

DETERMINAN MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING BSI

Nadia Ainul Islamy, Maslichah, Umi Nandiroh

Universitas Islam Malang

nadiaislamy2@gmail.com

ABSTRAK:

Kemajuan teknologi yang berdampak pada pesatnya kemajuan industri perbankan dan jasa keuangan beberapa tahun terakhir, menuntut masyarakat untuk memilih perbankan yang sesuai dengan kebutuhan baik perseorangan maupun pada organisasi. Masyarakat membutuhkan sesuatu yang mudah, cepat dan keamanannya tetap terjamin dalam setiap kegiatan mereka. Dengan itu perbankan mengembangkan layanan mobile banking. Tujuan penelitian ini sebagai analisator dan mengetahui bagaimana pengaruh keamanan, kemudahan dan kepercayaan nasabah bank syariah Indonesia pada minat menggunakan layanan mobile banking. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif yang dijelaskan dengan angka dan memiliki hubungan. Penelitian ini bersifat asosiatif, penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, menarik peranan, pengaruh, dan hubungan yang bersifat sebab akibat, diantara variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent). Sampel pada penelitian ini berjumlah 91 responden pengguna BSI mobile banking. Proses pengumpulan data penelitian melalui beberapa tahap yang diawali dengan penyebaran kuesioner, pengumpulan data dan analisis data. proses analisis data diawali dengan proses pengujian validitas isi dan kriteria. Dilanjutkan dengan beberapa macam uji normalitas, uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji koefisien determinasi R^2 , dan uji hipotesis T secara parsial dan uji F secara simultan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keamanan, kemudahan dan kepercayaan secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan BSI mobile banking. Namun secara parsial variabel keamanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan layanan mobile banking. Variabel kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan mobile banking. Variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan mobile banking.

Kata Kunci: Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan.

ABSTRACT:

Technological advances have had an impact on the rapid progress of the banking and financial services industry in recent years, demanding that people choose banks that suit the needs of both individuals and organizations. People need something that is easy, fast and secure in all their activities. With that banking develop mobile banking services. The purpose of this research is to become an analyzer and find out how the influence of security, convenience and trust of Indonesian Islamic bank customers on the interest in using in using mobile banking services. This type of research is quantitative which is explained by number and has a relationship. This research is associative, According to Sugiyono (2014:55), associative research is research that aims to determine the relationship between two or more variable, draw roles, influences, and casual relationships, between independent variables and dependent variables. The sample in this study was 91 respondents using BSI mobile banking. The process of collecting research data went through several stages. Beginning with the distribution of questionnaires, data collection and data analysis. The process of data analysis begins with the process of testing the validity of the content and criteria. Followed by several kind of normality test, classic assumption test with includes multicollinearity test, heteroscedasticity test, test of the coefficient of determination R^2 and test of partial hypothesis T and F test simultaneously. The result of this study indicate that the variables of security, convenience and trust simultaneously and significantly influence

the intention to use BSI mobile banking services. However, partially the security variable does not have a positive and significant influence on the interest in using mobile banking services. The trust variable has a positive and significant influence on the interest in using mobile banking services.

Keywords: *Security, Convenience, Trust.*

PENDAHULUAN

Menurut laporan RISSC (*The Royal Islamic Strategic Studies Centre*), populasi muslim di Indonesia diperkirakan sebanyak 237,560.000 jiwa. Dengan jumlah penduduk muslim tersebut menjadikan negara Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi dan keuangan syariah. Potensi keuangan syariah di Indonesia sangat besar, Ini terlihat dari perkembangan indeks inklusi keuangan yang meningkat didukung dengan total aset keuangan syariah (Datainndonesia.id). Berdasarkan hasil SNLIK (survei nasional literasi dan inklusi keuangan) tahun 2022, menyatakan dimana indeks inklusi keuangan syariah baru mencapai 12,12% atau jauh tertinggal dari indeks keuangan secara nasional yang mencapai 85,10% (ojk.go.id). Hal ini menjelaskan bahwa perkembangan ekonomi dan keuangan syariah menghadapi tantangan berat. Ketua dewan komisioner otoritas jasa keuangan (DK-OJK) Mahendra Siregar mengatakan “total aset keuangan syariah Indonesia lebih dari Rp2.200 triliun sampai akhir agustus 2022”. Meski total aset keuangan syariah tumbuh pesat atau melampaui industri keuangan konvensional, namun harus terus melakukan inovasi agar semakin berkembang (cnnindonesia.com).

Dengan munculnya perbankan syariah menjadi pilihan masyarakat, perkembangan perbankan syariah di Indonesia saat ini menjadi tolak ukur keberhasilan ekonomi syariah, sebagian masyarakat memilih bank syariah karena telah terbukti penerapannya sesuai dengan syariat islam. Industri keuangan syariah Indonesia tumbuh dengan cukup baik dalam dua dekade terakhir dengan beberapa pencapaian signifikan. Salah satu perbankan syariah di Indonesia adalah Bank Syariah Indonesia (BSI) yang terbentuk dari gabungan tiga bank syariah yaitu Bank Syariah Mandiri, Bank Negara Indonesia Syariah, dan Bank Rakyat Indonesia Syariah. Penanda sejarah dari bergabungnya ketiga bank tersebut menjadi Bank Syariah Indonesia pada tanggal 01 februari 2021 atau 19 jumadil akhir 1442 H yang mempunyai tujuan untuk menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah, sehingga dapat menghasilkan suatu layanan yang lebih luas, dan mempunyai kapasitas permodalan yang lebih baik (Amelia, 2022).

