

Faktor-faktor yang mempengaruhi intensi dari nasabah Bank Syariah Indonesia untuk mengadopsi dan merekomendasikan aplikasi BSI mobile = Factors affecting the intention of Bank Syariah Indonesia's customers to adopt and recommend BSI mobile

Syaidah Nurmillah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20519514&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi intensi nasabah Bank Syariah Indonesia untuk melanjutkan adopsi dan merekomendasikan layanan mobile banking BSI Mobile. Sampel dari penelitian adalah individu baik wanita maupun pria dengan usia minimal 18 tahun yang memiliki rekening di Bank Syariah Indonesia dan pernah menggunakan layanan mobile banking BSI Mobile yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia. Kumpulan data dari 321 responden (eligible) diolah menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi nasabah terhadap faktor Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Relative Advantage, Religious Obligation, Social Norm berpengaruh terhadap intensi nasabah untuk melanjutkan adopsi BSI Mobile sebagai layanan mobile banking dari BSI. Selain itu, faktor Perceived Usefulness, Social Norm, dan Continuance Intention berpengaruh terhadap intensi nasabah untuk merekomendasikan BSI Mobile.

.....This study aims to determine the factors that influence the intention of Bank Syariah Indonesia customers to adopt and recommend BSI Mobile mobile banking services. The study sample was female and male individuals with a minimum age of 18 years who have an account at Bank Syariah Indonesia and have used the BSI Mobile mobile banking service provided by Bank Syariah Indonesia. The data set of 321 respondents (eligible) was processed using the Structural Equation Modeling (SEM) method. The results showed that perceptions of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Relative Advantage, Religious Obligation, and Social Norms factors affect customer Continuance Intention BSI Mobile as a mobile banking service from BSI. In addition, the Perceived Usefulness, Social Norm, and Continuance Intention factors affect customer intention to recommend BSI Mobile.