

Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Penggunaan BNI Mobile Banking (Studi Kasus pada Nasabah BNI Kec. Lowokwaru)

Kukuh *)

M. Ridwan Basalamah **)

Budi Wahono *)**

Email : kukuhamanusantoso@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This study was conducted to determine the effect of perceived usefulness, perceived ease and perceived risk on the decision to use BNI Mobile Banking (case study of BNI CI customers in Lowokwaru District) This research method uses a quantitative method using a non-probability sampling technique while the data used uses primary data with data collection using a Likert-scale questionnaire distributed in the form of a google form. Sampling in this study used the Malhotra formula and was found to be 80 respondents. Simultaneously, it is known that perceived usefulness, perceived ease and perceived risk have a significant effect on the decision to use BNI Mobile Banking in the Lowokwaru community. While partially the perception of risk has an insignificant effect. This data analysis was carried out using the assistance of IBM SPSS Statistics 25.

Keywords: *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Risk*

Pendahuluan

BNI Mobile Banking (disingkat BNI m-Banking) adalah layanan Mobile Banking dari Bank Negara Indonesia (BNI) yang memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi perbankan melalui ponsel atau perangkat mobile lainnya. Seiring perkembangan teknologi, BNI m-Banking terus diperbarui dan ditingkatkan fitur-fiturnya, seperti pembukaan rekening baru, pembelian emas, investasi reksadana, dan lain-lain.

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam penelitian (Rozi & Ziyad, 2019) menjelaskan persepsi sebagai sebuah proses psikologi dimana seseorang mengambil dan menginterpretasikan stimulus menjadi suatu hal yang bermakna. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi, diantaranya yaitu Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Resiko.

Persepsi Kegunaan merupakan suatu ukuran yang menunjukkan atau menjelaskan manfaat dari sesuatu yang dirasakan ketika orang tersebut menggunakan produk berupa barang atau jasa sehingga mereka puas dengan manfaat produk tersebut (Wandi, 2020). Faktor kedua yaitu Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemudahan atau *perceived ease of use* (PEOU) adalah kemampuan untuk menggunakan suatu sistem tanpa usaha lebih (Ong & MN, 2022). Lalu faktor ketiga yaitu Persepsi Resiko, menurut (Putra & Sari, 2020) *perceived risk* atau Persepsi Resiko adalah potensi kerugian dalam mengejar hasil yang diinginkan dari penggunaan layanan elektronik.

Salah satu resiko dalam menggunakan BNI Mobile Banking adalah resiko terkait lupa kata sandi (MPIN) dan user ID yang terdapat pada Mobile Banking. Bank Negara Indonesia (BNI) berupaya mengurangi resiko tersebut dengan menyematkan fitur keamanan pada aplikasi BNI Mobile Banking berupa biometrik sidik jari (*fingerprint*) untuk memfasilitasi proses login ke aplikasi. Hal ini membuktikan bahwa bank BNI memberikan solusi berupa kemudahan dan keamanan yang sering ditakutkan oleh nasabah yang belum menggunakan BNI Mobile Banking dengan alasan kemudahan

dan keamanan. Diharapkan dengan terjaminnya keamanan pada akun BNI *Mobile Banking*, banyak nasabah baru yang tergerak hatinya untuk menggunakan layanan *Mobile Banking* yang disediakan oleh bank BNI sebagai teknologi yang dapat membantu mereka dalam melakukan transaksi perbankan.

Dari paparan latar belakang yang telah dijabarkan, terlihat bahwa beberapa permasalahan muncul dan berhasil teridentifikasi menjadi fokus utama penelitian ini untuk mengangkat judul penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko terhadap Keputusan Penggunaan BNI Mobile (Studi Kasus pada Nasabah BNI Kec. Lowokwaru)”**

Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis

Keputusan Penggunaan (Y)

menurut Farida Maulidya, (2021) keputusan penggunaan jasa atau keputusan pembelian jasa adalah suatu tahap dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu jasa. Menurut (Lutfiani, 2023) indikator dari keputusan penggunaan adalah manajemen akun, transfer uang, pembayaran

