ANALISIS PENERAPAN MODEL UTAUT3 (UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY) TERHADAP NIAT UNTUK MENGGUNAKAN PLATFORM RUMAHIMPIAN.ID (STUDI KASUS DI BANK SYARIAH INDONESIA AREA MALANG)

Alfiky Yanuar Sugiarta[1], Nurhidayah[2], Harun Al Rasyid[3]
22452081046@unisma.ac.id[1], aya@unisma.ac.id[2], harunalrasyid@unisma.ac.id[3]
Universitas Islam Malang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis terhadap penerapan Model UTAUT3 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) terhadap niat untuk menggunakan Platform rumahimpian.id. Dalam studi ini, peneliti menguji sejauh mana Habit, Facilitating Condition dan Personal Innovativeness in IT memengaruhi Intention to Use melalui Faktor Trust. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur, dan pengumpulan data dilakukan melalui penggunaan kuesioner yang di isi oleh responden yang merupakan nasabah dan calon nasabah pembiayaan rumah di Bank Syariah Indonesia Area Malang yang menggunakan Platform rumahimpian.id di Bank Syariah Indonesia Area Malang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam hubungan secara langsung Habit, Facilitating Condition, Personal Innovativeness in IT dan Trust secara signifikan memengaruhi Intention to Use. Sementara dalam hubungan tidak langsung Habit, Facilitating Condition dan Personal Innovativeness in IT secara signifikan juga memengaruhi Intention to Use melalui Trust.

Kata kunci: UTAUT3, Intention To Use, Platform Rumahimpian.Id.

1. PENDAHULUAN

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan salah satu lembaga keuangan yang beroperasi di Indonesia dengan prinsip-prinsip syariah. BSI didirikan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan layanan perbankan yang sesuai dengan syariat Islam, termasuk dalam hal pembiayaan rumah. Salah satu inovasi dalam pemasaran pembiayaan rumah BSI adalah melalui platform rumahimpian.id, dimana platform digital tersebut dirancang untuk memudahkan masyarakat dalam mencari dan mendapatkan informasi mengenai pembiayaan rumah melalui platform digital. Dengan adopsi teknologi digital, rumahimpian.id memberikan kemudahan akses bagi konsumen untuk membandingkan berbagai penawaran pembiayaan rumah, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik.

Platform rumahimpian.id ini seharusnya menjadi platform yang dapat memudahkan nasabah dan calon nasabah Bank Syariah Indonesia Area Malang untuk mengakses produk pembiayaan rumah, mulai dari penyediaan informasi program, simulasi angsuran dan proses pengajuan pembiayaan, namun hal yang terjadi malah sebaliknya, penggunaan platform rumahimpian.id masih banyak mengalami kendala dan belum dimanfaatkan secara maksimal oleh pengguna. Diharapkan bahwa pengguna akan berperan aktif dalam menggunakan platform rumahimpian.id ini, karena keberhasilan sebuah platform digital tergantung pada kemudahan penggunaannya, kegunaannya, dan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pengguna.

Metode untuk mengetahui seberapa besar niat untuk menggunakan platform rumahimpian.id yang ada di Bank Syariah Indonesia Area Malang maka dilakukan penelitian dengan judul Analisis penerapan Model UTAUT3 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) terhadap niat untuk menggunakan Platform

rumahimpian.id studi kasus di Bank Syariah Indonesia Area Malang. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah Habit, Facilitating Condition dan Personal Innovativeness in IT serta Intention to Use sebagai variabel terikat sedangkan Trust sebagai variabel intervening.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Structural Equation Model (SEM) dengan dasar Partial Least Square (PLS). PLS adalah model struktural yang berfokus pada komponen atau varian. SEM adalah salah satu cabang statistik yang memungkinkan pengujian hubungan dalam sebuah rangkaian yang sulit diukur secara bersama sama.[1]Menurut Ghozali (2020), Pendekatan Model Persamaan Struktural (SEM) dengan menggunakan Partial Least Square (PLS) adalah suatu alternatif yang berbeda dari SEM yang berfokus pada kovarian menjadi berfokus pada varian. SEM yang berfokus pada kovarian biasanya digunakan untuk menguji kausalitas atau teori, sementara PLS lebih berorientasi pada pembuatan model prediksi.2 Penelitian ini akan menggunakan perangkat lunak Smart PLS 3.3 untuk menerapkan Structural Equation Model (SEM) partial least squares (PLS) sebagai metode analisis jalur.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei. Jenis penelitian ini dipilih untuk mengukur hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, yaitu kebiasaan masyarakat, kepercayaan, dan niat untuk menggunakan platform digital rumahimpian.id. Metode ini memungkinkan pengumpulan data yang dapat dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan

Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia Area Malang. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada tingginya penggunaan teknologi digital di kalangan masyarakat urban, serta keberadaan Bank Syariah Indonesia yang menawarkan produk pembiayaan rumah melalui platform digital. Lama penelitian ini berlangsung dari bulan Maret hingga April 2025.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna platform rumahimpian.id berdasarkan data nasabah Bank Syariah Indonesia Area Malang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, di mana responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu mereka yang pernah menggunakan atau memiliki pengetahuan tentang platform rumahimpian.id yang di sesuaikan dengan target market yang sesuai dengan segemen pembiayaan rumah di Bank Syariah Indonesia dengan Batasan usia 20-40 tahun. Meskipun jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, diperkirakan mencapai ribuan individu, yang mencerminkan potensi besar untuk penelitian ini [12] (Naeem et al., 2024). Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 200 responden sesuaikan dengan pendapat [13]Hair et al., (2007) jika menggunakan alat Statistik SEM-PLS maka jumlah responden berkisar 100-200.

Data diukur menggunakan skala Likert (ordinal), yang memungkinkan responden untuk mengekspresikan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap pernyataan yang diberikan. Pendekatan ini bersifat cross-section, yaitu data yang diambil pada satu titik waktu, sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai persepsi masyarakat terhadap layanan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia [14] (Pappas & Woodside, 2021). Penggunaan skala Likert dalam pengumpulan data ini telah terbukti efektif dalam penelitian sebelumnya, karena dapat menangkap nuansa opini responden dengan lebih baik [15](Dawes, 2020). Pengumpulan data dalam

penelitian ini difokuskan pada penggunaan kuesioner online yang disebarkan kepada responden, yaitu nasabah dan calon nasabah pembiayaan rumah di Bank Syariah Indonesia Area Malang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kareakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin		
• Laki-Laki	84	41.18%
• Perempuan	120	58.82%
Usia		
• 20-25 Tahun	44	21.57%
• 26-30 Tahun	105	51.47%
• 31-35 Tahun	47	23.04%
• 36-40 Tahun	8	3.92%
Pendidikan Terakhir		
• D3	52	25.49%
• S1	131	64.22%
• S2	11	5.39%
• SMA/SMK	10	4.90%
Penghasilan Per Bulan		
• 3 - 5 Juta	84	41.18%
• 5 - 10 Juta	113	55.39%
• >10 Juta	7	3.43%

Sumber: Hasil olahan data Smart PLS 3.0, 2025

Dari tabal di atas, diperoleh informasi sebagai berikut:

1) Mayoritas responden adalah perempuan.
2) Mayoritas responden berusia 26 - 30 tahun.
3) Mayoritas responden lulusan S1.
4) Mayoritas responden berpenghasilan 5 – 10 juta dalam sebulan.

Analisis Deskriptif

Ketentuan analisis deskriptif pada penelitian kali ini, adalah sebagai berikut:

$$Rentang\ Skala = \frac{Skor\ Tertinggi - Skor\ Terendah}{Banyak\ Skor}$$

$$Rentang\ Skala = \frac{5-1}{5}$$

$$Rentang\ Skala = 0.80$$

Interval	Kategori
1.00 – 1.80	Sangat Tidak Setuju
1.81 – 2.60	Tidak Setuju
2.61 – 3.40	Netral
3.41 – 4.20	Setuju
4.21 – 5.00	Sangat Setuju

Dari perhitungan rentang skala tersebut, kategori rata – rata jawaban responden adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Analisa Deskriptif

VARIABEL	INDIKATOR	MEAN	KETERANGAN
Habit	HB1	3.95	SETUJU
Habit	HB2	3.91	SETUJU
Habit	HB3	3.87	SETUJU
Habit	HB4	3.90	SETUJU
Facilitating Conditions	FC1	4.07	SETUJU
Facilitating Conditions	FC2	3.99	SETUJU

VARIABEL	INDIKATOR	MEAN	KETERANGAN
Facilitating Conditions	FC3	3.84	SETUJU
Facilitating Conditions	FC4	3.94	SETUJU
Personal Innovativeness in IT	PI1	3.97	SETUJU
Personal Innovativeness in IT	PI2	3.95	SETUJU
Personal Innovativeness in IT	PI3	3.63	SETUJU
Personal Innovativeness in IT	PI4	3.90	SETUJU
Trust	TR1	4.07	SETUJU
Trust	TR2	3.99	SETUJU
Trust	TR3	3.91	SETUJU
Trust	TR4	3.97	SETUJU
Trust	TR5	3.95	SETUJU
Trust	TR6	3.91	SETUJU
Trust	TR7	3.87	SETUJU
Trust	TR8	3.90	SETUJU
Intention to Use	IU1	3.94	SETUJU
Intention to Use	IU2	3.88	SETUJU
Intention to Use	IU3	3.76	SETUJU
Intention to Use	IU4	4.03	SETUJU

