

Minat Penggunaan *Mobile Banking* Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi (Studi Empiris Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sains Al-Qur'an Jawa Tengah di Wonosobo)

Nur Malikha Ulfah¹, Kurniawati Mutmainah^{2*}, Romandhon³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sains Al Qur'an Jawa Tengah di Wonosobo

ulfahmalikha@gmail.com, niakurnia.m@gmail.com*, romandhon@unsiq.ac.id

Abstrak

Tujuan - Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dalam penggunaan, persepsi kepercayaan, persepsi risiko dan kemampuan individu mengoperasikan komputer terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Metodologi - Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Sains Al Qur'an Jawa Tengah di Wonosobo. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum di Universitas Sains Al Qur'an Wonosobo. Responden yang dipilih menjadi sampel adalah mahasiswa yang aktif menggunakan *mobile banking* sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 84 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dengan cara membagikan kuesioner secara langsung kepada mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum di Universitas Sains Al Qur'an Wonosobo, dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS *Statistics* v.17.

Hasil - Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*, sedangkan persepsi kemudahan dalam penggunaan, persepsi kepercayaan, persepsi risiko dan kemampuan individu mengoperasikan komputer tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Implikasi - Bagi pihak bank diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat terus melakukan evaluasi serta perbaikan pelayanan mengenai aplikasi *mobile banking* yang melayani transaksi digital yang disediakan, sehingga dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk menggunakan *mobile banking*.

Orisinalitas - Penelitian ini menguji beberapa faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan sistem pembayaran jaringan IDN dalam melakukan transaksi secara digital melalui *mobile banking*.

Kata Kunci : Minat menggunakan *mobile banking*, persepsi manfaat, persepsi kemudahan dalam menggunakan, persepsi kepercayaan, persepsi risiko, kemampuan individu mengoperasikan komputer.

Pendahuluan

Perkembangan layanan perbankan sekarang ini tidak hanya mengunggulkan slogan aman dan terpercaya saja, namun seiring berkembang pesatnya teknologi informasi di dunia, layanan perbankan dikembangkan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Perkembangan teknologi informasi di dunia mendorong lembaga perbankan untuk membuat *online banking* sebagai layanan secara *online* atau tidak langsung yang bertujuan lebih memudahkan nasabah dalam melakukan segala macam transaksi. Menurut Ludiman, Imbuh dan Mutmainah (2020) pada era modern sekarang ini peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar,

karena hampir semua sektor yang berhubungan dengan keuangan membutuhkan jasa perbankan. Melalui perbankan, transaksi peredaran uang berjalan, pembangunan dan investasi bisa terlaksana. Irmadhani dan Adhi dalam Nurhaliza (2020) mendefinisikan *online banking* adalah layanan transaksi perbankan yang dapat dilakukan oleh nasabah dari rumah, tempat usaha atau di lokasi-lokasi lain yang bukan di lokasi bank yang riil (kantor cabang) dengan menggunakan media komunikasi seperti komputer, telepon seluler dan telepon rumah. Bank Indonesia membagi *online banking* menjadi empat kategori yakni *internet banking*, *mobile banking*, *phone banking* dan *SMS banking*. Dikutip dari Kontan.co.id Walfajri (2021) mengatakan bahwa gubernur Bank Indonesia Ferry Warjiyo mengatakan bahwa nilai transaksi *digital banking* meningkat 46,72% menjadi Rp. 28.685,48 triliun hingga September 2021. Pencapaian itu diproyeksikan akan terus tumbuh 43,04% mencapai Rp. 39.130 triliun untuk keseluruhan tahun ini. Lembaga perbankan sendiri sudah dipengaruhi kuat oleh teknologi informasi dalam memberikan layanan maupun jasa-jasa kepada nasabah. Oleh karena tuntutan itu, banyak bank yang menyediakan layanan berbasis teknologi informasi (TI), salah satunya penggunaan *mobile banking*.

Fenomena yang terkait dengan minat penggunaan *mobile banking* di Universitas Sains Al Qur'an Wonosobo dikarenakan lembaga pendidikan tersebut mulai tahun 2019 menggunakan sistem pembayaran melalui jaringan IDN. Jaringan IDN merupakan portal digitalisasi untuk edukasi, menuju inklusi keuangan dengan membuka gerbang ekosistem pembayaran digital untuk semua institusi pendidikan di Indonesia. *Merchant-merchant* yang bergabung dalam jaringan IDN terdiri dari dua retail terbesar di Indonesia, tujuh bank ternama di Indonesia dan sepuluh aplikasi *mobile* akan menjadi solusi untuk mengatasi masalah pembayaran pendidikan di setiap institusi (Infradigital, 2017). Namun berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, masih sedikit mahasiswa di Universitas Sains Al Qur'an Wonosobo yang menggunakan sistem pembayaran jaringan IDN dalam melakukan transaksi secara digital melalui *mobile banking*. Mayoritas mahasiswa di universitas ini berasal dari kalangan santri, dimana budaya pesantren yang mengajarkan hidup dalam kesederhanaan, menjadi alasan dengan sedikitnya mahasiswa yang menggunakan *mobile banking*. Hal ini dibuktikan dengan dari hasil observasi awal melalui pre-test terhadap mahasiswa Universitas Sains Al Qur'an Wonosobo dengan cara mengumpulkan informasi data pengguna *mobile banking* yang disebarakan secara online melalui aplikasi *whatsapp* ke beberapa mahasiswa tiap program studi.