Kemajuan teknologi yang berdampak pada pesatnya kemajuan industri perbankan dan jasa keuangan beberapa tahun terakhir, menuntut masyarakat untuk memilih perbankan yang sesuai dengan kebutuhan, baik perseorangan maupun pada organisasi. Hal ini menyebabkan masyarakat membutuhkan sesuatu yang mudah, cepat dan keamanannya tetap terjamin dalam setiap kegiatan mereka. Dalam kegiatan ekonomi masyarakat, salah satu kebutuhan yang penting adalah sistem pembayaran elektronik. Di era digitalisasi, sistem pembayaran elektronik menawarkan berbagai keuntungan yang dibutuhkan oleh masyarakat. Inovasi yang dilakukan perbankan diharapkan dapat mempertahankan loyalitas nasabah, sehingga nasabah tidak beralih menggunakan lembaga keuangan lainnya. Dengan itu perbankan mengembangkan teknologi informasi yaitu *mobile banking* atau biasa disebut dengan M-banking yang bisa diartikan sebagai aktivitas perbankan di internet (Ismail, 2011).

Penggunaan *online banking* di Indonesia tidak lepas dari peraturan Undang-undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 Bank. *Mobile Banking* adalah fasilitas layanan dalam pemberian kemudahan akses maupun kecepatan dalam memperoleh informasi terkini dan

transaksi financial secara *real time*. Penggunaan *mobile banking* dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan tanpa harus datang ke kantor cabang sehingga dapat menghemat waktu dan biaya. Transaksi yang dapat dilakukan pada *mobile banking* diantaranya seperti transfer antar rekening dan antar bank, cek saldo, pembayaran PLN, BPJS dan sebagainya. Nasabah yang menggunakan *mobile banking* mendapatkan informasi dengan cepat, efisien dan efektif (Safitri, 2022).

Minat diartikan sebagai salah satu sudut pandang yang mempengaruhi jiwa manusia untuk mencapai sebuah target. Apabila benda tersebut bernilai atau bermanfaat baginya maka orang tersebut akan berminat untuk menggunakan benda yang memberikan kelancaran dan kepuasan, seperti menggunakan *mobile banking* apabila menurut seseorang itu hal yang menarik dan memberikan kepuasan maka seseorang akan cenderung memiliki keinginan untuk menggunakannya (Tjini dan Baridwan, 2013). Ada banyak faktor yang dapat menarik minat seseorang untuk melakukan transaksi keuangan menggunakan fasilitas layanan yang disediakan oleh perbankan syariah umum dan Bank Syariah Indonesia secara khususnya. Beberapa diantaranya yaitu keamanan, kemudahan dan kepercayaan.

Kekhawatiran awal yang dirasakan nasabah dalam melakukan transaksi online atau *mobile banking* adalah kurangnya pengendalian terhadap kerahasiaan data pribadi yang dapat mengakibatkan penyalahgunaan. Seperti contoh tingkat kejahatan *cyber crime* di negara Asia Tenggara, termasuk negara Indonesia selama tahun 2021 berada diangka 60% kejahatan yang terdeteksi, menurut data perusahaan keamanan cyber global kaspersky (Noer Qomariah *et al.*, 2021). Salah satu bentuk keamanan yang diberikan oleh pihak bank dalam salah satu aplikasi *mobile banking* yaitu terdapat dua sistem keamanan berupa kata sandi dan pin yang dibuat oleh masing-masing nasabah sehingga hanya pembuat pin yang tahu. Dalam melakukan transaksi perbankan sistem keamanan merupakan suatu hal yang harus selalu diperhatikan karena itu dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk perbankan (Safitri, 2022).

Kemudahan penggunaan dijelaskan sebagai tingkatan seseorang yang meyakini bahwa ketika menggunakan teknologi informasi mereka tidak perlu mengeluarkan banyak usaha tetapi mereka mudah dalam menggunakannya (Nurdin *et al.*, 2021). Namun kenyataannya, masih ada yang kesulitan dan belum bisa merasakan manfaat dalam menggunakan *mobile banking*. Kesulitan yang dirasakan yaitu pada saat pertama kali mendaftar layanan *mobile banking*. Semua proses dilakukan secara online dengan mengisi data-data yang dibutuhkan. Saat ini, banyak nasabah yang kebingungan dan memerlukan bantuan dari petugas bank. Kendala lainnya ketika jaringan seluler yang buruk mengakibatkan eror saat proses transaksi, permintaan yang tidak diproses, hingga saldo yang sudah berkurang atau terdebit. Hal-hal semacam ini yang menjadikan kepercayaan nasabah akan kemudahan dan juga keamanan dalam menggunakan layanan *mobile banking* berkurang (Febrianti, 2020).