Sumber: Hasil olahan data Smart PLS 3.0, 2025

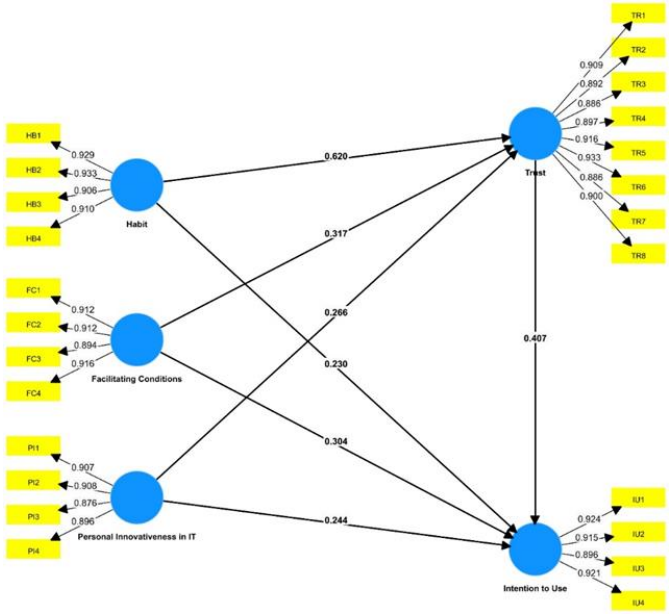
Dari tabel di atas, diperoleh informasi sebagai berikut:

1) Variabel Habit diukur melalui empat indikator (HB1–HB4), yang masing-masing memperoleh nilai mean antara 3.87 hingga 3.95. Rata-rata jawaban responden menunjukkan bahwa mereka cenderung setuju bahwa kebiasaan memainkan peran dalam penggunaan platform Rumahimpian.id. Ini menandakan bahwa penggunaan platform sudah menjadi perilaku yang terbentuk secara otomatis atau rutin bagi sebagian besar responden.
2) Variabel Facilitating Conditions memiliki nilai mean tertinggi pada FC1 (4.07), sementara indikator lainnya (FC2–FC4) memiliki nilai mean antara 3.84 hingga 3.99. Hal ini menunjukkan bahwa para responden setuju bahwa mereka memiliki sumber daya, pengetahuan, dan dukungan yang memadai untuk menggunakan platform tersebut. Rata-rata yang tinggi juga menandakan bahwa faktor lingkungan pendukung sudah cukup memfasilitasi penggunaan platform.
3) Variabel Personal Innovativeness in IT menunjukkan variasi yang lebih besar, dengan nilai mean tertinggi pada PI1 (3.97) dan terendah pada PI3 (3.63). Meskipun masih dalam kategori "Setuju", nilai yang lebih rendah pada PI3 mengindikasikan bahwa sebagian responden mungkin kurang aktif atau kurang antusias mencoba teknologi baru secara spontan, meski secara umum tetap terbuka terhadap inovasi.
4) Variabel Trust memiliki sebaran nilai mean antara 3.87 hingga 4.07. TR1 memiliki nilai tertinggi (4.07), menunjukkan bahwa responden sangat mempercayai aspek tertentu dari platform, kemungkinan terkait keamanan atau kredibilitas. Meskipun ada beberapa indikator dengan nilai mean sedikit lebih rendah (misalnya TR7 = 3.87), keseluruhan persepsi terhadap kepercayaan terhadap platform tetap berada pada kategori "Setuju".
5) Variabel Intention to Use yang terdiri dari empat indikator (IU1–IU4) memiliki nilai mean antara 3.76 hingga 4.03. IU4 mencatat nilai tertinggi (4.03), menandakan minat kuat dari responden untuk menggunakan platform, sedangkan IU3 yang bernilai 3.76 menjadi yang terendah, meskipun tetap dalam kategori "Setuju". Ini menunjukkan bahwa secara umum, niat untuk menggunakan platform Rumahimpian.id cukup tinggi meskipun terdapat sedikit keraguan pada beberapa aspek niat penggunaan.

B. Pengujian Outer Model (Model Pengukuran)

Metode Partial Least Square (PLS) digunakan dalam analisis penelitian ini dengan dukungan dari Software Smart PLS 3.0. Penilaian terhadap keterpercayaan dan keakuratan indikator-indikator yang menjadi landasan konsep dilakukan dengan menggunakan model pengukuran (outer model). Selain itu, kami juga melampirkan diagram path algorithm yang menjelaskan hasil penelitian ini.

Gambar 1. Diagram Path Algorithm



Sumber: Hasil olahan data Smart PLS 3.0, 2025

Model eksternal yang menggabungkan indikator-indikator reflektif, menjalani penilaian melalui analisis faktor konfirmatori untuk menilai validitas konvergen dan diskriminan.

