

MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING MELALUI MANFAAT, KEMUDAHAN, FITUR LAYANAN DAN KEAMANAN

Interest In Using Mobile Banking Through Benefits, Convenience, Service Features And Security

Fitriani Latief¹

Email: fitri@stienobel-indonesia.ac.id

Manajemen, Institut Teknologi Bisnis Nobel Indonesia
Jl. Sultan Alauddin No. 212 Makassar

Dirwan²

Email: dirwan@stienobel-indonesia.ac.id

Manajemen, Institut Teknologi Bisnis Nobel Indonesia
Jl. Sultan Alauddin No. 212 Makassar

Ahmad Firman³

Email: a_firman25@yahoo.com

Manajemen, Institut Teknologi Bisnis Nobel Indonesia
Jl. Sultan Alauddin No. 212 Makassar

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh manfaat, kemudahan, fitur layanan dan keamanan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*. Pendekatan yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Peneliti menggunakan data primer yang berasal dari sumber asli, didapat secara langsung oleh peneliti dengan penyebaran kuesioner secara langsung kepada mahasiswa-mahasiswi aktif di Kota Makassar yang menggunakan layanan *mobile banking* e-BCA. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya maka sampel dihitung menggunakan rumus Lameshow kemudian penelitian ini menggunakan teknik accidental sampling untuk mengambil sampel. Hasil penelitian menemukan bahwa manfaat, kemudahan, fitur layanan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Mobile Banking.

Kata Kunci: *Manfaat, Kemudahan, Fitur Layanan, Keamanan, Minat Menggunakan Mobile Banking*

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the effect of benefits, convenience, service features and security on interest in using Mobile Banking. The approach used by researchers in this study is a quantitative approach. Researchers used primary data derived from original sources, obtained directly by researchers by distributing questionnaires directly to active students in Makassar City who use e-BCA mobile banking services. The population in this study is unknown, so the sample is calculated using the Lameshow formula, then this study uses accidental sampling techniques to take samples. The results found that the benefits, convenience, service features and security have a positive and significant influence on the interest in using Mobile Banking.

Keywords: *Benefits, Convenience, Service Features, Security, Interest In Using Mobile Banking*

PENDAHULUAN

Kegiatan ekonomi manusia telah mengalami perubahan dari masa ke masa yang dikarenakan globalisasi. Perkembangan teknologi informasi, telekomunikasi dan internet menyebabkan munculnya aplikasi bisnis yang berbasis elektronik termasuk pada Industri perbankan yang telah mengembangkan berbagai saluran perbankan elektronik untuk mengikuti perkembangan teknologi yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Bank menyediakan layanan Elektronik Banking atau dapat dikenal luas sebagai e-Banking untuk memenuhi kebutuhan dalam melakukan transaksi diperbankan, selain yang tersedia di kantor cabang ATM, dengan menggunakan e-Banking nasabah perbankan tidak perlu lagi membuang-buang waktu untuk mengantri dikantor-kantor bank atau ATM, karena pada saat ini banyak transaksi perbankan yang dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun dengan mudah dan praktis melalui jaringan elektronik (Zain & Akbar, 2020). Sebagai contoh transfer dana antar rekening maupun antar bank, pembayaran tagihan, pembelian pulsa isi ulang, ataupun pengecekan mutasi dan saldo rekening dan lain-lainnya. Layanan e-Banking yang meliputi: internet banking, mobile banking, phone banking dan sms banking (Syafiril, 2020).

Mobile banking merupakan suatu fasilitas perbankan di era perkembangan teknologi dan komunikasi modern yang berfungsi untuk dapat memberikan kemudahan kepada nasabah dalam beraktifitas khususnya transaksi perbankan dengan tidak hadir langsung (on the spot) selain pengambilan uang tunai. Keunggulan yang dimiliki Mobile banking yakni nasabah bisa melakukan aktifitas transaksi dimanapun dan kapanpun (Sari et al., 2021).

Bank Central Asia (BCA) adalah salah satu bank swasta terkemuka di Indonesia sebagai juara mobile banking terbanyak di Indonesia berdasarkan Skor *Top Brand Index* (TBI), aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA), yaitu m-BCA, memperoleh skor TBI sebesar 47,4%, tertinggi dibanding para pesaingnya.