Tabel 1

Data Mahasiswa Universitas Sains Al Qur'an Wonosobo Pengguna *Mobile Banking* melalui Jaringan IDN

No	Fakultas	Jumlah Mahasiswa/ Fakultas	Jumlah Pengguna <i>Mobile Banking</i> melalui Jaringan IDN	Persentase Pengguna <i>Mobile Banking</i> / Fakultas
1	Bahasa dan Sastra	306	62	19,6%

2	Ekonomi dan Bisnis	1643	205	12,4%
3	Ilmu Kesehatan	411	93	22,6%
4	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan	2350	236	10%
5	Komunikasi dan Sosial Politik	937	107	11%
6	Syari'ah dan Hukum	1116	84	7,5%
7	Teknik dan Ilmu Komputer	1707	178	10%
8	Pascasarjana	211	72	33%
JUMLAH		8681	1037	11,9%

Sumber : Data primer diolah, 2022

Dari tabel diatas, terbukti bahwa dari seluruh mahasiswa di Universitas Sains Al Qur'an yang berjumlah 8681 mahasiswa hanya 1037 mahasiswa atau 11,9% saja yang menggunakan *mobile banking* untuk melakukan transaksi secara digital. Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum yang memiliki jumlah persentase paling sedikit dalam penggunaan *mobile banking* yakni 7,5% sehingga dijadikan sampel dalam penelitian ini. Perbandingan yang sangat jauh antara jumlah seluruh mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum dengan jumlah pengguna *mobile banking* mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum yakni 1:13 menjadi alasan dalam pengambilan sampel ini.

Penelitian ini akan menganalisis kembali terhadap faktor-faktor yang memengaruhi minat terhadap penggunaan *mobile banking*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah persepsi manfaat, persepsi kemudahan dalam penggunaan, persepsi kepercayaan, persepsi risiko dan kemampuan individu mengoperasikan komputer. Sampel penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sains Al Qur'an Wonosobo.

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah masih sedikitnya mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sains Al Qur'an Wonosobo yang menggunakan *mobile banking* untuk melakukan transaksi secara digital. Maka pertanyaan penelitian yang diajukan adalah: apakah persepsi manfaat, persepsi kemudahan dalam penggunaan, persepsi kepercayaan, dan kemampuan individu mengoperasikan komputer berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking* mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sains Al Qur'an Wonosobo? Dan apakah persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan *mobile banking* mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sains Al Qur'an Wonosobo? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dalam penggunaan, persepsi kepercayaan, persepsi resiko dan kemampuan individu mengoperasikan komputer terhadap minat penggunaan *mobile banking* mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sains Al Qur'an Wonosobo.

Kajian Pustaka

Teori TAM (*Technology Acceptance Model*)

Technology Acceptance Model atau yang lebih sering dikenal dengan teori TAM, merupakan model yang disusun oleh Davis dalam Andarwati (2017) dimana model ini digunakan untuk menjelaskan penerimaan teknologi yang akan digunakan oleh pengguna teknologi itu sendiri. *Grand theory* yang digunakan Davis yakni TRA (*Theory of Reasoned Action*). Menurut Gefen, David., Karahanna dalam Prasetyo, R.T (2020) sampai saat ini teori TAM merupakan model yang paling banyak digunakan dalam memprediksi penerimaan teknologi informasi. Model ini memiliki tujuan untuk menjelaskan berbagai faktor perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan teknologi informasi yang digunakan.

Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*

Menurut Jogiyanto (2017) persepsi manfaat diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Adams, D. A., Nelson, R. R., & Todd dalam Setyowati (2017) mendefinisikan kemanfaatan (*usefulness*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu objek tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut.

Dari beberapa definisi menurut para ahli diatas, disimpulkan bahwa persepsi manfaat memiliki arti tanggapan seseorang yang diiringi dengan keyakinan jika memanfaatkan teknologi sebaik mungkin akan meningkatkan kualitas kinerjanya serta memberikan berbagai manfaat. Oleh karena itu, jika mahasiswa merasa dengan menggunakan *mobile banking* mampu meningkatkan kinerja, menambah tingkat produktifitas dan meningkatkan efektifitas kinerja, maka mereka akan berminat untuk menggunakan *mobile banking*. Sehingga dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H1 : Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Pengaruh Persepsi Kemudahan dalam Penggunaan terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*

Menurut Davis dalam Pratama (2019) persepsi kemudahan dalam penggunaan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa dalam menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha yang keras. Sementara menurut Jogiyanto (2017) persepsi kemudahan diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.

Dari beberapa definisi menurut para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berarti tanggapan seseorang yang diiringi dengan keyakinan bahwa jika dapat mengoperasikan teknologi dengan mudah maka akan mempermudah dirinya dalam mengambil keputusan dan usaha yang dikeluarkan tidak membutuhkan tenaga yang besar serta tidak merepotkan dirinya sendiri. Oleh karena itu, jika mahasiswa merasa bahwa *mobile banking* mudah dipelajari, mudah digunakan, jelas dan dapat dipahami serta dapat membuat lebih terampil untuk pemakaian secara berkelanjutan, maka mereka akan berminat untuk menggunakan *mobile banking*. Sehingga dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H2 : Persepsi kemudahan dalam penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*

Ba, S. And Pavlou dalam Sitompul (2019) mendefinisikan kepercayaan sebagai penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian. Sementara menurut Mayer, R. C., Davis, J. H. & Schoorman dalam Deborah (2019) kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima resiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya.