1. Hasil Uji Validitas Konvergen

Tabel 3. Validitas Konvergen

VARIABEL	INDIKATOR	OUTER LOADING	KETERANGAN
Habit *CR: 0.956* *CA: 0.939* *AVE: 0.845*	HB1	0.929	VALID
	HB2	0.933	VALID
	HB3	0.906	VALID
	HB4	0.910	VALID
Facilitating Conditions *CR: 0.950* *CA: 0.930* *AVE: 0.826*	FC1	0.912	VALID
	FC2	0.912	VALID
	FC3	0.894	VALID
	FC4	0.916	VALID
Personal Innovativeness in IT *CR: 0.943* *CA: 0.919* *AVE: 0.804*	PI1	0.907	VALID
	PI2	0.908	VALID
	PI3	0.876	VALID
	PI4	0.896	VALID
Trust *CR: 0.972* *CA: 0.967* *AVE: 0.815*	TR1	0.909	VALID
	TR2	0.892	VALID
	TR3	0.886	VALID
	TR4	0.897	VALID
	TR5	0.916	VALID
	TR6	0.933	VALID
	TR7	0.886	VALID
	TR8	0.900	VALID
Intention to Use *CR: 0.953*	IU1	0.924	VALID
	IU2	0.915	VALID

VARIABEL	INDIKATOR	OUTER LOADING	KETERANGAN
CA: 0.934 *AVE: 0.835*	IU3	0.896	VALID
	IU4	0.921	VALID

Sumber: Hasil olahan data Smart PLS 3.0, 2025

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui sebagai berikut:

Indikator variabel Habit memiliki nilai loading factor > 0.7, sehingga indikator tersebut valid dalam mengukur variabel Habit. Nilai Average Variance Extracted (AVE) sebesar 0.845 yang menunjukkan bahwa 84,5% informasi yang terdapat pada semua indikator dapat mencerminkan variabel Habit. Kemudian, nilai composite reliability (CR) sebesar 0,956 dan cronbach alpha (CA) sebesar 0,939 lebih besar dari 0,7. Hal ini menunjukan bahwa seluruh indikator memiliki kekonsistenan dalam mengukur variabel Habit.

Indikator variabel Facilitating Conditions memiliki nilai loading factor > 0.7, sehingga indikator tersebut valid dalam mengukur variabel Facilitating Conditions. Nilai Average Variance Extracted (AVE) sebesar 0.826 yang menunjukkan bahwa 82,6% informasi yang terdapat pada semua indikator dapat mencerminkan variabel Facilitating Conditions. Kemudian, nilai composite reliability (CR) sebesar 0,950 dan cronbach alpha (CA) sebesar 0,930 lebih besar dari 0,7. Hal ini menunjukan bahwa seluruh indikator memiliki kekonsistenan dalam mengukur variabel Facilitating Conditions.

Indikator variabel Personal Innovativeness in IT memiliki nilai loading factor > 0.7, sehingga indikator tersebut valid dalam mengukur variabel Personal Innovativeness in IT. Nilai Average Variance Extracted (AVE) sebesar 0.804 yang menunjukkan bahwa 80,4% informasi yang terdapat pada semua indikator dapat mencerminkan variabel Personal Innovativeness in IT. Kemudian, nilai composite reliability (CR) sebesar 0,943 dan cronbach alpha (CA) sebesar 0,919 lebih besar dari 0,7. Hal ini menunjukan bahwa seluruh indikator memiliki kekonsistenan dalam mengukur variabel Personal Innovativeness in IT.

Indikator variabel Trust memiliki nilai loading factor > 0.7, sehingga indikator tersebut valid dalam mengukur variabel Trust. Nilai Average Variance Extracted (AVE) sebesar 0.815 yang menunjukkan bahwa 81,5% informasi yang terdapat pada semua indikator dapat mencerminkan variabel Trust. Kemudian, nilai composite reliability (CR) sebesar 0,972 dan cronbach alpha (CA) sebesar 0,967 lebih besar dari 0,7. Hal ini menunjukan bahwa seluruh indikator memiliki kekonsistenan dalam mengukur variabel Trust.

Indikator variabel Intention to Use memiliki nilai loading factor > 0.7, sehingga indikator tersebut valid dalam mengukur variabel Intention to Use. Nilai Average Variance Extracted (AVE) sebesar 0.835 yang menunjukkan bahwa 83,5% informasi yang terdapat pada semua indikator dapat mencerminkan variabel Intention to Use. Kemudian, nilai composite reliability (CR) sebesar 0,953 dan cronbach alpha (CA) sebesar 0,934 lebih besar dari 0,7. Hal ini menunjukan bahwa seluruh indikator memiliki kekonsistenan dalam mengukur variabel Intention to Use.