Tabel 1. Skor Layanan mobile Banking Berdasarkan Top Brand Indonesia Periode Januari-Mei 2022

Layanan Mobile Banking	Skor TBI
M-BCA	47,40%
BRI Mobile	19,40%
M-Banking Mandiri	12,90%
BNI Mobile	11,20%
CIMB Niaga Mobile	3,80%

Sumber : Datadoks. co.id, (diolah, 2023)

Dengan memperoleh skor tertinggi m-BCA harus memiliki strategi yang menarik minat pengguna menggunakan m-BCA. Dengan adanya minat pada seseorang yang akan menentukan keinginan menggunakan atau tidak menggunakan produk tersebut. Minat adalah kecenderungan jiwa yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas atau kegiatan. Jadi seseorang yang berminat terhadap suatu aktivitas dan memperhatikan aktivitas itu pasti dilandasi dengan rasa senang dan apabila timbul rasa senang, maka seseorang akan secara konsisten menggunakannya di masa yang akan datang. Persepsi manfaat dapat meningkatkan minat pengguna. *Mobile banking* memiliki begitu banyak keunggulan dan manfaat yang secara keseluruhan membantu nasabah perbankan agar dapat melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja (Ningrum et al., 2021). Ada beberapa layanan yang digunakan nasabah dalam *mobile banking* antara lain untuk mengirim uang (transfer) antar rekening bank, untuk membayar tagihan telepon rumah, listrik, angsuran kredit rumah, mobil, motor, atau pinjaman apapun setiap bulan atau asuransi jiwa, asuransi mobil, dan transaksi non-finansial lainnya. Seorang nasabah yang merasa yakin bahwa layanan aplikasi *mobile banking* berguna cenderung akan menerima dengan baik layanan *mobile banking* jika layanan tersebut dianggap mampu memenuhi kebutuhannya dan memberikan keuntungan di masa mendatang (Finannafi'ah & Witono, 2022).

Faktor yang diduga tidak kalah pentingnya yang dapat memengaruhi minat pengguna yaitu kemudahan penggunaan. Kemudahan penggunaan dianggap penting untuk diteliti sebab nasabah akan berniat untuk terus menggunakan aplikasi *mobile banking* jika aplikasi tersebut mudah dipahami dan digunakan. Dengan adanya *mobile banking* memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi (Iriani, 2019). Nasabah akan memilih menggunakan aplikasi *mobile banking* dari pada ATM apabila sistem pada layanan tersebut mudah digunakan dan cara penggunaannya mudah dimengerti. Dengan penggunaan *mobile banking* nasabah dapat memantau transaksi dan saldo rekening 24 jam, mahasiswa dapat melakukan pembayaran SPP. Namun, tidak sedikit dari mereka yang masih memilih menggunakan ATM atau datang langsung ke kantor-kantor cabang perbankan dari pada menggunakan aplikasi *mobile banking* dalam melakukan transaksi maupun hanya sekedar memperoleh informasi mengenai saldo perbankannya meskipun hal tersebut memakan lebihbanyak waktu dan tenaga. Fakta tersebut berkaitan erat dengan tingkat penerimaan nasabah terhadap aplikasi *mobile banking*. Dalam *mobile banking* apabila jasa yang diberikan oleh pihak bank dianggap mudah sehingga nasabah akan terdorong untuk menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi.

Fitur merupakan suatu hal yang dapat dipertimbangkan pula oleh bagi seseorang jika menggunakan suatu produk. Seseorang akan selalu menyelaraskan fitur yang ada pada produk dengan taksiran yang ditawarkan (Dirwan & Latief, 2020). Apabila nasabah merasa puas serta kebutuhannya dapat terpenuhi oleh fitur layanan yang ada dalam menu Mobile Banking maka akan mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan Mobile Banking. Selain manfaat, kemudahan serta fitur layanan yang diberikan oleh pihak bank kepada para nasabahnya dengan menyediakan layanan mobile banking, pihak bank juga memiliki tanggung jawab terhadap keamanan data para nasabahnya terhadap tindakan kejahatan apa saja, agar nasabah tetap nyaman dan tidak merasa khawatir saat bertransaksi menggunakan mobile banking. Keamanan informasi cara seseorang melacak adanya penipuan dalam sistem informasi yang informasi tersebut tidak memiliki bentuk fisik sehingga sukar untuk mencegah terjadinya penipuan (Dirwan & Latief, 2020).