Ada faktor lain yang juga mempengaruhi minat masyarakat menggunakan *mobile banking* yaitu kepercayaan. Kepercayaan adalah suatu sikap atau keyakinan seseorang terhadap orang lain maupun organisasi. Yang diartikan kepercayaan nasabah terhadap penggunaan layanan *mobile banking* adalah keyakinan nasabah terhadap pihak bank dalam segala transaksi perbankan yang digunakan. Menurut Mawey dkk (2018) yang dikutip oleh (Widyawati, 2022) yang menyatakan, bahwa kepercayaan merupakan kesediaan konsumen mempercayai atau mengandalkan merek dalam situasi risiko karena adanya harapan bahwa merek tersebut memberikan hal positif. Kepercayaan adalah perantara kunci dalam

membangun hubungan jangka panjang bagi konsumen yang memiliki orientasi hubungan tinggi terhadap organisasi (Kurniawan *et al.*, 2021). Contoh kasus Kerugian penipuan *smartphone* \$ 40.000.000 dari 14.392 pelanggaran pada tahun 2019 menurut Letic, (2020) yang dikutip oleh (Widyawati, 2022). Masalah yang muncul yaitu tingkat kepercayaan nasabah terhadap *mobile banking* karena terjadinya beberapa masalah beberapa tahun terakhir. Dengan layanan yang baik akan membuat konsumen mendapatkan nilai atas apa yang mereka korbankan untuk mendapatkan sesuatu yang mereka harapkan (Mahpudin & Purnamasari, 2018).

Dalam penelitian ini, peneliti akan membahas minat nasabah terhadap mahasiswa dalam penggunaan layanan *mobile banking*. Permasalahan bagaimana nasabah dapat menerima dan memanfaatkan layanan BSI *mobile banking* secara maksimal dapat dijelaskan dengan sebuah model teoritikal yang dikembangkan oleh Davis (1989) yang kemudian dikenal dengan *Technology Acceptance Model* (TAM). Model TAM telah banyak digunakan untuk menguji penerimaan teknologi dengan sistem dari berbagai macam konteks. Teori ini juga menawarkan suatu penjelasan yang kuat dan sederhana dalam penerimaan teknologi terhadap perilaku nasabah (Davis *et al.* 1989), yang dikutip oleh Hanif Astika (2017: 24-29). Tujuan penelitian menggunakan teori TAM (*Technology Acceptance Model*) untuk mengetahui minat mahasiswa terhadap *mobile banking*. Model TAM ini, akan membantu perusahaan perbankan untuk mengetahui keinginan nasabahnya (Ratnaningrum, 2022). Berdasarkan uraian tersebut, terdapat dua faktor utama yang akan mempengaruhi minat seseorang pada penggunaan teknologi, yaitu *percieved usefullness* dan *percieved ease of use*. Peneliti menambahkan variabel keamanan pada penelitian ini, sehingga terdapat tiga variabel bebas pada penelitian ini, diantaranya keamanan, kemudahan dan kepercayaan.

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

TAM (*Technology Acceptance Model*)

Teori TAM (*Technology Acceptance Model*) dikembangkan oleh Davis pada tahun 1985. TAM menjelaskan hubungan sebab akibat diantara keyakinan (akan manfaat suatu sistem informasi dan kemudahan penggunaannya) dan perilaku, tujuan (keperluan) dan penggunaan aktual dari pengguna suatu sistem informasi (Ferina, 2021). TAM merupakan hasil pengembangan dari TRA (*Theory of Reasoned Action*) yang lebih dahulu dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1980. TAM sebenarnya diadopsi dari model TRA (*Theory of Reasoned Action*) yaitu teori tindakan yang beralasan dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap suatu hal akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. TAM menjelaskan hubungan sebab akibat diantara keyakinan (akan manfaat suatu sistem informasi dan kemudahan penggunaannya) dan perilaku, tujuan (keperluan) dan penggunaan aktual dari pengguna suatu sistem informasi (Ferina, 2021). Model TAM berkonsep bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi baru. TAM menggunakan pendekatan teori psikologis dalam menjelaskan pengguna melalui kepercayaan, sikap, minat dan hubungan perilaku pengguna. Ciri-ciri spesifik dari model TAM adalah sederhana dan dapat memprediksi penerimaan maupun penggunaan teknologi (Fatmawati, 2015: 8). TAM terdiri dari lima konstruk utama, diantaranya *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Attitude Toward Using Technology*, *Behavioral Intention to Use*, *Actual Technology Use*.

Teori Minat

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah dan keinginan (Poerwadarminta, KKBI). Menurut Simamora yang

dikutip oleh (Ario Satrio Pasuko, 2020) minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap individu yang berminat terhadap suatu objek kemudian mempunyai keinginan atau dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati atau mendapatkan objek tersebut. Pengertian ini dapat diartikan bahwa minat adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan keinginan atau kebutuhan seseorang, dimana terdapat kecenderungan apa yang dilihat dan diamati seseorang merupakan sesuatu yang berhubungan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang tersebut. Minat berhubungan dengan suatu yang menguntungkan dan menimbulkan kepuasan bagi dirinya (Jahja, Yudrik 2011:63).