Persepsi Kegunaan (X1)

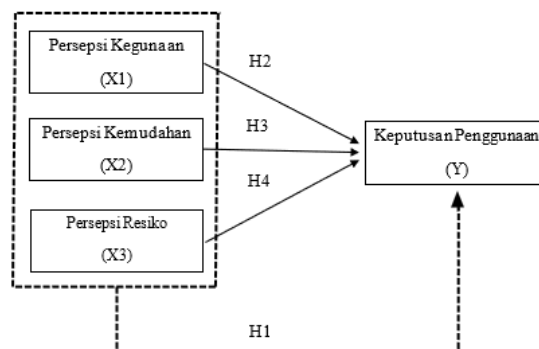
Menurut (Prasetyo, 2023) persepsi kegunaan atau manfaat adalah suatu kepercayaan yang diberikan dipercaya akan memberikan manfaat, jika bermanfaat maka orang tersebut menggunakannya atau jika seseorang merasa percaya bahwa sistem tersebut kurang bermanfaat maka dia tidak menggunakannya. Menurut (Windari, 2023) indikator dari persepsi kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*) adalah mempercepat pekerjaan (*work more quickly*), meningkatkan kinerja (*improve job performance*), meningkatkan produktivitas (*increase productivity*), efektivitas (*effectiveness*), menjadi lebih mudah (*makes job easier*), berguna (*usefull*).

Persepsi Kemudahan (X2)

Menurut (Ong & MN, 2022) Persepsi kemudahan atau *perceived ease of use* (PEOU) adalah kemampuan untuk menggunakan suatu sistem tanpa usaha lebih. Menurut Venkatesh dan Davis (2016:45) dalam (Sati and Ramaditya 2020) membagi dimensi persepsi kemudahan penggunaan menjadi *easiness, clear and understandable, easy to learn, overall easiness*

Persepsi Resiko (X3)

Menurut adam (2023) Persepsi Resiko merupakan penilaian subjektif terhadap kondisi ketidakpastian yang mungkin timbul sebagai dampak dari suatu aktivitas. Menurut Pavlou dalam (Maulidyah, 2021), *Perceived of Risk* atau persepsi Resiko adalah ada resiko tertentu, mengalami kerugian, pemikiran bahwa beresiko.



Gambar 1. Model Penelitian

Hipotesis Penelitian

- H1 : Bahwa Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Resiko berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Penggunaan BNI *Mobile Banking*.
- H2 : Bahwa Persepsi Kegunaan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan BNI *Mobile Banking*.
- H3 : Bahwa Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan BNI *Mobile Banking*.
- H4 : Bahwa Persepsi Resiko berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan BNI *Mobile Banking*.

Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di kecamatan Lowokwaru kota Malang dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner melalui *google form* secara daring kepada nasabah BNI yang menggunakan *Mobile Banking* di Lowokwaru, Kota Malang yang dimulai dari bulan 25 september 2024 sampai 25 oktober 2024

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BNI di kecamatan Lowokwaru kota Malang. Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel mengikuti rumus yang disarankan oleh Malhotra. Dengan adanya 4 variabel dalam penelitian, dan jumlah pernyataan dalam penelitian ini berjumlah 16 pernyataan. perhitungan menunjukkan bahwa jumlah sampel yang diperlukan adalah 16×5 yaitu 80 responden.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Tabel 1. Uji Validitas

VARIABEL	ITEM	r.hitung	r.tabel	KETERANGAN
KEPUTUSAN PENGGUNAAN (Y)	Y.1	0,816	0.219	VALID
	Y.2	0,824	0.219	VALID
	Y.3	0,806	0.219	VALID
PERSEPSI KEGUNAAN (X1)	X1.1	0,718	0.219	VALID
	X1.2	0,762	0.219	VALID
	X1.3	0,824	0.219	VALID
	X1.4	0,714	0.219	VALID
	X1.5	0,757	0.219	VALID
	X1.6	0,736	0.219	VALID
PERSEPSI KEMUDAHAN (X2)	X2.1	0,770	0.219	VALID
	X2.2	0,835	0.219	VALID
	X2.3	0,827	0.219	VALID
	X2.4	0,815	0.219	VALID
PERSEPSI RESIKO (X3)	X3.1	0,660	0.219	VALID
	X3.2	0,893	0.219	VALID
	X3.3	0,845	0.219	VALID