Salah satu bentuk keamanan yang diberikan oleh pihak bank dalam salah satu aplikasi mobile banking yaitu terdapat dua sistem keamanan berupa kata sandi dan juga PIN yang dibuat oleh masing-masing nasabah sehingga hanya pembuatnya yang tahu. Meskipun begitu, masih terdapat sisi negatif atau risiko-risiko yang perlu diwaspadai dari penggunaan layanan mobile banking, banyaknya tindak kejahatan seperti pencurian data nasabah melalui internet yang dilakukan oleh para hacker yang bisa digunakan untuk mengakses layanan perbankan masih menjadi kekhawatiran nasabah untuk menggunakan mobile banking. Oleh karena itu Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh manfaat, kemudahan, fitur layanan dan keamanan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk pengujian hipotesis yang sudah dirumuskan sebelumnya dengan meneliti populasi dan sampel sesuai karakteristik yang sudah ditetapkan, data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian, dan data yang dianalisis bersifat statistik yang dihasilkan dari observasi dan ukuran empiris. Peneliti menggunakan data primer yang berasal dari sumber asli, didapat secara langsung oleh peneliti dengan melakukan pengamatan terhadap objek penelitian, berupa observasi melalui penyebaran kuesioner secara langsung. Data dalam penelitian ini berupa data hasil pengisian kuesioner

oleh mahasiswa-mahasiswi aktif di Kota Makassar yang menggunakan layanan *mobile banking* e-BCA.

Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* untuk mengambil sampel. Menurut Sugiyono (2004:77) *accidental sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya, maka dalam perhitungan sampel menggunakan rumus Lameshow, yaitu

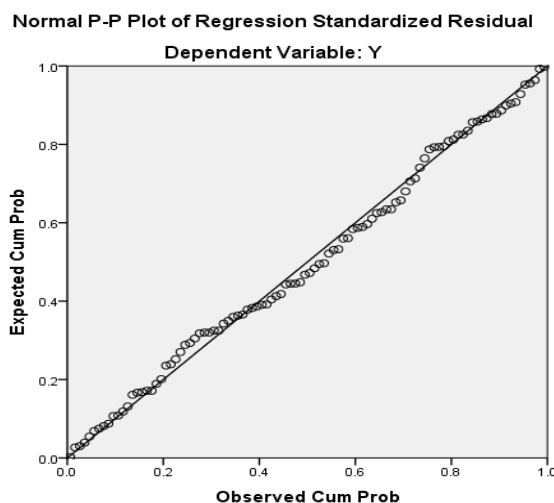
$$n = \frac{z\alpha^2 x P x Q}{L^2}$$
$$n = \frac{(1,96)^2 x 0,5 x 0,5}{(0,1)^2} = 96,04$$

Sehingga dari rumus diatas dapat didapatkan besarnya sampel yang diperlukan adalah 96,04 dibulatkan menjadi 100 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