Dari beberapa definisi menurut para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa persepsi kepercayaan berarti tanggapan seseorang yang diiringi dengan keyakinan terhadap orang lain untuk melakukan tindakan sesuai dengan apa yang diharapkan dengan menerima segala risiko yang ada. Ketika mahasiswa percaya bahwa pihak bank dapat dipercaya, mengedepankan kepentingan nasabah, dapat menjaga nama baik dan memiliki komitmen yang tinggi, memberikan informasi yang akurat serta memberikan perhatian kepada nasabah yang menggunakan *mobile banking*, maka mahasiswa akan tertarik untuk menggunakan *mobile banking* berkelanjutan. Sehingga dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H3 : Persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*

Menurut Jogiyanto (2017) persepsi risiko adalah suatu persepsi-persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan. Sementara menurut Dowling dalam Atarwaman (2022) persepsi terhadap risiko adalah persepsi negative konsumen atas sejumlah aktivitas yang didasarkan pada hasil yang negatif dan memungkinkan bahwa hasil tersebut menjadi nyata.

Dari sini dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko adalah seberapa tinggi tingkat kepercayaan seseorang dalam melakukan suatu kegiatan setelah mengetahui akibat dan konsekuensi yang akan dihadapi. Ketika mahasiswa memiliki persepsi bahwa menggunakan *mobile banking* dapat menimbulkan risiko penipuan, pencurian data maupun uang, maka hal tersebut akan mengurangi minat mahasiswa untuk menggunakan *mobile banking*. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

H4 : Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Pengaruh Kemampuan Individu Mengoperasikan Komputer terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*

Menurut Doyle dalam Maharani (2019) kemampuan penggunaan komputer diartikan sebagai *judgement* kapabilitas seseorang untuk menggunakan komputer atau sistem teknologi informasi. Sementara menurut Bandura dalam Setyowati (2017) keahlian menggunakan komputer diartikan sebagai kepercayaan seseorang yang mempunyai kemampuan untuk mengoperasikan komputer yang dipengaruhi oleh motivasi dan perilaku.

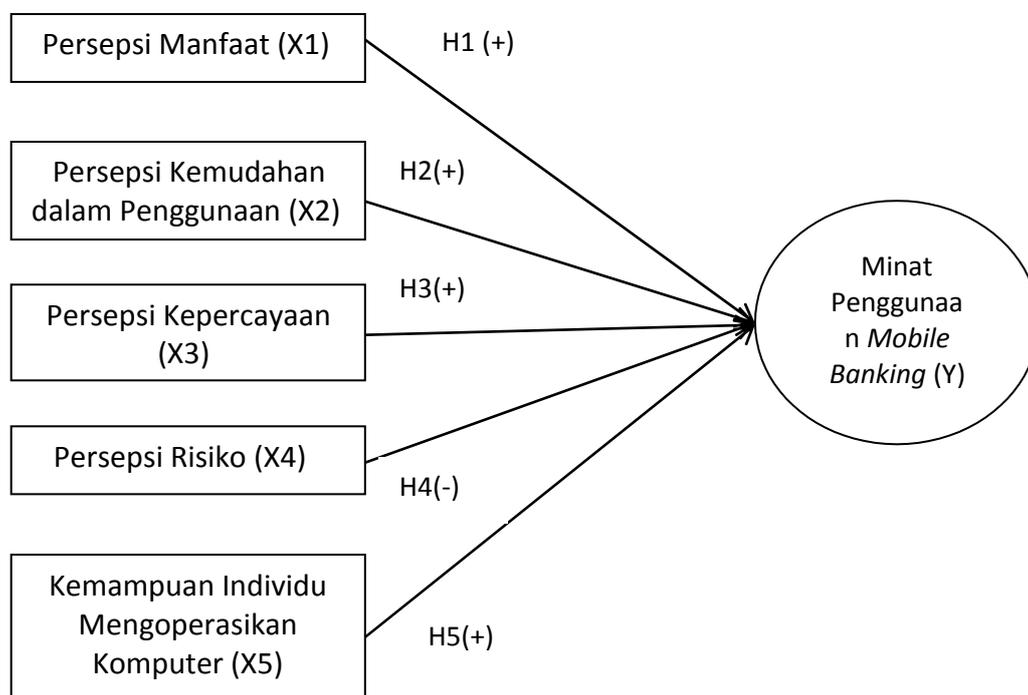
Dari beberapa definisi tersebut diatas, disimpulkan bahwa kemampuan individu mengoperasikan komputer dapat diartikan kemampuan atau keahlian seseorang yang memiliki ilmu serta pengetahuan tentang sistem teknologi informasi yang diiringi motivasi dan keyakinan jika dapat mengoperasikannya dengan baik maka dapat membantu meringankan pekerjaan yang sulit. Jika tingkat kemampuan mahasiswa dalam mengoperasikan *mobile banking* semakin tinggi, maka minat penggunaan *mobile banking* secara berkelanjutan juga meningkat karena mahasiswa sudah merasakan manfaat yang diperoleh serta kemudahan dalam penggunaannya. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H5 : Kemampuan individu mengoperasikan komputer berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Kerangka Pemikiran Teoritis