2. Hasil Uji Validitas Diskriminan

Tabel 4. Validitas Deskriminan

	Habit	Facilitating Condition	Personal Innovativeness in IT	Trust	Intention to Use
HB1	0.929	0.593	0.578	0.516	0.578
HB2	0.933	0.520	0.520	0.533	0.523
HB3	0.906	0.559	0.569	0.586	0.559
HB4	0.910	0.564	0.578	0.600	0.569
FC1	0.560	0.912	0.563	0.575	0.574
FC2	0.572	0.912	0.563	0.593	0.582
FC3	0.575	0.894	0.571	0.582	0.564
FC4	0.588	0.916	0.555	0.597	0.575
PI1	0.579	0.546	0.907	0.575	0.574
PI2	0.583	0.576	0.908	0.596	0.589
PI3	0.538	0.527	0.876	0.536	0.527
PI4	0.558	0.557	0.896	0.552	0.530
TR1	0.570	0.587	0.563	0.909	0.584
TR2	0.558	0.583	0.549	0.892	0.568
TR3	0.556	0.555	0.556	0.886	0.553
TR4	0.572	0.585	0.552	0.897	0.558
TR5	0.529	0.593	0.578	0.916	0.578
TR6	0.533	0.520	0.920	0.933	0.323
TR7	0.506	0.559	0.569	0.886	0.559
TR8	0.510	0.564	0.578	0.900	0.569
IU1	0.579	0.591	0.564	0.581	0.924
IU2	0.567	0.581	0.566	0.581	0.915
IU3	0.572	0.548	0.576	0.576	0.896
IU4	0.590	0.596	0.583	0.302	0.921

Sumber: Hasil olahan data Smart PLS 3.0, 2025

3. Hasil Uji Fornel dan Deskriminan Rasio HTMT

Tabel 5. Fornell – Lacker Criterion

	Habit	Facilitating Conditions	Personal Innovativeness in IT	Trust	Intention to Use
Habit	0.920				
Facilitating Conditions	0.862	0.909			
Personal Innovativeness in IT	0.864	0.850	0.897		
Trust	0.889	0.876	0.865	0.903	
Intention to Use	0.860	0.862	0.854	0.869	0.914

Sumber: Hasil olahan data Smart PLS 3.0, 2025

Tabel 6. Diskriminan Rasio HTMT

	Habit	Facilitating Conditions	Personal Innovativeness in IT	Trust	Intention to Use
Habit					
Facilitating Conditions	0.803				
Personal Innovativeness in IT	0.804	0.803			
Trust	0.804	0.803	0.802		
Intention to Use	0.802	0.803	0.803	0.802	

Sumber: Hasil olahan data Smart PLS 3.0, 2025

Berdasarkan tabel diatas, dengan tiga model pengukuran validitas diskriminan yaitu cross loading, fornell-larcker criterion dan rasio HTMT terpenuhi dengan baik. Untuk validitas diskriminan dengan model cross loading dapat diketahui bahwa HB1 – HB4 memiliki korelasi tertinggi terhadap variabel Habit. Begitu pula dengan indikator

lainnya yang memiliki korelasi tertinggi terhadap masing-masing variabel latennya. Selanjutnya untuk validitas diskriminan dengan metode Fornell-Larcker Criterion terlihat bahwa nilainya utuk setiap variabel lebih besar dari dari korelasi variable lainnya. Terakhir untuk pengujian validitas diskriminan dengan metode rasio HTMT, terlihat bahwa nilai korelasi antar variable laten kurang dari 0.9.

C. Pengujian Inner Model (Model Pengukuran)

1. Hasil Uji R Square

Tabel 7. R- Square

	R-square	R-square adjusted
Trust	0.986	0.986
Intention to Use	0.948	0.947

Berdasarkan hasil yang disajikan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa pada sub struktur pertama diperoleh nilai R Square adjusted sebesar 0,986. Hal ini dapat diinterprestasikan bahwa variabilitas konstruk Habit, Facilitating Conditions, dan Personal Innovativeness in IT dapat menjelaskan variabilitas konstruk Trust sebesar 98,6%.

Pada sub struktur kedua diperoleh nilai R Square adjusted sebesar 0,947. Hal ini dapat diinterprestasikan bahwa variabilitas konstruk Habit, Facilitating Conditions, Personal Innovativeness in IT dan Trust dapat menjelaskan variabilitas konstruk Intention to Use sebesar 94,7%.

2. Hasil Uji Hipotesis dan Pembahasan

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values
Habit → Trust	0.620	0.620	0.041	15.001	0.000
Facilitating Conditions → Trust	0.317	0.317	0.047	6.720	0.000
Personal Innovativeness in IT → Trust	0.266	0.266	0.038	2.759	0.009
Habit → Intention to Use	0.230	0.286	0.270	2.112	0.031
Facilitating Conditions → Intention to Use	0.304	0.322	0.104	2.920	0.004
Personal Innovativeness in IT → Intention to Use	0.244	0.255	0.084	2.903	0.004
Trust → Intention to Use	0.407	0.323	0.371	3.097	0.003
Habit → Trust → Intention to Use	0.252	0.193	0.224	3.128	0.009
Facilitating Conditions → Trust → Intention to Use	0.129	0.113	0.131	2.983	0.006
Personal Innovativeness in IT → Trust → Intention to Use	0.127	0.117	0.028	2.968	0.003

Sumber: Hasil olahan data Smart PLS 3.0, 2025

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi dan pembahasan sebagai berikut:

1) Habit berpengaruh positif dan signfikan terhadap Trust dengan nilai t – value sebesar 15,001 > 1,96 dan nilai p – values 0,000 <0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H0 di tolak dan Ha di terima.
2) Facilitating Conditions berpengaruh positif dan signfikan terhadap Trust dengan nilai t – value sebesar 6,720 > 1,96 dan nilai p – values 0,000 <0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H0 di tolak dan Ha di terima.