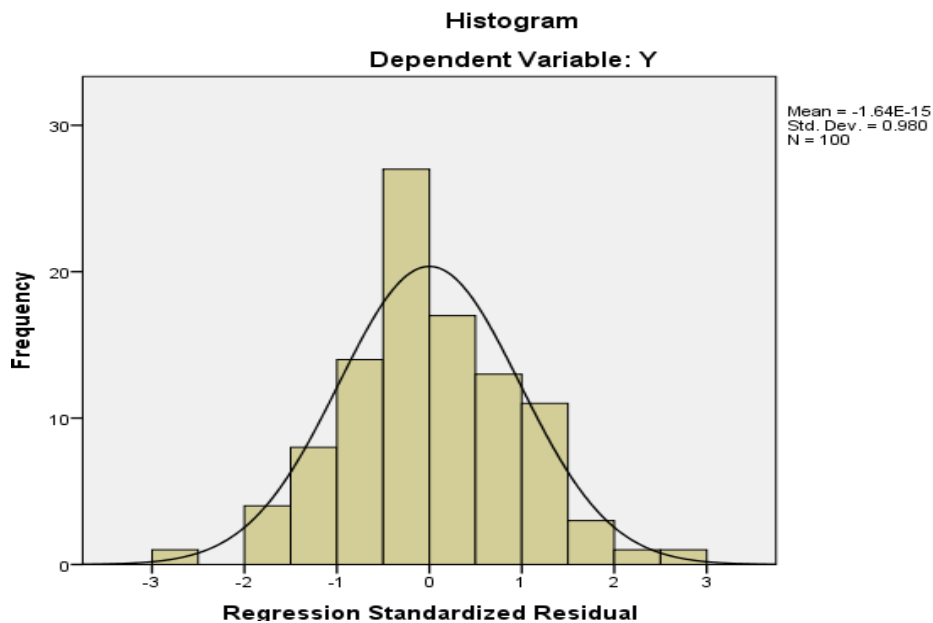
Dalam penelitian ini, untuk menguji normalitas, plot P-P normal dari residual standar regresi digunakan untuk melihat apakah variabel dependen (terikat) dan independen (bebas) dalam model regresi berkontribusi.



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas

Seperti yang ditunjukkan pada gambar di atas, distribusi residual regresi standar variabel Minat menggunakan *Mobile banking* (Y) didistribusikan secara merata sepanjang diagonal, sehingga dalam hal ini titik-titik ini ditarik secara diagonal dari titik nol, menunjukkan bahwa tidak banyak variabilitas, dan data berdistribusi normal, tetapi jika titik-

titik jauh dari diagonal, itu menunjukkan distribusi anomali. Oleh karena itu, data yang digunakan dalam penelitian ini telah terbukti memenuhi asumsi normalitas dan dapat digunakan sebagai indikator dalam mengukur variabel. Jika Anda meragukan hasil tes normalitas ini, Anda dapat melanjutkan. Kami menggunakan tes lain, tes Kolmogorov-Smirnov, yang memberikan lebih banyak kepastian tentang tes yang dilakukan.



Gambar 2. Histogram

Seperti terlihat pada gambar di atas, garis melengkung ke atas dan menunjukkan bentuk histogram yang berpotongan dari kiri ke kanan, dan terlihat sempurna bahkan pada posisi bawah yang simetris.

Hasil Uji Multikolinieritas

Korelasi yang tinggi antara variabel independen mengganggu hubungan antara variabel independen dan dependen. Untuk menguji multikolinieritas, Anda bisa mendapatkannya dari nilai toleransi dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai VIF lebih kecil atau sama dengan 10 dan toleransi lebih besar atau sama dengan 0,1, maka model tersebut dikatakan multikolinier. Hasil pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 2:

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients^a

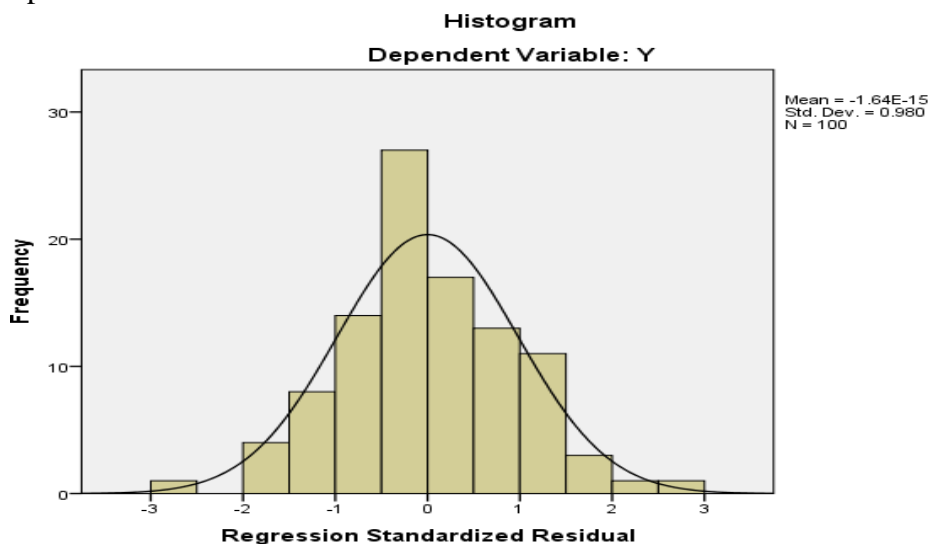
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Manfaat (X1)	.944	1.008
	Kemudahan (X2)	.939	1.065
	Fitur Layanan (X3)	.957	1.045
	Keamanan (X4)	.971	1.027