Minat Nasabah

Calon nasabah mungkin tertarik pada Bank Syariah jika ada produk atau sistem perbankan syariah yang menurutnya menguntungkan. Minat nasabah adalah perasaan suka dan saling berhubungan antara seseorang dengan suatu hal atau aktivitas tanpa ada paksaan dari pihak lain. Dimana hal tersebut berasal dari pengenalan kebutuhan dan proses informasi konsumen yang pada akhirnya akan terbentuk pengambilan keputusan (Arius Juliansya, 2018). Dari berbagai pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa minat adalah keinginan seseorang yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk memiliki suatu produk. Menurut Donni Juni Priansa (2017), tahapan minat nasabah dapat dipahami melalui model AIDA, diantaranya attention (penilaian pada produk atau jasa), interest (ketertarikan pada produk atau jasa), desire (keinginan untuk menggunakan atau membeli produk atau jasa) dan action (tindakan yang dilakukan nasabah untuk membeli atau menggunakan produk dan jasa).

Keamanan

Keamanan diartikan sebagai tingkat keyakinan seseorang atas terjaminnya keamanan, sistem dapat melindungi atau menjaga informasi data pribadi dan menjamin keamanannya saat menggunakan sistem tersebut (Ananda, 2019; Saptawati, 2018; Sari, 2019) yang dikutip oleh Nursiah *et., all* (2022). Keamanan adalah persepsi nasabah terhadap kemampuan bank dalam melindungi informasi personal yang didapat dari transaksi elektronik terhadap pengguna yang tidak berwenang. Keamanan tersebut membuat nasabah merasa yakin bahwa kerahasiaan data pribadinya terjamin pada saat bertransaksi. Persepsi keamanan merupakan kemungkinan kepercayaan subjektif yang dimiliki pengguna bahwa informasi pribadi mereka tidak dilihat, disimpan, dan dimanipulasi oleh pihak lain. Pihak penyedia layanan *Mobile Banking* harus dapat menjamin keamanan data nasabahnya. Pihak Bank harus menyediakan teknologi keamanan yang sesuai standard, sehingga data para nasabah tidak dapat dicuri dan disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab menurut Flavian C and Guinaliu M dalam jurnal Siasat Bisnis (Bondan, 2012).

Kemudahan

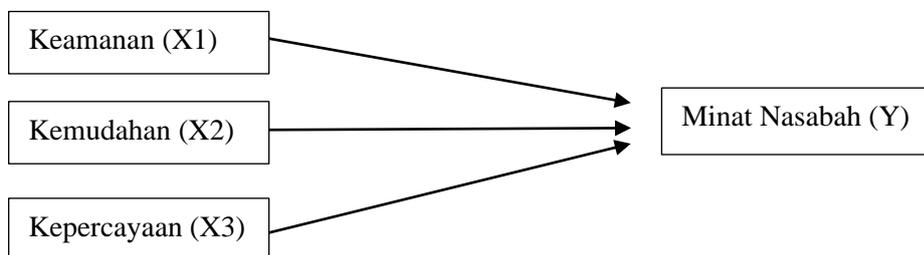
Kemudahan akses menurut Davis (1989), *perceived ease of use* dalam jurnal (Zaki dan Santrika S, 2014), diartikan sebagai kepercayaan seseorang pada pemanfaatan suatu teknologi yang akan terbebas dari usaha. Kemudahan merupakan kepercayaan seseorang dimana dalam menggunakan suatu teknologi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami. Pandangan individu terkait dengan kemudahan penggunaan teknologi informasi dilihat dari seberapa besar tingkatan rasa yakin dan percaya bahwa menggunakan sistem tersebut dapat meminimalisir kesalahan yang dibuat dibandingkan tanpa menggunakan teknologi (Safitri, 2022). Menurut Davis yang dikutip oleh irmadhani dan Adhi (2018), dimensi kemudahan

akses dibagi menjadi beberapa bagian, diantaranya Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti, Tidak membutuhkan banyak usaha, Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu lakukan.

Kepercayaan

Mayer (1995), mendefinisikan kepercayaan sebagai kemampuan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain berdasarkan pada harapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu kepada orang yang mempercayainya. Adanya kepercayaan akan menciptakan suatu rasa aman dan kredibel serta mengurangi persepsi konsumen akan resiko dalam pertukaran. Menurut Gumussoy yang dikutip oleh (Risma Afifah, 2017), kepercayaan mengacu pada keyakinan pengguna *Mobile Banking* kepada penyedia layanan *Mobile Banking* dalam hal kompetensinya untuk memberikan kepercayaan.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Berdasarkan gambar 1, terdapat tiga (3) variabel bebas (*independent*) pada kerangka konseptual penelitian ini diantaranya keamanan (X1), kemudahan (X2) dan kepercayaan (X3) dengan minat nasabah sebagai Y atau variabel terikat (*dependent*).