3) Personal Innovativeness in IT berpengaruh positif dan signfikan terhadap Trust dengan nilai t – value sebesar 2,759 > 1,96 dan nilai p – values 0,004 <0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H0 di tolak dan Ha di terima.
4) Habit berpengaruh positif dan signfikan terhadap Intention to Use dengan nilai t – value sebesar 2,112 > 1,96 dan nilai p – values 0,031 <0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H0 di tolak dan Ha di terima.
5) Facilitating Conditions berpengaruh positif dan signfikan terhadap Intention to Use dengan nilai t – value sebesar 2,920 > 1,96 dan nilai p – values 0,004 <0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H0 di tolak dan Ha di terima.
6) Personal Innovativeness in IT berpengaruh positif dan signfikan terhadap Intention to Use dengan nilai t – value sebesar 2,903 > 1,96 dan nilai p – values 0,004 <0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H0 di tolak dan Ha di terima.
7) Trust berpengaruh positif dan signfikan terhadap Intention to Use dengan nilai t – value sebesar 3,097 > 1,96 dan nilai p – values 0,003 <0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H0 di tolak dan Ha di terima.
8) Habit berpengaruh positif dan signfikan terhadap Intention to Use melalui Trust dengan nilai t – value sebesar 3,128 > 1,96 dan nilai p – values 0,009 <0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H0 di tolak dan Ha di terima.
9) Facilitating Conditions berpengaruh positif dan signfikan terhadap Intention to Use dengan nilai t – value sebesar 2,983 > 1,96 dan nilai p – values 0,006 <0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H0 di tolak dan Ha di terima.
10) Personal Innovativeness in IT berpengaruh positif dan signfikan terhadap Intention to Use dengan nilai t – value sebesar 2,968 > 1,96 dan nilai p – values 0,003 <0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H0 di tolak dan Ha di terima.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat mengimplementasikan hal-hal sebagai berikut:

1. Pengaruh Habit terhadap Trust

Habit berpengaruh positif dan signfikan terhadap Trust dengan nilai t – value sebesar 15,001 > 1,96 dan nilai p – values 0,000 <0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H0 di tolak dan Ha di terima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Habit memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Trust. Hal ini berbanding terbalik dengan penelitian [16]Rahman et al., (2020) yang mengungkapkan bawah Kebiasaan berbelanja online tidak dipengaruhi dengan variable kepercayaan. Kosumen yang terbiasa menggunakan platform digital cenderung merasa lebih percaya bertransaksi secara digital karena merasa lebih mudah, memiliki kepastian, minim human eror dan tercatat secara digital.

2. Pengaruh Facilitating Condition terhadap Trust

Facilitating Conditions berpengaruh positif dan signfikan terhadap Trust dengan nilai t – value sebesar 6,720 > 1,96 dan nilai p – values 0,000 <0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H0 di tolak dan Ha di terima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Facilitating Conditions memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Trust. Hal ini berbanding terbalik dengan penelitian [17]Uviyanti et al., (2022) yang menyatakan bahwa fasilitas, risiko, pengaruh sosial dan harga tidak mempengaruhi kepercayaan konsumen pada system e-commerce. Fasilitas yang mendukung akan cenderung meningkatkan keamanan dan kepercayaan dalam transaksi digital, seperti tersedianya perangkat yang memadai yang mampu mencegah potensi kejahatan dalam transaksi digital. Penyedia layanan terutama dalam bidang jasa keuangan sangat

penting untuk memiliki kredibilitas dan keandalan dengan selalu melakukan pembaruan perangkat keras dan perangkat lunak pada system keamanannya.

3. Pengaruh Personal Innovativeness in IT terhadap Trust

Personal Innovativeness in IT berpengaruh positif dan signfikan terhadap Trust dengan nilai t – value sebesar 2,759 > 1,96 dan nilai p – values 0,004 <0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H0 di tolak dan Ha di terima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Personal Innovativeness in IT memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Trust. Hal ini sesuai dengan penelitian [18]Solarz & Adamek, (2023) yang menyatakan korelasi positif timbal balik antara kepercayaan dan inovasi pribadi dalam layanan Fintech di Polandia. Dimana hubungan inovasi pribadi dan kepercayaan saling memperkuat. konsumen yang memiliki kemampuan adaptasi teknologi dengan baik cenderung lebih terbuka dan lebih percaya pada layanan digital.