Sumber: Olah Data SPSS 2024

Dapat dilihat pada tabel diperoleh hasil uji validitas menggunakan SPSS 22 memiliki keterangan valid untuk semua item pernyataan berdasarkan hasil r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} 0.219. Jadi dapat disimpulkan bahwa item pernyataan yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini dapat dikatakan valid.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

NO	VARIABEL	Cronch's Alpha	KETERANGAN
1	KEPUTUSAN PENGUNAAN (Y)	0,832	Reliabel
2	PERSEPSI KEGUNAAN (X1)	0,789	Reliabel
3	PERSEPSI KEMUDAHAN(X2)	0,818	Reliabel
4	PERSEPSI RESIKO (X3)	0,829	Reliabel

Sumber: Olah Data SPSS 2024

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari semua variabel yaitu lebih besar dari 0,6. Maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dari masing-masing variabel dinyatakan reliabel sehingga layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan uji normalitas Kolmogrov Smirnov bahwa nilai signifikan yang dapat dilihat dari Asymp. Sig.(2-tailed) sebesar 0,058 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan data di atas normal. Berdasarkan uji multikolinieritas menunjukkan bahwa nilai tolerance X1(0.305), X2 (0.332) dan X3 (0.756). Artinya nilai tolerance dari variabel tersebut lebih besar dari 0.1. Sedangkan nilai VIF X1(3,275), X2(3.015) dan X3(1.322) . Artinya nilai VIF dari variabel tersebut lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas yang terdiri Persepsi Kegunaan (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Persepsi Resiko (X3) tidak terjadi gejala multikolinearitas. Berdasarkan uji heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa nilai sig dari variabel-variabel tersebut lebih besar dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas yang terdiri dari Persepsi Kegunaan (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Persepsi Resiko (X3) tidak terjadi masalah heteroskedastisitas

Uji Hipotesis

Tabel 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.811	1.138		2.471	.016
X1	.197	.075	.372	2.621	.011
X2	.264	.100	.360	2.647	.010
X3	.052	.074	.064	.708	.481

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Olah Data SPSS 2024

Dari nilai yang terdapat pada tabel maka dapat dibuat persamaan linear sebagai berikut:

$$Y = 2.811 + 0.191X1 + 0.264X2 + 0.052X3 + e$$

Dari hasil uji regresi Linear berganda diatas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Konstanta (a) sebesar 2.811, hal ini menunjukkan bahwa apabila Persepsi Kegunaan (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Persepsi Resiko (X3), diasumsikan dengan nilai 0 (nol), maka besarnya variabel Keputusan Penggunaan (Y) sebesar 2.811.
- Koefisien regresi variabel Persepsi Kegunaan (X1) sebesar 0.197, artinya bahwa setiap peningkatan 1 satuan variabel Persepsi Kegunaan (X1), maka akan meningkatkan Keputusan Penggunaan (Y) sebesar 0.197 satuan atau sebaliknya. Pada variabel Persepsi Kegunaan (X1) diperoleh nilai signifikansi $0.011 < 0.05$. maka dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Kegunaan (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Penggunaan (Y).
- Koefisien regresi variabel Persepsi Kemudahan (X2) sebesar 0.264, artinya bahwa setiap penurunan 1 satuan variabel Persepsi Kemudahan (X2), maka akan meningkatkan Keputusan Penggunaan (Y) sebesar 0.264 satuan atau sebaliknya. Pada variabel Persepsi Kemudahan (X2) diperoleh nilai signifikansi $0.010 < 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Penggunaan (Y).
- Koefisien regresi variabel Persepsi Resiko (X3) sebesar 0.052, artinya bahwa setiap peningkatan 1 satuan variabel Persepsi Resiko (X3), maka akan meningkatkan Keputusan Penggunaan (Y) sebesar 0.032 satuan atau sebaliknya. Pada variabel Persepsi Resiko (X3) diperoleh nilai signifikansi $0.481 > 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Resiko (X3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Keputusan Penggunaan (Y).