Berdasarkan landasan teori yang telah dipaparkan sebelumnya tentang variable-variabel yang memengaruhi minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* dengan menggunakan teori TAM, maka dibuat model penelitian sebagai berikut :

Gambar 1
Model Penelitian



Metodologi Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Universitas Sains Al Qur'an Jawa Tengah di Wonosobo. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria pengambilan sampel berdasarkan fakultas dengan jumlah persentase mahasiswa yang paling sedikit dalam menggunakan *mobile banking*. Fakultas Syari'ah dan Hukum yang memiliki jumlah persentase paling sedikit yakni 7,5% atau 84 mahasiswa pengguna *mobile banking* dijadikan sampel dalam penelitian ini. Sedangkan untuk kriteria responden dalam penelitian ini yaitu:

1. Responden merupakan nasabah pada salah satu dari keenam bank yang ditentukan oleh penulis (BRI sebanyak 61 mahasiswa, BNI sebanyak 6 mahasiswa, BCA sebanyak 4 mahasiswa, Bank Mandiri sebanyak 2 mahasiswa, Bank Jateng dan Bank BTN sebanyak 3 mahasiswa).
2. Responden memiliki fasilitas akses *mobile banking* pada salah satu dari keenam bank tersebut, atau jika responden memiliki fasilitas akses *mobile banking* lebih dari satu bank, diharapkan responden memilih salah satu dari fasilitas akses *mobile banking* bank mana yang paling sering digunakan. Sebanyak 16 mahasiswa memiliki lebih dari satu bank dan akses *mobile banking* bank BRI yang paling sering digunakan
3. Responden telah melakukan transaksi dengan *mobile banking* minimal satu kali dalam sebulan. Sebanyak 76 mahasiswa melakukan transaksi lebih dari satu kali dalam sebulan dan 8 mahasiswa tidak melakukan transaksi sama sekali dalam sebulan.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Minat Penggunaan *Mobile Banking* (Y)

Menurut Jati (2019) dalam Ernawati, Nopi dan Noersanti (2020) minat penggunaan teknologi informasi adalah sebagai tingkatan keinginan atau niat seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi informasi secara terus menerus dengan asumsi bahwa orang tersebut memiliki akses terhadap teknologi informasi. Salah satu teknologi informasi yang digunakan dalam penelitian ini yakni penggunaan *mobile banking*.

Variabel ini diukur dengan kuesioner yang dikembangkan oleh Ferdinand dalam Miranti (2017) yang terdiri dari 4 pernyataan dan memiliki lima poin skala likert. Adapun indikator dari minat penggunaan *mobile banking* adalah:

1. Minat Transaksional
2. Minat Referensial
3. Minat Preferensial
4. Minat Eksploratif

Persepsi Manfaat (X1)

Adams, D. A., Nelson, R. R., & Todd dalam Setyowati (2017) mendefinisikan kemanfaatan (*usefulness*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu objek tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut.

Variabel ini diukur dengan kuesioner yang dikembangkan oleh Davis dalam Lai (2017) yang terdiri dari 5 pernyataan dan memiliki lima poin skala likert. Adapun indikator dari persepsi manfaat adalah:

1. Mempemudah transaksi pembayaran.
2. Mempercepat transaksi pembayaran.
3. Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi.
4. Memberikan rasa aman ketika melakukan transaksi pembayaran.
5. Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran.

Persepsi Kemudahan dalam Penggunaan (X2)

Davis dalam Pratama (2019) mendefinisikan persepsi kemudahan dalam penggunaan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa dalam menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha yang keras.

Variabel ini diukur dengan kuesioner yang dikembangkan oleh Davis dalam Sitinjak, Tari (2019) yang terdiri dari 5 pernyataan dan memiliki lima poin skala likert. Adapun indikator dari persepsi kemudahan dalam penggunaan adalah:

1. Mudah dipelajari
2. Dapat dikontrol
3. Fleksibel
4. Mudah digunakan
5. Jelas dan dapat dipahami

Persepsi Kepercayaan (X3)

Menurut Mayer, R. C., Davis, J. H. & Schoorman dalam Sitompul (2019) kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima risiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya.

Variabel ini diukur dengan kuesioner yang dikembangkan oleh Kotler dalam Muhtarom (2022) yang terdiri dari 4 pernyataan dan memiliki lima poin skala likert. Adapun indikator dari persepsi kepercayaan adalah:

1. Kesungguhan atau ketulusan.
2. Integritas.
3. Kemampuan.
4. Siap menerima risiko yang ada.

Persepsi Risiko (X4)

Menurut Jogiyanto (2017) persepsi risiko adalah suatu persepsi-persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan.

Variabel ini diukur dengan kuesioner yang dikembangkan oleh Pavlou dalam Rodiah (2020) yang terdiri dari 3 pernyataan dan memiliki lima poin skala likert. Adapun indikator dari persepsi risiko adalah:

1. Risiko pencurian data maupun uang
2. Risiko penggunaan biaya yang besar
3. Risiko penipuan terhadap nasabah

Kemampuan Individu Mengoperasikan Komputer (X5)

Menurut Doyle dalam Maharani (2019) kemampuan penggunaan komputer diartikan sebagai *judgement* kapabilitas seseorang untuk menggunakan komputer atau sistem teknologi informasi.