Sumber : Data Primer diolah SPSS (2023)

Hasil uji multikolinieritas yang ditunjukkan pada Tabel 3 menunjukkan bahwa variabel manfaat, kemudahan, fitur layanan dan keamanan memiliki nilai yang dapat diterima lebih besar dari 0,1 dan VIF kurang dari 10. Hal ini menunjukkan tidak adanya indikasi multikolinieritas dalam model persamaan regresi sehingga data tersebut digunakan dalam penelitian ini.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Deteksi varians heterogen dilakukan dengan menggunakan metode scatterplot dengan memeriksa varians titik-titik yang dihasilkan secara acak yang tidak membentuk pola tertentu, dengan arah varians terletak di atas atau di bawah angka 0 pada sumbu Y. Anda bisa melihatnya pada foto di bawah ini:



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot pada Gambar 3 menunjukkan bahwa data terdistribusi sepanjang sumbu y dan tidak membentuk pola yang jelas dalam sebaran datanya. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat menggunakan mobile banking dengan menggunakan variabel-variabel yang mempengaruhi manfaat, kemudahan, fitur layanan dan keamanan.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 3. Ringkasan Uji Hipotesis

Variabel	Koefisien	t hitung	Sig.	Keterangan
Manfaat (X1)	.152	2.118	.036	Hipotesis 1 diterima
Kemudahan (X2)	.139	2.062	.041	Hipotesis 2 diterima
Fitur Layanan (X3)	.172	2.020	.045	Hipotesis 3 diterima
Keamanan (X4)	.470	6.181	.000	Hipotesis 4 diterima
Konstanta	1.112			
F Hitung	15.092			
Sig.F	.000			
R	.590			
R Square	.564			

Sumber : Data diolah SPSS (2023)

Sebagai hasil dari pengujian serentak, menunjukkan Fhitung (15.092) > Ftabel (2.470). Dari sini dapat disimpulkan bahwa manfaat, kemudahan, fitur layanan dan keamanan secara simultan mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking*. Dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang diharapkan sebesar 5%, tingkat signifikansi F hitung lebih kecil dari tingkat signifikansi yang diharapkan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketika variabel manfaat, kemudahan, fitur layanan dan keamanan berubah, minat menggunakan *mobile banking* juga berubah. Hal ini ditunjukkan dengan hasil analisis untuk nilai adj R Square sebesar 0,564. Artinya minat menggunakan *mobile banking* sebesar 56,40% dipengaruhi oleh variabel bebas manfaat, kemudahan, fitur layanan dan keamanan sedangkan sisanya sebesar 43,60% adalah faktor yang memengaruhi diluar variabel yang diteliti.

Berdasarkan hasil regresi linier berganda pada Tabel 3 diperoleh nilai konstanta sebesar 1,112. Koefisien regresi manfaat sebesar 0,152, koefisien regresi kemudahan sebesar 0,139, koefisien regresi fitur layanan sebesar 0,173 dan koefisien regresi keamanan sebesar 0,470. Oleh karena itu, persamaan regresi dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = 1,112 + 0,152 X_1 + 0,139 X_2 + 0,172 X_3 + 0,470 X_4 + e$$

Model tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a) Nilai konstanta adalah 1,112. Hal ini menunjukkan bahwa jika manfaat, kemudahan, fitur layanan dan keamanan bernilai nol (0), maka nilai minat menggunakan *mobile banking* adalah 1,112 satuan.
- b) Koefisien regresi manfaat (b1) adalah 0,152, menunjukkan hubungan satu arah, dengan tanda positif. Artinya jika nilai variabel manfaat meningkat satu satuan dan variabel bebas lainnya memiliki nilai tetap, maka nilai variabel minat menggunakan *mobile banking* akan

meningkat sebesar 0,152. Semakin tinggi tingkat manfaat maka semakin meningkat pula minat menggunakan mobile banking.

