsi dari pengguna bahwa sumber daya dan dukungan yang dimiliki oleh suatu aplikasi dapat menciptakan layanan atau produk yang efektif sehingga pengguna secara langsung dapat merasakan dampaknya.

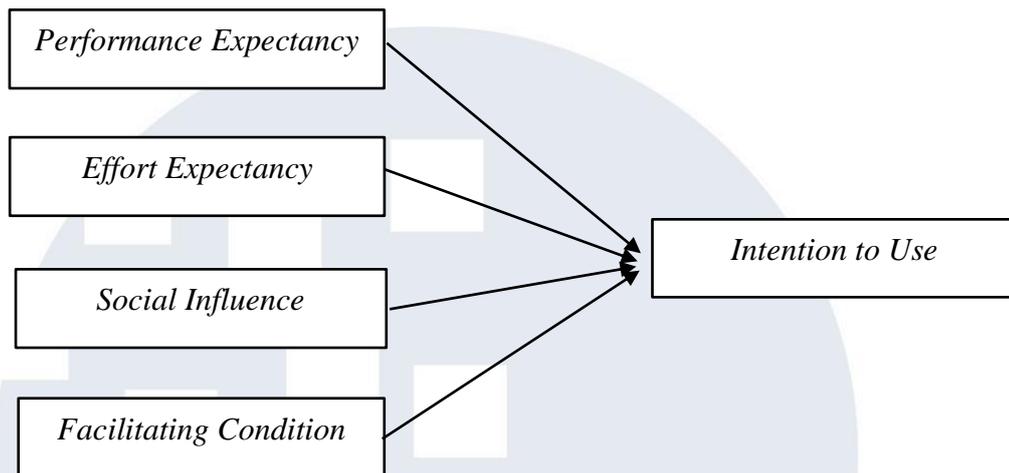
Sedangkan Thomson *et al.*, (1991) dalam Khechine (2016) menyampaikan bahwa *Facilitating Condition* merupakan faktor yang menjadi tujuan dari pengguna dalam menilai layanan yang ditawarkan oleh sebuah aplikasi atau teknologi agar dapat memudahkan aktivitasnya.

## 2.2 Model Penelitian

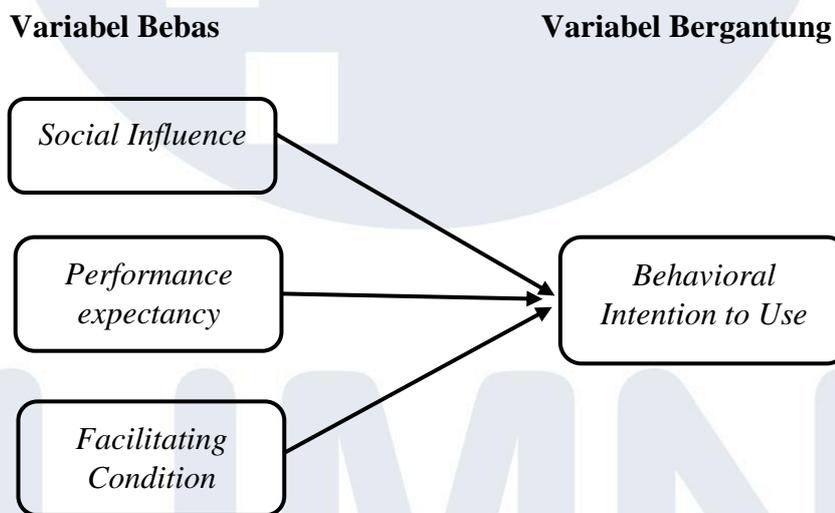
Model pada penelitian ini didasarkan pada *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* dari Venkatesh (2003) yang digunakan sebagai model penelitian pada jurnal utama *Antecedents of mobile banking: UTAUT model* Savić & Pešterac (2019), model ini lalu dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan.

Faktor *Effort Expectancy* tidak lagi dimasukkan ke dalam model penelitian ini, karena sesuai dengan kriteria inklusi/eksklusi bahwa responden dari penelitian dibatasi pada nasabah BCA yang telah secara aktif menggunakan aplikasi *mobile/internet banking* yaitu *BCA mobile* (M-BCA maupun Klik BCA) sebelumnya, dengan demikian kebutuhan untuk mengukur tingkat kemudahan penggunaan aplikasi myBCA tidak lagi dilakukan.

Berikut adalah skema model penelitian UTAUT original dan model UTAUT yang digunakan dalam penelitian ini:



**Gambar 2.1 UTAUT Model Original**



**Gambar 2.2 Modifikasi UTAUT Model**

## 2.3 Hipotesis

### 2.3.1. Hubungan Pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention to Use*

*Social Influence* memberikan dampak pada perilaku individu untuk menerima dan menggunakan layanan teknologi, definisi dari *Social Influence* pada penelitian ini merujuk pada definisi dari Purnamaningsih (2019) dan Herlambang

(2019) yang menyatakan bahwa sejauh mana penilaian seseorang terhadap orang-orang di sekitarnya khususnya yang dapat dipercayai, yang meyakini dirinya perlu menggunakan suatu teknologi karena akan membantu aktivitasnya.