Variabel ini diukur dengan kuesioner yang dikembangkan oleh Compeau, D.R and Higgins dalam Setyowati (2017) yang terdiri dari 3 pernyataan dan memiliki lima poin skala likert. Adapun indikator dari kemampuan individu mengoperasikan komputer adalah:

1. Kemampuan karena sering mengoperasikan.
2. Kepercayaan diri dalam mengoperasikan.
3. Dominasi perbedaan konfigurasi *hardware* dan *software*.

Teknik Analisis Data

Uji kualitas data dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Model penelitian diuji pula dengan *Uji Goodness of Fit* untuk memastikan bahwa model yang digunakan fit. Untuk menguji persamaan garis regresi digunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Uji hipotesis dengan menggunakan uji regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS Statistics v.17.

Hasil Dan Pembahasan

Uji Validitas

Tabel 2
Hasil Uji Validitas

Variabel	Kisaran Korelasi	Signifikan	Keterangan
Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> (Y)	0,849** - 0,876**	0,000	Valid
Persepsi Manfaat (X1)	0,665** - 0,848**	0,000	Valid
Persepsi Kemudahan dalam Penggunaan (X2)	0,609** - 0,726**	0,000	Valid
Persepsi Kepercayaan (X3)	0,682** - 0,776**	0,000	Valid
Persepsi Risiko (X4)	0,712** - 0,920**	0,000	Valid
Kemampuan Individu Mengoperasikan Komputer (X5)	0,831** - 0,870**	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2022

Dari tabel 2 dapat dilihat bahwa semua variabel dinyatakan valid dengan hasil nilai *Product Moment Pearson's* dengan signifikan 0,000 dan menunjukkan nilai koefisien korelasi lebih kecil dari nilai alpa (baik 0,005 maupun 0,01) . Sehingga seluruh variable dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai alat dalam pengumpulan data.

Uji Reliabilitas

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha Based on Standardized Item (α)	Batas Alpha (α)	Keterangan
Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> (Y)	0,880	0,7	Reliabel
Persepsi Manfaat (X1)	0,796	0,7	Reliabel
Persepsi Kemudahan dalam Penggunaan (X2)	0,704	0,7	Reliabel
Persepsi Kepercayaan (X3)	0,715	0,7	Reliabel
Persepsi Risiko (X4)	0,804	0,7	Reliabel
Kemampuan Individu Mengoperasikan Komputer (X5)	0,809	0,7	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2022

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha Based on Standardized Item* setiap variabel lebih besar dari nilai batas bawah *Cronbach Alpha Based on Standardized Item* 0,7. Sehingga seluruh variabel dinyatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai alat dalam pengumpulan data.

Uji Goodness of Fit

Tabel 4
Hasil Uji Goodness of Fit ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	55.293	5	11.059	5.485	.000 ^a
	Residual	141.128	70	2.016		
	Total	196.421	75			

a. Predictors: (Constant), TOTALX5, TOTALX1, TOTALX3, TOTALX4, TOTALX2

b. Dependent Variable: TOTALLY

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas diperoleh F_{hitung} sebesar 5,485 dengan tingkat signifikansi 0,000 atau kurang dari 0,05. Nilai F_{tabel} untuk model regresi dengan $df_1 = k = 5$ dan $df_2 = n - k - 1 = 76 - 5 - 1 = 70$ dengan probabilitas 5% adalah 2,35. Sehingga F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara simultan mampu menjelaskan perubahan pada variabel terikat atau model dinyatakan cocok atau *fit*.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 5
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N			76
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.37175123
Most Extreme Differences	Absolute		.141
	Positive		.061
	Negative		-.141
Kolmogorov-Smirnov Z			1.229
Asymp. Sig. (2-tailed)			.097

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,097 melebihi nilai batas $\alpha = 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji memiliki distribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Tabel 6
Hasil Uji Multikolonieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.736	3.497		2.498	.015		
	TOTALX1	.429	.133	.453	3.223	.002	.520	1.922
	TOTALX2	.060	.141	.060	.424	.673	.510	1.962
	TOTALX3	-.054	.111	-.051	-.487	.628	.928	1.078
	TOTALX4	-.114	.137	-.088	-.832	.409	.913	1.096
	TOTALX5	-.012	.106	-.011	-.110	.912	.958	1.044

a. Dependent Variable: TOTALLY

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 6 terlihat bahwa semua variabel bebas (independen) memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,1, selanjutnya hasil perhitungan VIF menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai VIF kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji Heterokedastisitas

Tabel 7
Hasil Uji Heterokedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.735	1.983			1.380	.172
	TOTALX1	-.149	.076	-.300		-1.979	.052
	TOTALX2	-.011	.080	-.021		-.139	.890
	TOTALX3	.123	.063	.222		1.956	.054
	TOTALX4	.010	.078	.014		.124	.901
	TOTALX5	.007	.060	.013		.114	.909

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data primer diolah, 2022

Pada tabel diatas dari uji *glejser* terlihat bahwa variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan dalam penggunaan, persepsi kepercayaan, persepsi risiko dan kemampuan individu mengoperasikan komputer memiliki nilai signifikan > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji Hipotesis (Uji Regresi Linear Berganda)

Tabel 8
Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	8.736	3.497			2.498	.015
	TOTALX1	.429	.133	.453		3.223	.002
	TOTALX2	.060	.141	.060		.424	.673
	TOTALX3	.054	.111	-.051		-.487	.628
	TOTALX4	-.114	.137	-.088		-.832	.409
	TOTALX5	.012	.106	-.011		-.110	.912

a. Dependent Variable: TOTALLY

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan data pada tabel 8 maka persamaan regresi linier pada penelitian ini adalah:

$$Y = 8,736 + 0,429X_1 + 0,060X_2 + 0,054X_3 - 0,114X_4 + 0,012X_5 + 1,420$$

Dari tabel 8 diatas juga dapat dilihat bahwa nilai signifikansi untuk variabel persepsi manfaat dibawah 0,05 yang berarti bahwa H1 diterima atau persepsi manfaat mempengaruhi minat terhadap penggunaan *mobile banking*. Sedangkan untuk variabel persepsi kemudahan dalam penggunaan, persepsi kepercayaan, persepsi risiko dan kemampuan individu mengoperasikan komputer memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa persepsi kemudahan dalam penggunaan, persepsi kepercayaan, persepsi risiko dan kemampuan individu mengoperasikan komputer tidak mempengaruhi minat terhadap penggunaan *mobile banking*.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol sampai satu. Jika hasil menunjukkan nilai *R Square* semakin kecil, maka semakin rendah tingkat kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, semakin besar nilai *R Square*, tingkat kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen semakin besar

Tabel 9

Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.531 ^a	.282	.230	1.420

a. Predictors: (Constant), TOTALX5, TOTALX1, TOTALX3, TOTALX4, TOTALX2

Sumber: Data primer diolah, 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *adjusted R square* sebesar 0,230 atau 23%, hal ini menunjukkan bahwa variabel minat penggunaan *mobile banking* dapat dijelaskan oleh variabel dalam penelitian sebesar 23%, sedangkan sisanya sebesar 77% disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*

Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking* (H1 diterima). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum merasa mendapatkan banyak manfaat ketika bertransaksi menggunakan *mobile banking* seperti mempercepat dan mempermudah transaksi pembayaran sehingga meningkatkan minat mereka untuk terus bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pohan et al. (2020) dan Roainy (2018), yang membuktikan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Namun tidak sama dengan penelitian Suci Dewi (2017), yang membuktikan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Pengaruh Persepsi Kemudahan dalam Penggunaan terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*

Persepsi kemudahan dalam penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* (H2 ditolak). Artinya, kemudahan dalam penggunaan *mobile banking* tidak berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*. Hal ini disebabkan karena mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum menganggap pada zaman sekarang ini sudah tidak lagi memperlumahkan kemudahan penggunaan *mobile banking* karena mahasiswa sekarang ini sudah melek teknologi dan memiliki banyak pengetahuan. Mereka beranggapan bahwa penggunaan *mobile banking* tidak rumit karena teknologi zaman sekarang semakin berkembang dan maju. Mudah atau tidaknya sistem *mobile banking* digunakan, tidak mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan *mobile banking* karena mereka merasa mendapatkan banyak manfaat ketika bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Saputri (2017) dan Suci Dewi (2017), yang membuktikan bahwa persepsi kemudahan dalam penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Namun Hasil ini tidak sama dengan penelitian Pohan et al. (2020), yang membuktikan bahwa persepsi kemudahan dalam penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*

Persepsi kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* (H3 ditolak). Artinya persepsi kepercayaan tidak memberikan pengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Hal ini disebabkan karena mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum tidak begitu mementingkan tingkat kepercayaan mereka terhadap layanan *mobile banking*. Mereka lebih mementingkan tingginya faktor kebutuhan dibandingkan dengan kepercayaan dimana pada era digital ini mengharuskan mereka menggunakan *mobile banking* sesuai dengan kebutuhannya tanpa harus melihat tingkat kepercayaan mereka terhadap layanan *mobile banking*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Saputri (2017), yang membuktikan bahwa persepsi kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Hasil tersebut tidak sama dengan penelitian Pohan et al. (2020), yang membuktikan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*

Persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* (H4 ditolak). Artinya persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Hal ini disebabkan karena mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum menganggap bahwa jika terjadi risiko penipuan mereka tetap menggunakan layanan *mobile banking* karena tingginya faktor kebutuhan. Mereka merasa jika dapat meminimalisir risiko yang mungkin terjadi, sehingga resiko seperti penipuan atau pencurian dapat ditanggulangi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Indriyani (2018), yang membuktikan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Hasil tersebut

tidak sama dengan penelitian Pohan et al. (2020), yang membuktikan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Pengaruh Kemampuan Individu Mengoperasikan Komputer terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*