- c) Koefisien regresi kemudahan (b_2) adalah 0,139, menunjukkan hubungan satu arah, dengan tanda positif. Artinya jika nilai variabel harga meningkat satu satuan dan variabel bebas lainnya memiliki nilai tetap, maka nilai variabel minat menggunakan mobile banking akan meningkat sebesar 0,139.
- d) Koefisien regresi fitur layanan (b_3) adalah 0,172 menunjukkan hubungan satu arah dan bertanda positif. Artinya, jika nilai variabel gaya hidup meningkat satu satuan variabel bebas lainnya memiliki nilai tetap, maka nilai variabel minat menggunakan mobile banking akan meningkat sebesar 0,172.
- e) Koefisien regresi keamanan (b_4) adalah 0,470 menunjukkan hubungan satu arah dan bertanda positif. Artinya, jika nilai variabel keamanan meningkat satu satuan variabel bebas lainnya memiliki nilai tetap, maka nilai variabel minat menggunakan mobile banking akan meningkat sebesar 0,470.

Pembahasan

Manfaat Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*

Hasil penelitian ini menunjukkan manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Artinya rata-rata nasabah mengetahui dari produk mobile banking ini sehingga nasabah tahu manfaat dari produk tersebut guna bertransaksi yang lebih cepat serta bisa dilakukan dimanapun, nasabah tidak perlu datang ke bank untuk melakukan transaksi. Hasil penelitian (Pranoto & Setianegara, 2020) dan (Wardani, 2021) menemukan bahwa manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Jika suatu bank mampu memberikan nilai manfaat yang tinggi dalam bertransaksi maka semakin tinggi pula minat penggunaan suatu produk khususnya *mobile banking*.

Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*

Dengan adanya kemudahan terhadap minat penggunaan *mobile banking* dalam kemudahan transaksi, maka nasabah akan cenderung menggunakan mobile banking, baik nasabah yang akan melakukan pembiayaan ataupun nasabah yang akan menabung. Ketika suatu Bank mampu memberikan kemudahan dalam bertransaksi, maka semakin tinggi pula keinginan untuk menggunakan mobile banking tersebut. Hasil penelitian (Fadlan & Dewantara, 2018) dan (Susanti & Parera, 2021) menemukan bahwa kemudahan berpengaruh

signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Dengan kata lain jika suatu bank mampu memberikan kemudahan yang tinggi dalam bertransaksi maka semakin tinggi pula minat penggunaan suatu produk. Hal ini menunjukkan persepsi kemudahan yakni sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tidak memerlukan usaha yang besar untuk melakukan transaksi di *mobile banking*.

Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*

Fitur layanan adalah sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan produk perusahaan dari produk pesaing. Konsep ketersediaan fitur layanan apabila nasabah merasa kebutuhan transaksinya sudah dipenuhi oleh fitur layanan pada *Mobile Banking* maka akan mempengaruhi minat nasabah untuk terus menggunakan *Mobile Banking*. Hal ini juga sesuai yang di ungkapkan oleh Arius Juliansya (2018) bahwa fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat pengetahuan masyarakat mengenai fitur layanan pada *Mobile Banking* maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakan *Mobile Banking*. Hasil penelitian (Fandi, 2019) dan (Makmuriyah & Vanni, 2020) menemukan bahwa fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Fitur layanan pada saat menggunakan *mobile banking* yang mudah di akses oleh konsumen kapan saja ingin bertransaksi, akan meningkatkan minat penggunaan ulang konsumennya (Dirwan & Latief, 2020).

Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*

Bank harus menyediakan teknologi keamanan data yang sesuai standar, sehingga data pelanggan tidak dapat dicuri dan disalahgunakan oleh orang yang tidak bertanggungjawab. Sistem maupun jaringan *mobile banking* telah menggunakan pengamanan yang seoptimal mungkin. Kondisi pengamanan *mobile banking* juga selalu dipantau dan ditingkatkan, sejalan dengan perkembangan teknologi dan ancaman yang ada. Adanya jaminan keamanan dari pihak bank akan menimbulkan rasa percaya serta menarik minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Hasil penelitian (Wandi et al., 2020) dan (Amalia & Hastriana, 2022) menemukan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Tingginya tingkat keamanan yang diberikan pada sebuah teknologi akan memberikan kepercayaan pada individu untuk menggunakan teknologi tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian dapat ditarik simpulan bahwa manfaat, kemudahan, fitur layanan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking BCA. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas sampel penelitian dengan mengambil semua mobile banking yang digunakan Masyarakat di Kota Makassar dan menambah aspek-aspek lain yang dapat memengaruhi minat menggunakan mobile banking seperti persepsi resiko dan persepsi keuntungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, P., & Hastriana, A. Z. (2022). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan, Fitur dan Keamanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep. *Alkasb: Journal of Islamic Economics*, 1(1), 70–89.
- Ashsifa, I. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Penggunaan Mobile Banking Secara Berkelanjutan (Privasi Dan Personalisasi Sebagai Variabel Moderasi). *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 3(1), 25–29.
- Dirwan, D., & Latief, F. (2020). Aspek Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang Digital Di Kota Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 6(1), 288–298.
- Dirwan, D., & Themba, O. S. (2022). Keputusan Pembelian dari Aspek Desain Website, Kepercayaan, Keamanan dan Kemudahan. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 1305–1314.
- Fadlan, A., & Dewantara, R. Y. (2018). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap penggunaan mobile banking. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol*, 62(1), 82–89.
- Fandi, A. (2019). Pengaruh Kualitas layanan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(3), 110–117.
- Finannafi'ah, K., & Witono, B. (2022). Pengaruh Kemudahan, Risiko, Manfaat Dan Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 172–182.
- Iriani, A. F. (2019). Minat nasabah dalam penggunaan mobile banking pada nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. *Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness*, 2(2).
- Latief, F., & Dirwan, D. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16–30.
- Makmuriyah, A. N., & Vanni, K. M. (2020). Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis*, 5(1), 37–44.

- Ningrum, R., Bacmid, S., & Jalil, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 30–45.
- Nurdin, N., Azizah, W. N., & Rusli, R. (2020). Pengaruh pengetahuan, kemudahan dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan finansial technology (fintech) pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Perbankan Dan Keuangan Syariah Vol*, 2(2).
- Pranoto, M. O., & 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*, 8(1), 1–9.
- Rivai, A. R. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Niat Menabung Pada Produk Tabungan Emas Pegadaian. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(Special Issue 3), 1323–1341.
- Rusdiana, B., & Kusumadewi, R. (2024). Pengukuran Persepsi Pengguna Terhadap Persepsi Manfaat, Fitur Layanan Dan Keamanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Wilayah Ciayumajakuning). *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 158–165.
- Sari, D. M., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). Manfaat Dan Risiko Penggunaan Layanan Perbankan Melalui Aplikasi Mobile Banking. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 170–182.
- Susanti, E., & Parera, N. O. (2021). Loyalitas Nasabah dari Kemudahan Penggunaan Mobile Banking. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business*, 2(1), 39–48.
- Syafril, S. E. (2020). *Bank & Lembaga Keuangan Modern Lainnya*. Prenada Media.
- Wandi, J., Bachri, S., & Parubak, B. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Keuntungan, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bni Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 6(1), 88–96.
- Wardani, D. (2021). Faktor-Faktor Pengaruh Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis (JUNSIBI)*, 2(1), 15–32.
- Yustanti, W., Bisma, R., Qoiriah, A., & Prihanto, A. (2018). *Keamanan Sistem Informasi*. Zifatama Jawa.
- Zain, I., & Akbar, Y. R. (2020). *Bank dan lembaga keuangan lainnya*. Deepublish.