Hasil penelitian terdahulu oleh Varma (2018), Rahi (2018), Savić & Pešterac (2019) menunjukkan bahwa *Social Influence*, salah satu dari faktor utama dalam UTAUT model merupakan prediktor yang signifikan terhadap *use behavior* sehingga dapat digunakan untuk memprediksi minat pengguna, berdasarkan hal tersebut maka hipotesis berikut akan diuji dalam penelitian ini yaitu:

**H1: *Social Influence* (pengaruh sosial) memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to use* aplikasi myBCA.**

### **2.3.2. Hubungan Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention to Use***

Performa yang baik dan memenuhi harapan pengguna pada suatu teknologi harus dapat dirasakan dampaknya dalam meningkatkan kinerja pengguna, definisi *Performance Expectancy* yang digunakan dalam penelitian ini mengacu kepada definisi dari Purnamaningsih yakni pengguna teknologi merasakan dampak positif dari teknologi yang diadopsi sehingga ia merasa terbantu dan akan menggunakan kembali teknologi tersebut di masa mendatang.

Penelitian sebelumnya oleh Varma (2018), Rahi (2018), Javed (2018), Onalapo & Oyewole (2018) serta Savić & Pešterac (2019) menunjukkan bahwa *Performance Expectancy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *use behavior* penggunaan telepon genggam dan *mobile banking*. Dengan demikian hipotesis berikutnya yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

**H2: *Performance Expectancy* (harapan kinerja) memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to use* aplikasi myBCA.**

### 2.3.3. Hubungan Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Behavioral Intention to Use*

*Facilitating Condition* dari aplikasi myBCA didukung oleh sumber daya dari pembuat aplikasinya yaitu BCA sendiri. Pada penelitian ini definisi *Facilitating Condition* mengacu pada definisi dari Fauzi yang menyatakan bahwa *Facilitating Condition* berkaitan dengan persepsi atau keyakinan pengguna terhadap sumber daya dan dukungan yang dimiliki oleh aplikasi untuk memberikan layanan yang efektif sehingga memberikan manfaat dalam mempermudah pekerjaannya.

Penelitian oleh Rahi (2018), Javed (2018), Onalapo & Oyewole (2018) serta penelitian Savić & Pešterac (2019) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari prediktor *Facilitating Condition* terhadap minat pengguna mobile banking. Dengan demikian hipotesis berikut akan diuji dalam penelitian ini yaitu:

**H3: *Facilitating Condition* (kondisi yang memfasilitasi) memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to use* aplikasi myBCA.**

## 2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Publikasi	Judul Penelitian	Temuan Inti
1.	Chinni, N., Mohini, P. V., & Srinadh, S.	<i>Roadmap and Action Plan 2020-2024, Digital Finance Innovation</i> (2012).	<i>Impact of digitalization of banks.</i>	Konsep digitalisasi perbankan didasarkan pada inovasi pengembangan IT.
2.	Safeena, R., Date, H., Kammani, A., Hundewale, N.	<i>Int. J. Comput. Theory Eng</i> (2012).	<i>Technology adoption and Indian consumers: study on mobile banking.</i>	Definisi <i>mobile banking</i>

3.	Okechi, O., & Kepeghom, O. M.	Semantic Scholar (2013).	<i>Empirical evaluation of customers' use of electronic banking systems in Nigeria</i>	Definisi mobile banking
4.	Chong, A.Y.L.	<i>Expert Systems with Applications</i> (2013).	<i>Predicting m-Commerce Adoption Determinants: A Neural Network Approach</i>	Definisi mobile banking
5.	Varma, A.	<i>Theoretical Economics Letters</i> >Vol.8 No.14, October (2018)	<i>Mobile Banking Choices of Entrepreneurs: A Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Perspective</i>	<i>Effort Expectancy, Performance Expectancy, Social Influence</i> berkaitan erat dengan <i>use behavior</i> . Tidak ada perbedaan signifikan berdasarkan gender antara perilaku perbankan di antara para pengusaha di India.
6.	Keskar, M.Y., & Pandey, N.	<i>Journal of Internet Commerce</i> Volume 17, 2018-Issue 3	<i>Internet banking: a review (2002–2016)</i>	Definisi Internet Banking Faktor yang berperan pada kepercayaan nasabah terhadap <i>internet banking</i> .
7.	Hosein, N. Z.	<i>Journal of Business &amp; Economics Research (JBER)</i> ,7(11),(2009).	<i>Internet banking:An Empirical Study of Adoption Rates Among Midwest Community Banks.</i>	Definisi Internet Banking