4. Pengaruh Habit terhadap Intention to Use

Habit berpengaruh positif dan signfikan terhadap Intention to Use dengan nilai t – value sebesar 2,112 > 1,96 dan nilai p – values 0,031 <0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H0 di tolak dan Ha di terima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Habit memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Intention to Use. Hal ini sejalan dengan penelitian [19]Wijaya & Noviaristanti (2024) bahwa kebiasaan nasabah PT BCA berpengaruh positif signifikan dalam mengadopsi layanan mobile banking BLU. Konsumen yang sudah terbiasa melakukan transaksi secara digital cenderung merasa lebih mudah, lebih hemat waktu dan biaya. Dibandingkan dengan transaksi manual yang mengharuskan konsumen meluangkan waktu khusus untuk datang ke kantor cabang terdekat, dimana memerlukan biaya dan waktu yang lebih banyak.

5. Pengaruh Facilitating Condition terhadap Intention to Use

Facilitating Conditions berpengaruh positif dan signfikan terhadap Intention to Use dengan nilai t – value sebesar 2,920 > 1,96 dan nilai p – values 0,004 <0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H0 di tolak dan Ha di terima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Facilitating Conditions memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Intention to Use. Hal ini sejalan dengan pendapat [20]Tariq et al., (2024) yang mengungkapkan bahwa pengguna perlu menanggung Biaya seperti internet seluler, biaya komunikasi dan biaya layanan. Selain itu, mereka harus memiliki pengetahuan penting untuk mengoperasikan mobile banking, yang membahas teknologi yang sedang berkembang. Jika pengguna tidak memiliki sumber daya dan informasi ini, mereka mungkin tidak dapat terus menggunakan internet seluler.

6. Pengaruh Personal Innovativeness in IT terhadap Intention to Use

Personal Innovativeness in IT berpengaruh positif dan signfikan terhadap Intention to Use dengan nilai t – value sebesar 2,903 > 1,96 dan nilai p – values 0,004 <0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H0 di tolak dan Ha di terima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Personal Innovativeness in IT memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Intention to Use. Hal ini sesuai dengan penelitian [21]Hilal & Varela-Neira, (2022) yang menunjukkan Personal Innovativeness in IT diidentifikasi sebagai prediktor signifikan untuk menggunakan FinTech, karakteristik mereka yang berpikiran maju, berorientasi pada tindakan, dan mencari peluang. Oleh karena itu, individu yang proaktif akan memiliki keinginan yang lebih besar terhadap penggunaan teknologi.

7. Pengaruh Habit terhadap Trust

Trust berpengaruh positif dan signfikan terhadap Intention to Use dengan nilai t – value sebesar 3,097 > 1,96 dan nilai p – values 0,003 <0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H0 di tolak dan Ha di terima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Trust memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Intention to Use. Hal ini sejalan dengan penelitian [22]Tariq et al., (2024) yang menyatakan adopsi teknologi keuangan memiliki tingkat risiko bawaan tertentu, dan karena alasan tersebut, kepercayaan menjadi variabel yang sangat terkait dalam proses adopsi dan penggunaan.

8. Pengaruh Habit terhadap Intention to Use melalui Trust

Habit berpengaruh positif dan signfikan terhadap Intention to Use melalui Trust dengan nilai t – value sebesar 3,128 > 1,96 dan nilai p – values 0,009 <0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H0 di tolak dan Ha di terima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Habit memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Intention to Use melalui Trust. Hal ini sejalan dengan penelitian [23]Prosiding et al., (2022) bahwa Habit dan Trust berpengaruh secara simultan atau bersamaan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan untuk meningkatkan minat penggunaan ShopeePay dalam aplikasi Shopee.

9. Pengaruh Facilitating Condition terhadap Intention to Use melalui Trust

Facilitating Conditions berpengaruh positif dan signfikan terhadap Intention to Use dengan nilai t – value sebesar 2,983 > 1,96 dan nilai p – values 0,006 <0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H0 di tolak dan Ha di terima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Facilitating Conditions memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Intention to Use melalui Trust. Hal ini sejalan dengan pendapat [24]Rahmatulloh et al., (2024) dimana peningkatan infrastruktur, keamanan, keterampilan, dan sumber daya, serta menawarkan dukungan responsif 24/7, dapat meningkatkan kepercayaan dan memperluas basis pengguna. Memenuhi harapan ini, bersama dengan upaya pemasaran yang terarah, akan memotivasi pengguna untuk terus menggunakan layanan tersebut.