Kemampuan individu mengoperasikan komputer tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* (H5 ditolak). Artinya kemampuan individu mengoperasikan komputer tidak mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking*. Hal ini disebabkan karena mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum menganggap bahwa tidak harus memiliki kemampuan atau keahlian khusus dalam menggunakan komputer atau *mobile banking*. Mereka tidak sepenuhnya paham dalam mengoperasikan *mobile banking* dengan berbagai fitur yang disediakan, tetapi mereka tetap menggunakannya karena tuntutan kebutuhan pada era digital ini. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suci Dewi (2017), yang membuktikan bahwa kemampuan individu mengoperasikan komputer tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Namun hasil tersebut tidak sama dengan penelitian Roainy (2018), yang membuktikan bahwa kemampuan individu mengoperasikan komputer berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pengujian data yang sudah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking* (H1 diterima). Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum UNSIQ merasa mendapatkan banyak manfaat ketika bertransaksi menggunakan *mobile banking* seperti mempercepat dan mempermudah transaksi pembayaran sehingga meningkatkan minat mereka untuk terus bertransaksi menggunakan *mobile banking*.
2. Persepsi kemudahan dalam penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* (H2 ditolak). Artinya, kemudahan dalam penggunaan *mobile banking* tidak berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*. Mudah atau tidaknya *sistem mobile banking* digunakan, tidak mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan *mobile banking* karena mereka merasa mendapatkan banyak manfaat ketika bertransaksi menggunakan *mobile banking*.
3. Persepsi kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* (H3 ditolak). Artinya persepsi kepercayaan tidak memberikan pengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Mahasiswa lebih mementingkan tingginya faktor kebutuhan dibandingkan dengan kepercayaan dimana pada era digital ini mengharuskan mereka menggunakan *mobile banking* sesuai dengan kebutuhannya tanpa harus melihat tingkat kepercayaan mereka terhadap layanan *mobile banking*.
4. Persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* (H4 ditolak). Artinya persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Mahasiswa menganggap bahwa jika terjadi risiko penipuan mereka tetap menggunakan layanan *mobile banking* karena tingginya faktor kebutuhan dan

mereka mampu meminimalisir risiko yang mungkin terjadi.

5. Kemampuan individu mengoperasikan komputer tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking (H5 ditolak). Artinya kemampuan individu mengoperasikan komputer tidak mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking*. Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum menganggap bahwa tidak harus memiliki kemampuan atau keahlian khusus dalam menggunakan komputer atau *mobile banking*. Mereka tidak sepenuhnya paham dalam mengoperasikan *mobile banking* dengan berbagai fitur yang disediakan, tetapi mereka tetap menggunakannya karena kebutuhan pada era digital ini.

Saran

Bagi nasabah pengguna *mobile banking* dalam penelitian ini yakni mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum, agar lebih berhati-hati dan lebih memperhatikan risiko yang mungkin terjadi ketika bertransaksi menggunakan *mobile banking*, bukan hanya mementingkan kebutuhan saja namun tetap harus memperhatikan hal-hal yang bisa memicu risiko yang besar yang disebabkan oleh kelalaian nasabah itu sendiri.

Keterbatasan Penelitian

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum di Universitas Sains Al Qur'an Jawa Tengah di Wonosobo, sehingga hasil yang didapat mungkin akan menimbulkan perbedaan apabila dilakukan pada seluruh mahasiswa di Universitas Sains Al Qur'an Wonosobo dan pada jenis organisasi yang berbeda seperti pada instansi pemerintahan, perusahaan dan organisasi sektor publik lainnya.

Agenda Penelitian Mendatang

1. Penelitian yang akan datang dapat menambah jumlah sampel penelitian, sehingga dapat diperoleh distribusi data yang lebih baik.
2. Penelitian yang akan datang perlu melakukan teknik *interview* secara menyeluruh keseluruhan responden sehingga data yang diperoleh dapat lebih menggambarkan keadaan yang sebenarnya pada populasi dan sampel yang diteliti.
3. Penelitian yang akan datang perlu menambahkan variabel lain guna mengetahui faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat terhadap penggunaan *mobile banking*, seperti persepsi tingkat keamanan, ketersediaan fitur layanan, pengaruh sosial, keinovatifan teknologi dan lain sebagainya.

Daftar Pustaka

- Adams, D. A., Nelson, R. R., & Todd, P. A. (1992). Perceived Usefulness, Ease Of Use, And Usage Of Information Technology. *Mis Quarterly*, Vol. 16 No, 227-248. <http://www.elsevier.com/Locate/Compedu>
- Aditya, M. W. (2010). *Determinan Faktor Penerimaan Terhadap Internet Banking Pada Nasabah Bank Di Surabaya* [Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surabaya]. ebook.library.perbanas.ac.id/7091_TESIS.pdf
- Advertorial. (2021). *BNI Mobile Banking, Jadi Aplikasi Penyedia Jasa Perbankan Terbaik*