8.	Venkatesh et al.	<i>MIS Quarterly, Vol.27, No.3, pp. 425-478, 2003</i>	<i>User Acceptance of Information Technology; Toward a Unified View</i>	UTAUT Model
9.	Khechine, H., Lakhal, S., & Ndjambou, P.	<i>Canadian Journal of Administrative Sciences (2016)</i>	<i>A meta-analysis of the UTAUT model: Eleven years later.</i>	Meta analisis UTAUT Model Definisi Behavioral Intention
10.	Rahi, S., Abd. Ghani, M., Alnaser, F.M., & Ngah, A. H.	<i>Management Science Letters, 173-186 (2018).</i>	<i>Investigating The Role of Unified Theory of Acceptance and use of Technology (UTAUT) in Internet Banking Adoption Context.</i>	Keempat prediktor (Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence and Facilitating Condition) signifikan dalam memprediksi minat pengguna untuk menggunakan internet banking.
11.	Savić, J., and Pešterac, A. (2019)	<i>The European Journal of Applied Economics, 16 (1), 20-29.</i> <a href="https://doi.org/10.5937/ejae">https://doi.org/10.5937/ejae</a> 15-19381 <b>(Jurnal Utama)</b>	<i>Antecedents of mobile banking: UTAUT model</i>	PE, EE, SI dan FC memberikan pengaruh signifikan terhadap intention to use mobile banking. Prediktor terkuat adalah PE sedangkan EE merupakan prediktor terlemah.

12.	Monami, A. M., & Jamous, M.	<i>International Journal of Contemporary Computer Research (IJCCR), April 2017.</i>	<i>The Evolution of Technology Acceptance Theories</i>	Analisis Evolusi dari Teori Penerimaan Teknologi
13.	Wu, J.H. & Wang, S.C.	<i>Information Management 42, 719-729 (2005).</i>	<i>What Drives Mobile Commerce? An Empirical Evaluation of The Revised Technology Acceptance Mobile</i>	Pengembangan dari <i>Technology Acceptance Model</i>
14.	Purnamaningsih, P., Erhan, T. P., & Rizkalla, N.	<i>Review of Behavioral Aspect in Organizations and Society, 1(1), 77-86 (2019)</i>	<i>Behavioral Intention Towards Application-Based Short-Distance Delivery Services Adoption in Indonesia</i>	Definisi <i>Behavioral Intention, Performance Expectancy</i> dan <i>Social Influence</i>
15.	Fauzi, A., Widodo, T., & Djatmiko, T.	<i>Open Library (2018, October)</i>	Pengaruh <i>Behavioral Intention</i> terhadap <i>Use Behavior</i> Pada Penggunaan Aplikasi Transportasi Online	Definisi <i>Facilitating Condition</i> dan <i>Behavioral Intention</i>
16.	Lakhal, S., & Khechine, H.	<i>The International Journal of Management Education 14(2): 146-160 July 2016 10.1016/j.ijme.2016.04.001</i>	<i>Student Intention To Use Desktop Web-Conferencing According To Course Delivery Modes in Higher Education</i>	Membahas penggunaan UTAUT Model dalam penerimaan teknologi internet
17.	Javed, S. (2018, March 1)	<i>Journal of Internet Banking and Commerce. December 2017, Vol.22, No.3</i>	<i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Model Mobile Banking</i>	Definisi <i>Performance Expectancy</i> . PE, EE dan risk perception berpengaruh signifikan terhadap penerimaan

				layanan <i>mobile banking</i> .
18.	Onalapo S. & Oyewole O.	<i>Interdisciplinary Journal of E-Skills and Lifelong Learning Vol. 14, 2018.</i>	<i>PE, EE, and FC as factors Influencing smart phones use for mobile Learning by postgraduate students of the University of Ibadan, Nigeria</i>	EE, FC dan terutama PE berpengaruh signifikan terhadap penggunaan telepon genggam untuk mobile learning. Hasil ini memvalidasi UTAUT model dalam pengujian penerimaan teknologi.
19.	Pribadi, S. A., & Mardi Suryanto, T. L.	<i>Journal of Physics: Conference Series (2020)</i>	<i>Exploring Online Shoppers' Acceptance of Electronic Marketplace Using UTAUT and The Flow Theory</i>	Definisi <i>Behavioral Intention, Performance Expectancy</i> dan <i>Social Influence</i>
20.	Achiriani, M. P.	e-Proceeding Telkom University Open Library (2021)	<i>Pengaruh PE, EE, SI, perceived risk, perceived cost Terhadap BI Pada Pengguna Dompet digital Dana Di Indonesia</i>	Perceived cost, EE, SI, perceived risk, perceived cost memiliki pengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention
21.	Afrianes, Z., Putra, W.H.N., Herlambang, A.D.	Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer Vol 3 No.6 (2019)	Evaluasi Penerimaan Aplikasi Pusat Pelayanan Pengaduan Masyarakat (P3M) yang Diimplementasikan di Kabupaten Sidoarjo	Model Penelitian UTAUT Definisi Social Influence

			Berdasarkan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)	
22.	Tan, K., Chong, S. C., & Lin, B.	Kybernetes, 42(6), 888-905 (2013)	Intention to Use Internet Marketing	Model Penelitian UTAUT