Hipotesis Penelitian

H1: Ada pengaruh keamanan, kemudahan, dan kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*

H1_a: Ada pengaruh keamanan nasabah Bank Syariah Indonesia terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*

H1_b: Ada pengaruh kemudahan nasabah Bank Syariah Indonesia terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*

H1_c: Ada pengaruh kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. penelitian kuantitatif menurut Tukiran (2016:62) metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang data-datanya dinyatakan dalam bentuk angka. Mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Demikian pula pada tahap kesimpulan penelitian akan lebih baik bila disertai dengan gambar, tabel, grafik atau tampilan lainnya. Lokasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Universitas Islam Malang yang beralamat di jalan Mayjen Haryono No. 193, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Provinsi Jawa Timur, Kode Pos: 65144.

Penelitian dilaksanakan dengan mengumpulkan data melalui penyebaran angket (kuesioner) kepada mahasiswa angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Waktu yang ditentukan untuk melakukan penelitian ini dimulai dari bulan Maret 2023 sampai dengan selesai. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang pernah menggunakan layanan BSI *mobile banking*.

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin. Dalam menentukan jumlah sampel yang akan dipilih, peneliti menggunakan tingkat kesalahan sebesar 10%. Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, dimana teknik dalam pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun pengambilan sebanyak 91 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengukuran variabel yang digunakan untuk memberikan jawaban pada kuisisioner yaitu skala likert lima poin. Berikut adalah nilai yang digunakan pada skala pengukuran likert yaitu Sangat Tidak Setuju (STS) poin 1, Tidak Setuju (TS) poin 2, Netral (N) poin 3, Setuju (S) poin 4 dan Sangat Setuju (SS) poin 5. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, Statistik Deskriptif, Uji Instrumen, Uji Normalitas, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Universitas Islam Malang. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang yang pernah menggunakan layanan BSI *mobile banking*. Diketahui jumlah mahasiswa angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang berjumlah 904 mahasiswa, kemudian untuk pengambilan sampel digunakan rumus Slovin, diantaranya:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{904}{1 + 904 (0.10^2)}$$
$$n = \frac{904}{1 + 904 (0.01)}$$
$$n = \frac{904}{1 + (9.04)}$$
$$n = \frac{904}{10.04}$$
$$n = 90.03$$

Dengan adanya penetapan jumlah sampel, maka peneliti menyebarkan kuesioner kepada 91 responden hasil dari rumus Slovin. Penyebaran kuesioner ini berbentuk *google form* yang dilakukan pada mahasiswa Angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan.

Demografi Responen

Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh peneliti, maka diperoleh data penelitian berdasarkan jenis kelamin, usia serta apakah pernah menggunakan layanan BSI *mobile banking*. Identitas responden yang telah menjawab pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner terdiri dari 61 responden berjenis kelamin perempuan dengan presentase 67%

pengguna layanan BSI *mobile banking* dan 30 responden berjenis kelamin laki-laki dengan presentase 33% pengguna layanan BSI *mobile banking*. Didapat data dengan jumlah 91 responden pengguna BSI *mobile banking*. Berdasarkan data tersebut, terdapat beberapa rentang usia pengguna layanan BSI *mobile banking* diantaranya: rentang usia 18-20 tahun sebanyak 6 responden dengan presentase 6,6%, dan rentang usia 21-23 tahun sebanyak 77 responden dengan presentase 84,6%, serta partisipan dengan rentang usia 24-26 tahun sebanyak 11 responden dengan hasil presentase 12,1%.

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 1 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Keamanan	91	1	5	4.12	0.728
Kemudahan	91	1	5	3.71	1.068
Kepercayaan	91	3	5	4.30	0.707
Minat Nasabah	91	1	5	4.10	0.857
Valid N (listwise)	91				

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Tabel 1 menjelaskan bahwa variabel Keamanan (X_1) memiliki nilai minimum 1, maksimum 5 dan rata-rata 4.12 dengan standard deviasi sebesar 0.728. Variabel Kemudahan (X_2) memiliki nilai minimum 1, maksimum 5 dan rata-rata 3.71 dengan standard deviasi sebesar 1.068. Variabel Kepercayaan (X_3) memiliki nilai minimum 3, maksimum 5 dan rata-rata 4.30 dengan standar deviasi sebesar 0.707. Sedangkan pada variabel Minat Nasabah (Y) memiliki nilai minimum 1, maksimum 5 dan rata-rata 4.10 dengan standar deviasi 0.857. Berdasarkan interpretasi pada data tersebut, menunjukkan bahwa sebagian besar penilaian responden masuk dalam kategori tinggi. Hal tersebut membuat variabel minat nasabah memiliki persepsi yang baik bagi sebagian responden.