- Versi BSEM. Kompas.Com.
<https://amp.kompas.com/biz/read/2021/05/04/205054728/bni-mobile-banking-jadi-aplikasi-penyedia-jasa-perbankan-terbaik-versi-bsem>
- Ajzen, I. dan M. F. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Prentice-Hall. <https://www.worldcat.org/title/understanding-attitudes-and-predicting-social-behavior/oclc/5726878>
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revi). Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Ba, S. And Pavlou, P. . (2002). Evidence of The Effect of Trust Building Technology in Electronic Markets : Price Premiums and Buyer Behaviour. *MIS Quarterly, Vol 26, No.*
https://www.researchgate.net/publication/220260005_Evidence_OF_the_Effect_of_Trust_Building_Technology_in_Electronic_Markets_Price_Premiums_and_Buyer_Behavior
- Bandura, A. (2006). Article of Guide for Constructing Self Efficacy Scales. *Information Age Publishing*.
- Boby. (2021). *Apa Itu mBanking? Ini Penjelasan, Fungsi dan Cara Kerjanya*. Lifepal.Co.Id.
<https://lifepal.co.id/media/banyak-digunakan-orang-sudah-tahu-kelebihan-dan-kekurangan-m-banking-ini/>
- Compeau, D.R and Higgins, C. A. (1995). Application of Social Cognitive Theory to Training for Computer Skill. *Information Systems Research, Vol.6, No.*, 118–143.
<https://pubsonline.informs.org/doi/10.1287/isre.6.2.118>
- Davis, F. . (1986). *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New-end User Information Systems: Theory and Result*. Sloan: Sloan School of Management, Massachusetts Institut of Technology (MIT).
- Davis, F. . (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*.
- Dowling, G. . (1986). Perceived Risk: The Concept and Its Measurement. *Psychology and Marketing, 3 no.*, 307–319.
- Doyle, E. (2005). Computer Anxiety, Self Efficacy, Computer Experience: An Investigation Throughtout a Computer Science Degree. *ASEE/IEEE Frintiers in Education Conference*.
- Elena, M. (2021). *28 Juta Penduduk RI Belum Tersentuh Perbankan, BI: Pasar Potensial Bank Digital*. Bisnis.Com.
- Ernawati, Nopi dan Noersanti, L. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO*.
http://repository.stei.ac.id/1390/1/21160000219_Artikel Indonesia 2020.pdf
- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan terhadap Sistem Informasi Perpustakaan. *Jurnal Iqra'*.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen* (Edisi 3, A). Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Gefen, David., Karahanna, E. D. S. (2003). Trust And Tam In Online Shopping: An

- Integrated Model. *MIS Quarterly*, Vol. 27 No, 51–90.
<https://www.jstor.org/stable/30036519>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM Spss 25*. Badan Penerbiti Universitas Diponegoro.
- Hutabarat, R. . (2010). *Mobile Banking Security Based WAP*.
- Indriantoro, N. (2000). Pengaruh Komputer Anxiety terhadap Keahlian Dosen dalam Penggunaan Komputer. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia*, Vol. 4 No.
- Indriyani, Ervina dan Sasongko, D. N. (2018). *Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Risiko dan Kualitas Layanan terhadap Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking*.
<http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/69150>
- Irmadhani, & Adhi, N. M. (2012). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan Online Banking. *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, 1–20.
<https://journal.uny.ac.id/index.php/jkpai/article/view/882/701>
- Jogiyanto. (2017). *Konsep Dasar Sistem Informasi*. Andi.
- Jonathan, S. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu.
- Kotler, P. and K. L. K. (2016). *Marketing Managemen* (15th Editi). Erlangga.
- Lai, P. (2017). The Literature Review of Technology Adoption Models and Theories for the Novelty Technology. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 14–1.
- Ludiman, Imbuh dan Mutmainah, K. (2020). Analisis Determinan Market Share Perbankan Syariah di Indonesia. *Journal of Economic, Management and Accounting and Technology (JEMATech)*, 2.
- Mayer, R. C., Davis, J. H. & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *The Academy of Management Review*, Vol. 20 No, 709–734.
https://www.jstor.org/stable/258792?seq=1#metadata_info_tab_contents
- Pavlou, P. . (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 69–103.
- Pohan, M. W., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2020). *Minat Generasi Milenial Dalam Menggunakan Mobile Banking*.
- Pranoto, Margaretha Oktavia dan Setianegara, R. G. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Keamanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran). *Keunis Majalah Ilmiah*, Vol. 8 No. file:///C:/Users/ASUS/AppData/Local/Temp/2117-108545-1-SM.pdf
- Rahmah, I. (2020). *Peran Pemerintah Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm Di Kabupaten Woosobo*.
- Roainy, B. (2018). *Pengaruh Perceived Usefulness, Kepercayaan dan Computer Self Efficacy terhadap Minat Penggunaan SMS Banking bagi Nasabah pada PT.Bank Sumsel Babel Kantor Cabang Pembantu Syariah UIN Raden Fatah Palembang*. UIN Raden Fatah Palembang.

- Saputri, D. (2017). *Pengaruh Kemudahan, Daya Guna, Kenyamanan, Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Pengguna Mobile Banking pada PT Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tanjung Karang Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*. <http://repository.radenintan.ac.id/2636/1/SKRIPSI.pdf>
- Schiffman, Leon, Kanuk, Leslie Lazar and Wisenblit, J. (2013). *Consumer Behavior* (10 Edition). Prentice Hall.
- Siagian, Hotlan., Cahyono, H. (2014). Analisis Website Quality, Trust, dan Loyalty Pelanggan Online Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol 8 No 2*. <https://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/view/19182>
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Andi Offset.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. Ghalia Indonesia.
- Surendran, P. (2012). Technology Acceptance Model: A Survey of Literature. *International Journal of Business and Social Research (IJBSR)*.
- Walfajri, M. (2021). BI: Transaksi digital banking meningkat 46,72% yoy sampai September 2021 Artikel ini telah tayang di [Kontan.co.id](https://newssetup.kontan.co.id/news) dengan judul "BI: Transaksi digital banking meningkat 46,72% yoy sampai September 2021", Klik untuk baca: <https://newssetup.kontan.co.id/news>. Kontan.Co.Id.
- Wijaya, S. W. (2006). *Kajian Teoritis Technology Acceptance Model Sebagai Model Pendekatan Untuk Menentukan Strategi Mendorong Kemauan Pengguna Dalam Menggunakan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Prosiding Konferensi Nasional Sistem Informasi.