10. Pengaruh Personal Innovativeness in IT terhadap Intention to Use melalui Trust

Personal Innovativeness in IT berpengaruh positif dan signfikan terhadap Intention to Use dengan nilai t – value sebesar 2,968 > 1,96 dan nilai p – values 0,003 <0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H0 di tolak dan Ha di terima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Personal Innovativeness in IT memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Intention to Use melalui Trust. Hal ini sejalan dengan pendapat [25]Judijanto et al., (2024) yang menyatakan Kepercayaan dan keinovatifan pribadi merupakan faktor penting dalam keputusan konsumen untuk menggunakan layanan pinjaman digital yang ditawarkan oleh pemberi pinjaman Fintech.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan kajian, hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa dalam hubungan secara langsung Habit, Facilitating Condition dan Personal Innovativeness in IT secara signifikan memengaruhi Trust. Selanjutnya Habit, Facilitating Condition, Personal Innovativeness in IT dan Trust secara signifikan memengaruhi Intention to Use. Sementara dalam hubungan tidak langsung Habit, Facilitating Condition dan Personal Innovativeness in IT secara signifikan juga memengaruhi Intention to Use melalui Trust. Platform rumahimpian.id secara baik diterima oleh nasabah dan calon nasabah pembiayaan rumah di Bank Syariah Indonesia Area Malang, hal tersebut

dikarenakan kredibilitas Bank BSI sendiri dan fasilitas informasi yang cukup lengkap dan mudah dipahami oleh pengguna, diharapkan pengenalan dan sosilisasi platform rumahimpian.id dapat lebih ditingkatkan agar lebih dikenal oleh konsumen yang memiliki kebutuhan dalam pembiayaan kepemilikan rumah.

DAFTAR PUSTAKA

Ghozali. (2020). Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiri. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gupta, P., Hooda, A., Jeyaraj, A., Seddon, J. J. M., & Dwivedi, Y. K. (2024). Trust, Risk, Privacy and Security in e-Government Use: Insights from a MASEM Analysis. Information Systems Frontiers. https://doi.org/10.1007/s10796-024-10497-8

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2020). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (2nd ed.). Sage Publications.

Hilal, A., & Varela-Neira, C. (2022). Understanding Consumer Adoption of Mobile Banking: Extending the UTAUT2 Model with Proactive Personality. Sustainability (Switzerland), 14(22). https://doi.org/10.3390/su142214708

Judijanto, L., Destiana, R., Sudarmanto, E., Ayu, I., Suprapti, P., & Harsono, I. (2024). Analisis Pengaruh Adopsi Teknologi Finansial, Kepercayaan Nasabah, dan Regulasi Terhadap Penggunaan Layanan Keuangan Digital. In Jurnal Akuntansi dan Keuangan West Science (Vol. 3, Issue 01).

Maulidiyah, D. R., Fatimatuzzahra, V., & Rusgianto, S. (2023). Pengaruh Pembiayaan Perbankan Syariah Berdasarkan Sektor Ekonomi Terhadap Lingkungan Hidup di Indonesia dengan Inflasi Sebagai Moderasi. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 9(2), 3014. https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8946

Prosiding, S., Pnj ; Tetty Rimenda, S. E., & Si, M. (2022). Ardianti Nurinda Aprillia & Dr. www.bi.go.id

Rahman, H., Nurlatifah, H., Studi, P., Pemasaran, M., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2020). Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use, Trust, Online Convenience terhadap Purchase Intention melalui Online Shopping Habits (Studi Kasus Pembelian Tiket Bioskop pada Aplikasi Gotix). In Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial (Vol. 1, Issue 1).

Rahmatulloh, F., Sumarwan, U., Hartoyo, & Sartono, B. (2024). UNVEILING FACTORS INFLUENCING NEOBANKING ADOPTION WITH AN EXTENDED UTAUT-3 MODEL TO IMPROVE NEOBANK MARKETING STRATEGY. International Journal of Economics and Finance Studies, 16(3), 203–228. https://doi.org/10.34109/ijefs.202416310

Solarz, M., & Adamek, J. (2023). Trust and Personal Innovativeness as the Prerequisites for Using Digital Lending Services Offered by FinTech Lenders. Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska, Sectio H – Oeconomia, 57(1), 197–218. https://doi.org/10.17951/h.2023.57.1.197-218

Tariq, M., Maryam, S. Z., & Shaheen, W. A. (2024). Cognitive factors and actual usage of Fintech innovation: Exploring the UTAUT framework for digital banking. Heliyon, 10(15). https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e35582

Uviyanti, S., Pramuka, A., & Putri, N. K. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pembelian Pada Sistem E-Commerce Dengan Kepercayan Sebagai Pemediasi. Jurnal Akuntansi Publik, 2(1).

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. MIS quarterly, 425–478.

Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2016). A I S ssociation for nformation ystems Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A Synthesis and the Road Ahead. J Ournal, 17, 328–376.

Venkatesh, V., Walton, S. M., & Thong, J. Y. L. (2012). Quarterly Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology1. http://about.jstor.org/terms

Wijaya, T. H., & Noviaristanti, S. (2024). Analysis of The Use of Mobile Banking Applications Using The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 (UTAUT3) and Perceived Security Models For PT BCA Digital Customers. JRSSEM 2024, 03(12), 1687–1698. https://doi.org/10.59141/jrssem.v3i08.559.