Uji Instrumen (Kualitas Data)

1. Uji Validitas

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	r tabel	Keterangan
Kemanan	X1.1	0.777	0,206	Valid
	X1.2	0.784	0,206	Valid
	X1.3	0.743	0,206	Valid
	X1.4	0.841	0,206	Valid
	X1.5	0.745	0,206	Valid
Kemudahan	X2.1	0.578	0,206	Valid
	X2.2	0.863	0,206	Valid
	X2.3	0.811	0,206	Valid
	X2.4	0.846	0,206	Valid

	X2.5	0.826	0,206	Valid
Kepercayaan	X3.1	0.636	0,206	Valid
	X3.2	0.597	0,206	Valid
	X3.3	0.722	0,206	Valid
	X3.4	0.729	0,206	Valid
	X3.5	0.774	0,206	Valid
Minat Nasabah	Y.1	0.752	0,206	Valid
	Y.2	0.623	0,206	Valid
	Y.3	0.710	0,206	Valid
	Y.4	0.653	0,206	Valid
	Y.5	0.709	0,206	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 2 diatas, maka dapat diketahui beberapa kesimpulan, diantaranya:

1. Variabel keamanan (X_1) mendapatkan hasil r_{hitung} dari item terendah 0,743 sampai dengan item tertinggi 0,841. Dari r_{hitung} terendah sampai r_{hitung} tertinggi pada variabel keamanan lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0,206. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 dinyatakan valid.
2. Variabel kemudahan (X_2) mendapatkan hasil r_{hitung} dari item terendah 0,578 sampai dengan item tertinggi 0,863. Dari r_{hitung} terendah sampai r_{hitung} tertinggi pada variabel kemudahan lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0,206. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X_2 dinyatakan valid.
3. Variabel kepercayaan (X_3) mendapatkan hasil r_{hitung} dari item terendah 0,597 sampai dengan item tertinggi 0,774. Dari r_{hitung} terendah sampai r_{hitung} tertinggi pada variabel kepercayaan lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0,206. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X_3 dinyatakan valid.
4. Variabel minat nasabah (Y) mendapatkan hasil r_{hitung} dari item terendah 0,623 sampai dengan item tertinggi 0,752. Dari r_{hitung} terendah sampai r_{hitung} tertinggi pada variabel minat nasabah lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0,206. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Y dinyatakan valid.

2. Uji Realibilitas

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach alpha	Nilai Kirteria	Keterangan
Keamanan	0.826	0.6	Reliabel
Kemudahan	0.826	0.6	Reliabel
Kepercayaan	0.726	0.6	Reliabel
Minat Beli	0.725	0.6	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 2 diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach's Alpha* pada variabel keamanan sebesar 0,826, variabel kemudahan sebesar 0,826, variabel kepercayaan sebesar 0,726 dan variabel minat nasabah sebesar 0,725.

Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel memiliki nilai koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60, sehingga dapat dinyatakan pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini reliabel.

3. Uji Normalitas

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
		Keamanan	Kemudahan	Kepercayaan
N		91	91	91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000	0.0000000	0.0000000
	Std. Deviation	1.66654900	1.65626900	1.46706298
Most Extreme Differences	Absolute	0.076	0.059	0.087
	Positive	0.076	0.059	0.087
	Negative	-0.064	-0.049	-0.078
Test Statistic		0.076	0.059	0.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.076 ^c	.055 ^c	.086 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Pimer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dari hasil uji normalitas data menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* diperoleh beberapa kesimpulan, diantaranya pada variabel keamanan (X_1) diperoleh nilai *kolmogorov smirnov* 0,076 dan nilai *Asymp.sig (2-tailed)* sebesar 0,076 > 0,05. Maka variabel ini dinyatakan terdistribusi normal. Pada variabel kemudahan (X_2) diperoleh nilai *kolmogorov smirnov* 0,059 dan nilai *Asymp.sig (2-tailed)* sebesar 0,055 > 0,05. Maka variabel ini dinyatakan terdistribusi normal. Pada variabel kepercayaan (X_3) diperoleh nilai *kolmogorov smirnov* 0,087 dan nilai *Asymp.sig (2-tailed)* sebesar 0,086 > 0,05. Maka variabel ini dinyatakan terdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Keamanan	0.365	2.743
	Kemudahan	0.365	2.738
	Kepercayaan	0.954	1.048

- a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa variabel bebas menunjukkan nilai VIF dari

keamanan (X_1) sebesar 2.743, kemudahan (X_2) sebesar 2.738 dan kepercayaan (X_3) sebesar 1.048 hasil tersebut menunjukkan bahwa lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* keamanan sebesar 0.365, kemudahan sebesar 0.365 dan kepercayaan 0.954 yang mana hasil tersebut menunjukkan lebih besar dari 0,10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut bebas dari multikolinearitas. Hal ini menunjukkan, bahwa antara variabel keamanan, kemudahan dan kepercayaan tidak saling berhubungan.

2. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.512	0.890		3.947	0.000		
	Keamanan	0.025	0.048	0.089	0.524	0.601	0.365	2.743
	Kemudahan	-0.081	0.046	-0.293	-1.737	0.086	0.365	2.738
	Kepercayaan	-0.058	0.037	-0.165	-1.582	0.117	0.954	1.048

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.7 hasil uji heteroskedastisitas, maka diperoleh beberapa kesimpulan diantaranya nilai signifikansi masing-masing variabel yaitu keamanan menghasilkan nilai t_{hitung} 0.524 dengan nilai signifikansi 0.601, kemudahan menghasilkan nilai t_{hitung} -1.737 dengan nilai signifikansi 0.086 dan kepercayaan menghasilkan nilai t_{hitung} -1.582 dengan nilai sebesar 0.117. Dari hasil signifikansi ketiga variabel tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Yang berarti tidak ada variabel bebas yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel terikat. Sehingga dapat disimpulkan pada data tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.643	1.474		2.472	0.015
	Keamanan	0.086	0.080	0.104	1.084	0.281

	Kemudahan	0.597	0.077	0.577	10.598	0.046
	Kepercayaan	0.867	0.061	0.847	14.235	0.000

a. Dependent Variable: Minat Nasabah
 Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 6 hasil uji regresi linier berganda dapat disimpulkan hasil persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

$$Y = 3,643 + 0,086 X_1 + 0,597 X_2 + 0,867 X_3 + \epsilon$$

$$(sig\ 0,281) \quad (sig\ 0,046) \quad (sig\ 0,000)$$

Keterangan:

Y : Minat Nasabah

X₁ : Variabel Keamanan

X₂ : Variabel Kemudahan

X₃ : Variabel Kepercayaan

ε : *Standard Error* (Tingkat Kesalahan)

Uji Hipotesis

1. Uji F

Tabel 7 Hasil uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	457.710	3	152.570	69.586	.000 ^b
	Residual	190.752	87	2.193		
	Total	648.462	90			

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 7 dari hasil uji statistik F dapat diketahui sebesar 69.586 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansinya < 0,05 yang berarti H₁ diterima dan H₀ ditolak, sehingga dapat disimpulkan secara simultan variabel bebas yang terdiri dari keamanan, kemudahan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat yaitu minat nasabah menggunakan layanan BSI *mobile banking*. Hasil dan Pembahasan memuat hasil analisis penelitian dan pembahasan hasil penelitian. Diarahkan untuk menerima atau menolak hipotesis (jika ada), mengungkap hasil yang diperoleh secara jelas dan lugas. Pembahasan mengemukakan argumen yang menjadi fokus diskusi. Temuan penting perlu diberi penekanan. Dapat disertakan data berupa tabel. Untuk data yang banyak bisa menggunakan grafik atau gambar.

2. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.840 ^a	0.707	0.696	1.481

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Keamanan, Kemudahan

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa nilai *adjusted R²* sebesar 0.696. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel keamanan, kemudahan dan kepercayaan dapat menjelaskan 69,6% variasi variabel minat nasabah. Sedangkan 30,4% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak ada dalam model penelitian ini.

3. Uji T

Tabel 9 Hasil uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.643	1.474		2.472	0.015
	Keamanan	0.086	0.080	0.104	1.084	0.281
	Kemudahan	0.597	0.077	0.577	10.598	0.046
	Kepercayaan	0.867	0.061	0.847	14.235	0.000

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji statistik t pada tabel 4.11 diatas, maka dapat diketahui beberapa kesimpulan, diantaranya:

1. Pengaruh Keamanan terhadap Minat Nasabah

Variabel keamanan (X_1) memperoleh nilai t sebesar 1,084 dengan signifikansi sebesar 0,281 > 0,05. Yang berarti bahwa H_{1a} ditolak dan H_0 diterima sehingga dapat diartikan jika variabel X_1 (Keamanan) tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel Y (Minat Nasabah). Berdasarkan hasil pada tabel diatas, dapat diketahui nilai Beta sebesar 0,104. Nilai ini mengindikasikan bahwa Beta memiliki arah positif. Meskipun demikian, hasil yang diperoleh tidak konsisten dengan prinsip-prinsip dasar dari Model TAM oleh Davis (1989). Menurut teori tersebut, dijelaskan bahwa faktor keamanan memiliki dampak yang nyata dan langsung terhadap keinginan seseorang untuk menggunakan sistem informasi berbasis teknologi. Namun, hasil analisis dalam penelitian ini menghasilkan temuan yang berbeda. Lebih tepatnya, penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor keamanan tidak memiliki pengaruh yang

signifikan terhadap minat nasabah untuk memanfaatkan layanan *mobile banking* dari BSI. Penemuan ini diperkuat oleh hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mukhtisar (2020), yang juga mencapai kesimpulan serupa bahwa aspek keamanan tidak berperan dalam mendorong minat nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