Tabel 4. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	162.795	3	54.265	28.961	.000b
	Residual	142.405	76	1.874		
	Total	305.200	79			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant) X3 X2 X1						

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber: Olah Data SPSS 2024

Berdasarkan tabel diketahui diperoleh signifikansi sebesar (0.000). Yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Kegunaan (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Persepsi Resiko (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Penggunaan (Y).

Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730 ^a	.533	.515	1.369
a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1				

Sumber: Olah Data SPSS 2024

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa angka *Adjusted R²* sebesar 0.515 atau sebesar 51.5% . Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan dari Variabel Persepsi Kegunaan (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Persepsi Resiko (X3) terhadap Keputusan Penggunaan sebesar 51.5% sedangkan 48.5% lainnya dipengaruhi oleh variabel yang tidak dicantumkan didalam penelitian ini.

Implikasi Hasil Penelitian

Pengaruh dari persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi Resiko terhadap keputusan penggunaan

Menurut hasil analisis data uji F, bahwasanya dapat dinyatakan secara simultan bahwa Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan persepsi Resiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 1 (H1) Diterima.

Pengaruh simultan dari ketiga variabel independen ini menunjukkan bahwa BNI *Mobile Banking* memiliki factor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan. Persepsi Kegunaan yang dilihat oleh sudut pandang nasabah BNI dinilai sangat berguna dan menjadi salah satu sebab wujudnya keputusan penggunaan BNI *Mobile Banking* oleh nasabah BNI.

Selain itu, nasabah BNI juga memiliki persepsi bahwa BNI *Mobile Banking* dirasa mudah untuk dipelajari dan dipahami. Di zaman sekarang banyak masyarakat yang sudah mengenal barang elektronik terutama *smartphone*, sehingga untuk mempelajari dan memahami cara menggunakan BNI *Mobile Banking* akan lebih mudah. Karena tidak hanya didunia perbankan saja yang memiliki akses *mobile*, tetapi hampir di semua sektor seperti jual beli dan transportasi kini juga banyak menggunakan layanan *online*.

Tentunya nasabah BNI juga mengerti akan Resiko yang ada, dan mereka tetap menggunakan aplikasi BNI *Mobile Banking*, hal ini menunjukkan bahwa keamanan pada BNI *Mobile Banking* terbilang cukup, dan tidak membuat nasabah menjadi khawatir akan hal itu

Pengaruh dari persepsi kegunaan terhadap keputusan penggunaan

Variable Persepsi Kegunaan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan (Y). hal ini menunjukkan bahwa BNI *Mobile Banking* sangat berguna bagi nasabah BNI, terutama untuk melakukan pembayaran transfer, QRIS, maupun *virtual account*. Dan juga sangat berguna untuk melihat saldo, memantau uang masuk dan keluar dengan mudah

Pengaruh dari persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan

Variable Persepsi Kemudahan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan (Y). keadaan ini menunjukkan bahwa nasabah BNI memiliki persepsi atau sudut pandang bahwa BNI *mobile banking* mudah untuk dipelajari dan dipahami. Bersamaan dengan pesatnya perkembangan teknologi digital membuat masyarakat tidak begitu kesulitan mengoperasikan layanan BNI *Mobile Banking*.

Pengaruh dari persepsi Resiko terhadap keputusan penggunaan

Variable Persepsi Resiko (X3) berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Penggunaan (Y). hal ini menunjukkan bahwa nasabah BNI memiliki sudut pandang yang kurang positif terhadap keamanan pada BNI *Mobile Banking*. Hal ini dapat dipengaruhi oleh berbagai factor seperti pengalaman masa lalu, nilai dan keyakinan, kultur, kondisi emosional dan ekspektasi. Akan tetapi nasabah BNI pada umumnya percaya bahwa resiko tersebut dapat diantisipasi dengan baik oleh pihak BNI, dan mereka sadar akan resiko yang ada.