2. Pengaruh Kemudahan terhadap Minat Nasabah

Variabel kemudahan (X_2) memperoleh nilai t sebesar 10,598 dengan signifikansi sebesar $0,046 < 0,05$. Yang berarti bahwa H_{1a} diterima dan H_0 ditolak, sehingga dapat diartikan jika variabel X_2 (Kemudahan) berdampak secara signifikan terhadap variabel Y (Minat Nasabah). Hasil tabel uji T menunjukkan nilai Beta sebesar 0,577 yang menyatakan berengaruh positif terhadap tingkat kemudahan. Hasil ini sejalan dengan prinsip dasar teori *Technology Acceptance Model* yang dijelaskan oleh Davis (1989). Davis berpendapat bahwa kemudahan (*percieved easy of use*) berpengaruh positif secara langsung terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Kemudahan menjadi faktor dasar yang dipertimbangkan ketika seseorang memutuskan untuk menggunakan sistem informasi berupa *mobile banking*. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil riset yang dilakukan oleh Mukhtisar (2020), yang menyimpulkan faktor kemudahan berdampak positif dan signifikan Terhadap kecenderungan nasabah dalam memanfaatkan layanan perbankan melalui aplikasi *mobile banking* di Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh

3. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Nasabah

Variabel kepercayaan (X_3) memperoleh nilai t sebesar 14,235 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa H_{1a} diterima sementara H_0 ditolak. Oleh karena itu, dapat diinterpretasikan bahwa variabel X_3 (Kepercayaan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y (Minat Nasabah). Berdasarkan hasil pada tabel uji T dapat diketahui nilai Beta sebesar 0,847 yang menyatakan bahwa nilai Beta bernilai positif. Hasil ini sejalan dengan dasar teori *Technology Acceptance Model* yang dijelaskan oleh Davis (1989), yang menjelaskan *attitude towards use* didasari oleh kepercayaan dan kesediaan seseorang untuk menggunakan sistem tersebut. Davis menjelaskan sikap sebagai dimensi emosional individu dalam menjalankan perilaku tertentu. Kepercayaan memegang peran penting dalam membentuk minat seseorang, sebuah konsep yang tervalidasi oleh penelitian terdahulu (Maria, 2019). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel kepercayaan dan minat mahasiswa dalam memanfaatkan layanan internet banking. Penemuan serupa juga tercatat dalam studi yang dilakukan oleh Fitriyani (2021), di mana ia menemukan bahwa faktor kepercayaan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan *mobile banking* di Cabang Bank Syariah Indonesia KCP Muara Bulian.

SIMPULAN

Dari hasil pengujian dan analisis data yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara simultan variabel bebas yang terdiri dari keamanan, kemudahan dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat yaitu minat nasabah menggunakan layanan BSI *mobile banking*.

2. Variabel Keamanan pada penelitian ini secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *mobile banking* .
3. Variabel Kemudahan pada penelitian ini secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *mobile banking* .
4. Variabel Kepercayaan pada penelitian ini secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *mobile banking* .

DAFTAR PUSTAKA

- Angelina, T. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Mobile Banking pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Tsabat). *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(2), 130-139
- Amelia, A. (2022). Pengaruh Teknologi, Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah BSI Dalam Menggunakan M-Banking (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN PALOPO).
- Bachtiar M. R., Erawati K., Listyawati I. (2020). Faktor-Faktor Pengaruh Minat Nasabah Pengguna Internet Banking Bank Syariah Mandiri. *Al Tijarah* 6(3), 156-167. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5696>
- Eli Safitri, N. (2022). Pengaruh Kemudahan Akses, Trust, Keamanan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking di Bank BSI KCP Kencong. *Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember*. 66-79.
- Elok Nirwana, B. Q. (2021). Pengaruh Tingkat Keamanan, Kepercayaan, Kemudahan, dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank NTB Syariah Untuk Pembayaran Online Shop. 47-52
- Faizah, N. (2021). Pengaruh Keamanan, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Layanan Virtual Buka Rekening Online BSI Terhadap Minat Transaksi Nasabah (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus). *IAIN Kudus*
- Fernanda I K., Embun D S., (2018). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Pengguna, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang. *Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(2), Juli
- Fitra Mulyana, Y. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Online (Studi pada Toko Online OLX.Co.id).
- Handinisari H., Muhlisin S., Yono Y. (2022). Pengaruh Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan Mobile Banking. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(3) 818-828.
- Hostifa Sari, F. (2021). Analisis Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking di Bank Syariah Indonesia (BSI) MT Haryono KC. Semarang di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo). *UIN Walisongo*
- Iriani, A. F. (2018). Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. *DINAMIS-journal of Islamic Management and Bussines*, 2(2) Oktober 2018.

- Larasati dkk., (2020). Analisis Minat Menggunakan BRI Mobile (Nasabah Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Kota Sukabumi). *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 9(6) (2020) 525-538.
- Melfi, A. (2020). Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa).
- Mukhtisar, (2021). Pengaruh Efisiensi, Keamanan, dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh). *Jihbiz: Global Journalism*. 3 (1)
- Nurdin dkk., (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*. Vol 2, No. 1 2(1):87-104.
- Nursiah N., Ferils M., Jamaludin (2022). Analisis Minat Menggunakan Mobile Banking. *AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol. 19, Issue 1 (2022), 91-100.
- Pranoto, M. O. (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*. 8 (1) Thn VIII Januari 2020.
- Ratnaningrum, D. (2022). Pengaruh Manfaat, Kesesuaian, Keuntungan, Risiko, Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia). Universitas Islam Indonesia.
- Yulia dkk., (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah. *JSP: Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. XIX (3),134-158.