Simpulan, Keterbatasan dan Saran

Simpulan

penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi Resiko terhadap keputusan penggunaan BNI *Mobile Banking* pada nasabah BNI di kecamatan Lowokwaru.

1. Terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel Persepsi Kegunaan (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Persepsi Resiko (X3) terhadap Keputusan Penggunaan (Y) BNI *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada Nasabah BNI Kec. Lowokwaru).
2. Variabel Persepsi Kegunaan (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan BNI *Mobile Banking*.
3. Variabel Persepsi Kemudahan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan BNI *Mobile Banking*.
4. Variabel Persepsi Resiko (X3) berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan BNI *Mobile Banking*.

Keterbatasan

Beberapa keterbatasan pada penelitian ini, antara lain:

1. Penelitian ini hanya dapat dilakukan di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang dengan jumlah sampel yang terbatas yaitu 80 responden. Dengan keterbatasan tersebut, diharapkan untuk selanjutnya bisa melakukan penelitian di lingkup yang lebih luas dan mendapatkan sampel yang lebih besar.
2. Pernyataan yang tidak relevan dengan pengalaman atau pengetahuan responden dapat menyebabkan kebingungan.

Saran

Dari hasil penelitian ini, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan BNI perlu meningkatkan kualitas aplikasi BNI *Mobile Banking*, terutama masalah kelancaran aplikasi. BNI diharapkan untuk memberikan perhatian intensif terhadap pengembangan dan perbaikan teknis dalam aplikasi BNI *Mobile Banking*. Hal ini dapat mencakup evaluasi mendalam terhadap penyebab penurunan kelancaran dan implementasi perbaikan yang terstruktur, guna memastikan bahwa pengguna dapat melakukan transaksi dengan lancar tanpa kendala teknis yang berlebihan.
2. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya menambah variabel lain penelitian yang lebih luas lagi
3. Diharapkan menambah lebih banyak lagi jumlah responden agar lebih luas populasi.

Referensi

- Adam, Budi Wahono, M. B. (2023). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Penggunaan BRI Mobile (BRImo) (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi*, 13(1), 5.
- Ahyar, H. (2020). *Buku Metodologi Penelitian kualitatif dan kuantitatif*.

- Daiva. (2023). *Mobile Banking Adalah : Pengertian, Fitur, dan Contohnya*. Universal.Co.Id. <https://universalbpr.co.id/blog/mobile-banking-adalah/>
- Kholifah, A. P. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Brimo Pada Nasabah Bank BRI Kota Malang Aviv. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 221–232.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.
- Maholtra. (2006). *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*.
- Maulidyah, N. (2021). *Pengaruh Persepsi Resiko, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Minat Beli Online Melalui Media Sosial (Studi pada Konsumen Online Shop)*. 19(5), 1–23.
- Putra, M. I. A., & Sari, R. C. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* dengan Gender sebagai variabel Moderasi. *PROFIT : Kajian Ilmu Akuntansi*, 8(8), 1–12.
- Rozi, F., & Ziyad, M. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank BTN. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 92–102. <http://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jsmk>
- Sati, Ratna Asri Saras and Ramaditya, M. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater. *Jurnal Syntax Transformation*, 4(4), 44–56.
- Sugiyono. (2018). *penelitian kuantitati dan kualitatif*. alfabeta.
- Sulmi, A. A. K., Awaluddin, M., Gani, I., & Kara, M. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (Studi Empiris pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar). *Islamic Banking, Economic and Financial Journal*, 1, no(2), 60.
- 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. <https://doi.org/10.22487/jimut.v6i1.175>
- Windari, D. A. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Dan Perceived Risk Terhadap Minat Menggunakan Bibit Sebagai Aplikasi Investasi

Kukuh *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

M. Ridwan Basalamah **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Budi Wahono ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma