

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan saat ini yang didukung oleh percepatan arus globalisasi saat ini telah mengubah tatanan kehidupan manusia. Perubahan tersebut tidak hanya berkaitan dengan bidang ekonomi, sosial, dan budaya saja, namun juga perilaku manusia dalam hal menerima atau menggunakan teknologi informasi. Globalisasi membawa banyak perubahan khususnya di bidang teknologi informasi (Wabana, Lalima, dan Londa 2018).

Kebutuhan akan informasi inilah yang membuat teknologi saat ini terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat yang sangat tinggi. Salah satu perangkat yang mampu memenuhi kebutuhan informasi tersebut adalah smartphone. Hal ini mungkin menggambarkan betapa pentingnya kebutuhan informasi. Meningkatnya perkembangan teknologi ini juga memengaruhi perkembangan teknologi smartphone. Perkembangan smartphone ini ditunjukkan melalui setiap pembaruan aplikasi teknologi pada Smartphone. Smartphone adalah telepon yang menyediakan fungsional lebih dari sekedar melakukan panggilan (Sridiani, 2014).

Salah satu keunggulan smartphone dalam dunia bisnis adalah perpaduan antara perkembangan teknologi informasi dan aplikasi profesional. Menurut Tritana dan Sari (2014), salah satu aplikasi terkini untuk memudahkan akses informasi khususnya di dunia bisnis adalah dengan berkembangnya layanan

mobile banking. Mobile banking merupakan perangkat seluler komersial yang memperhatikan aplikasi dalam hal dan efisiensi dalam melakukan transaksi perbankan (Kusumo, 2010).

Salah satu bank yang memimplementasikan aplikasi ini adalah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk telah meluncurkan fasilitas layanan mobile banking yang bernama “BRI Mobile” Layanan elektronik ini lengkap dan menarik dengan menu transaksi yang dapat dilakukan melalui smartphone atau ponsel pintar. Layanan ini memenuhi kebutuhan manusia dalam konteks perkembangan teknologi (Cermati. Com 2019). Manusia yang menggunakan suatu produk tentunya akan mengevaluasi berdasarkan banyak pertimbangan yang berbeda-beda ketika menggunakan suatu produk tertentu. Dengan ketertarikan seseorang apakah mereka memutuskan untuk menggunakan produk tersebut atau tidak.

Bank menyediakan layanan perbankan elektronik yang biasa disebut e-Banking untuk memenuhi kebutuhan melakukan transaksi perbankan, selain layanan yang tersedia di kantor cabang ATM, dengan menggunakan layanan perbankan secara elektronik nasabah bank tidak perlu lagi membuang-buang waktu untuk mengantri di kantor ATM, karena pada saat ini banyak transaksi perbankan yang dapat dilakukan dimana saja, kapan saja, secara mudah dan nyaman melalui jaringan elektronik. Misalnya saja transfer uang antar rekening dan antar bank, bayar tagihan, membeli pulsa tambahan atau mengecek saldo rekening dan lain sebagainya . Perbankan elektronik meliputi:

Internet *banking*, *mobile banking*, *phone banking*, dan SMS banking (Iktan Bankir Indonesia 2014).

PT Bank Rakyat Indonesia Tbk terus menghadirkan inovasi dan terobosan untuk membantu nasabah dalam bertransaksi lebih mudah di masa pandemi. Didukung dengan perkembangan teknologi digital, nasabah akan semakin mudah dalam melakukan berbagai aktivitas tanpa dibatasi ruang dan waktu, termasuk dalam melakukan transaksi perbankan. Sepanjang tahun 2021, jumlah transaksi digital melalui saluran elektronik Bank BRI mencapai 5,7 miliar transaksi. Sedangkan dari sisi volume, Bank BRI mampu membuka Rp 4.617 miliar, meningkat 57% dibandingkan periode yang sama tahun 2020, bahkan jika dibandingkan periode sebelum pandemi sebelumnya meningkat 68% (YoY Juni 2019 - Juni 2021). Salah satu e-channel unggulan BRI yaitu BRIimo memberikan kontribusi sebesar 25% atau setara Rp 1.165 miliar dibuktikan dengan tren kenaikan tahunan yang terus berlanjut setiap tahunnya sebesar 169% (YoY Juni 2019 - Juni 2021) dan 94% (YoY Juni 2020-Juni 2021).

BRIimo adalah aplikasi keuangan digital terbaru Bank BRI terbaru berbasis data internet yang membantu nasabah BRI dan non nasabah BRI bertransaksi dengan *User Interface* dan *User Experience* terbaru, fitur *login face recognition*, *login fingerprint* top up gopay, pembayaran QR dan fitur-fitur lainnya dengan pilihan *Souce of Fund/ Sumber dana transaksi* dapat menggunakan Rekening Giro/ Tabungan. Tujuan dari pengembangan aplikasi BRI Mobile BRIimo versi terbaru ini adalah untuk mempersiapkan

model bisnis ke masa depan mengubah kebiasaan nasabah yang sebelumnya bertransaksi melalui unit kerja BRI beralih ke ATM kemudian shifting ke ATM dan SMS Banking.

Menurut Mubiyantoro & Syaefulloh (2013), mobile banking adalah sebuah Mobile fasilitas atau layanan mobile banking yang menggunakan perangkat komunikasi bergerak seperti telepon pintar yang terhubung ke internet. *Mobile banking* memungkinkan nasabah tidak perlu pergi ke bank atau ATM untuk melakukan transaksi berupa transfer uang, pulsa, pembayaran, invoice, pembelian dan pengecekan saldo rekening. bagi bank hal ini melibatkan pengelolaan volume pencetakan formulir, brosur, katalog produk, dan perjanjian dalam data elektronik.

Menurut Syuhada (2013), minat adalah suatu proses mental abstrak yang diungkapkan dalam situasi atau aktivitas apa pun, ada objek yang dianggap berharga yang harus diketahui dan diinginkan. Hal ini menciptakan kecenderungan untuk merasakan sesuatu. Dapat juga dikatakan bahwa minat menimbulkan keinginan yang kuat terhadap sesuatu. Minat masyarakat Indonesia dalam menggunakan layanan perbankan sangat tinggi, khususnya dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Hal ini dibuktikan dengan masuknya website perbankan seperti Bank BCA, Bank BNI, dan Bank Mandiri ke dalam peringkat website terbaik Indonesia *Versi Alexa* Indonesia (Adhiputra, 2015).

Menurut Jogiyanto (2011), kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan suatu teknologi akan menarik

mereka akan menggunakan. Sebaliknya, jika ada yang menganggap sistem informasi tidak mudah digunakan, maka ia tidak akan menggunakannya begitu pula dengan *mobile banking*, jika sistemnya sederhana, mereka akan percaya dan akan menggunakannya. Sedangkan menurut (Jogiyanto, 2007), kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang yakin bahwa penggunaan teknologi akan membebaskan dari usaha. Jadi, ketika seseorang yakin bahwa teknologi itu mudah untuk digunakan, maka hal tersebut akan mempengaruhi minatnya untuk menggunakan teknologi dan hendaknya ia juga melakukan hal yang sama.

Farizi (2014) Mendefinisikan kepercayaan sebagai penilaian terhadap hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu yang diharapkan dalam sebuah lingkungan yang tidak pasti. Kepercayaan merupakan factor kunci dalam mengembangkan keinginan pelanggan terhadap produk berkelanjutan yang menopang hubungan jangka panjang, dalam hal ini hubungan pelanggan dengan merek dari suatu perusahaan tertentu. Menurut Talatu dkk (2014), kepercayaan dapat mendorong perilaku pengguna *mobile banking*. Kepercayaan merupakan keadaan psikologis yang bergantung pada keadaan dan konteks sosial seseorang. Dalam memutuskan sesuatu hal, seseorang cenderung mengambil keputusan berdasarkan pilihan yang diambil oleh orang yang dipercayainya.

Menurut Fadhli dan Fachruddun (2016), risiko adalah sesuatu yang mewakili penilaian individu terhadap kemungkinan-kemungkinan mengenai berhubungan hasil positif atau negatif dari suatu transaksi atau situasi. risiko

yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan terkait dengan melakukan suatu aktivitas. Persepsi risiko sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan. Semakin rendah persepsi risiko seseorang maka semakin tinggi tingkat kepercayaannya dan sebaliknya, Jika risiko meningkat dari informasi sederhana menjadi keputusan pembelian produk (transaksi), maka risiko tersebut akan diasosiasikan dengan keyakinan yang diterima (Farizi & Syaefullah, 2013).

Tabel 1.1 Receard Gab

No	Peneliti	Judul	Hasil
1.	A Kholid, Soemarso Zembun (2018)	Analisis pengaruh keamanan, kemudahan penggunaan, kepercayaan nasabah dan kebermanfaatan terhadap minat menggunakan	Kemudaha Pengguna Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap minat menggunakan
2.	Rizal Nurul Ichsan (2019)	Kemudahan Pengguna Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Menggunakan	Kemudahan Pengguna Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat menggunakan
3.	Hasanah Jaya Asja (2021)	Pengaruh Manfaat, Kemudahan Pengguna, dan Pendapatan terhadap minat menggunakan	Kemudahan Pengguna tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan

No	Peneliti	Judul	Hasil
4.	Dewa Ay Dita Witami (2019)	Pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan dan Resiko terhadap minat menggunakan	Persepsi Resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan
5.	Gama Putra Brahanta (2021)	Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan	Persepsi Resiko Berpengaruh dan Signifikan terhadap minat menggunakan
6.	Sallokka Mara Rizky Darista(2019)	Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi Kemudahan ,persepsi kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat menggunakan	Persepsi Risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan
7.	Esa Nuraeni (2021)	Pengaruh Kepercayaan dan kemudahan Terhadap Minat menggunakan	Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan

No	Peneliti	Judul	Hasil
8.	Ramayani dkk (2020)	Pengaruh kepercayaan, keamanan, manfaat, dan kemudahan, terhadap minat menggunakan	Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan
9.	Kevin Muhammad Putra (2019)	Pengaruh Persepsi Resiko, Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan, Terhadap minat Menggunakan	Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan

Sumber:Berbagai Jurnal

Penelitian yang dilakukan oleh (A Kholid, Soemarso Zembun 2018), (Icksan dan Nasution 2019), menemukan bahwa tingkat kemudahan penggunaan yang berbeda memberikan dampak yang signifikan dan mempengaruhi minat menggunakan. Artinya semakin tinggi tingkat kenyamanan dalam penggunaan maka semakin besar pula minat untuk menggunakan. Studi kasus lainnya (Asja dan Susanti 2021) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak berdampak signifikan terhadap minat menggunakan. Banyak strategi yang bisa dilakukan oleh nasabah untuk menggunakan fitur-fitur layanan perbankan, misalnya untuk melakukan

ransaksi online melalui smarphone, nasabah tetap menggunakan layanan tersebut untuk kebutuhannya.

Dijelaskan oleh Dewi dan Warmika (2016) Kemudahan Penggunaan adalah tingkat keyakinan bahwa penggunaan suatu sistem tersebut tidak memerlukan banyak usaha. Meskipun upaya tersebut memiliki arti yang berbeda-beda bagi setiap individu, namun secara umum upaya tersebut bertujuan untuk menghindari penolakan pengguna sistem dengan yang dikembangkannya. Oleh karena itu suatu sistem harus mudah ditetapkan oleh pengguna tanpa banyak usaha. Saat menggunakan computer, kemudahan penggunaan adalah tingkat keyakinan bahwa penggunaan sistem tertentu akan bebas dari kesalahan. Hal ini kemudian akan berdampak pada perilaku yaitu semakin mudah seseorang dalam menggunakan sistem maka semakin tinggi tingkat penggunaan teknologi informasi (Iqbaria 2014:88)

Penelitian yang dilakukan (Witami 2019) (Birahanta dan Wardhani 2021), dengan hasil penelitian persepsi resiko mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan karena semakin tinggi risiko maka semakin rendah minat menggunakan sistem teknologi, hal ini menunjukkan bahwa minat seseorang untuk menggunakan kembali teknologi jika mereka yakin bahwa teknologi tersebut dapat membantu meningkatkan efisiensi implementasi dengan relatif mudah dan risiko. Dalam penelitian lain perlu dicatat bahwa (Darista 2021) mengatakan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan. Ada banyak strategi yang dapat digunakan bisnis untuk bertahan hidup.

Menurut Cho. J & Lee (2006) Persepsi resiko adalah suatu tindakan ketidakpastian yang dipertimbangkan orang ketika memutuskan apakah akan bertransaksi online. Kecendrungan risiko merupakan kecendrungan seseorang dalam mengambil keputusan apakah akan menerima atau menghindari risiko yang ada. Oleh karena itu menurut Lestari (2013), persepsi risiko dapat berperan penting dalam perilaku manusia terutama mengenai untuk pengambilan keputusan dalam keadaan memutuskan pengambilan keputusan dalam situasi tidak pasti.

Penelitian yang dilakukan oleh (Esa Nuraeni 2021); (Kismawadi 2020), menurut hasil penelitian, kepercayaan mempunyai berpengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan karena kepercayaan berkaitan dengan kesediaan konsumen untuk percaya terhadap segala resiko yang membawa hasil positif bagi konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa jika tingkat kepercayaan pelanggan meningkat, maka jumlah pelanggan meningkat. Studi kasus lainnya (Kevin Muhammad Putra 2019) menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan

Menurut Jumali (2015), kepercayaan adalah hal yang diperlukan bagi pengguna sistem informasi yang baru agar merasa bahwa teknologi sistem informasi yang baru dapat meningkatkan individu. Efektif menjalankan suatu organisasi atau perusahaan. Sedangkan menurut (Setiawan 2020), kepercayaan adalah keyakinan yang memungkinkan individu untuk secara sukarela menjadi pelanggan suatu penyedia jasa setelah memperhatikan karakteristik penyedia jasa tersebut. Ketika suatu produk dapat

mendatangkan kepercayaan konsumen serta mempunyai manfaat dan kemudahan ketika digunakan dalam kehidupan sehari-hari, maka kemungkinan produk tersebut tentu akan dapat digunakan oleh masyarakat luas. Kepercayaan ini tidak bias begitu saja dapat diakui oleh pihak lain/mitrausaha, namun harus dibangun sejak awal dan dapat ditunjukkan, (Darma 2013).

Berdasarkan penjelasan diatas dan hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti, terdapat perbedaan peneliti, terdapat perbedaan antara peneliti dan perbedaan hasil penelitian. Perbedaan hasil pencarian dapat dipengaruhi oleh banyak faktor yang mempengaruhi mobile banking khususnya kemudahan penggunaan, kepercayaan, resiko. Penelitian ini mempunyai kesamaan pada variabel kemudahan penggunaan, sedangkan perbedaan terletak pada resiko. Oleh karena itu, peneliti ingin melanjutkan penelitian mengenai **“PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI RISIKO, KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI BRIMO PADA MAHASISWA UNIVERSITAS AKI DI SEMARANG”**.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan Aplikasi BRImo ?
2. Apakah Resepsi Risiko Berpengaruh terhadap minat menggunakan Aplikasi BRImo ?
3. Apakah Kepercayaan Berpengaruh terhadap minat menggunakan Aplikasi

BRImo ?

1.3. Batasan Masalah

Agar penlitit yang dilakukan menjadi terarah dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan dan menjelaskan ruang lingkup penelitian, maka perlu adanya batasan masalah. Dalam hal ini peneliti membatasi penelitian ini maka penulis hanya meneliti Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi BRImo pada Mahasiswa Universitas AKI di Semarang.

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Brimo pada Mahasiswa Universitas Aki di Semarang.
2. Untuk menguji dan menganalisis apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Aplikasi BRImo pada Mahasiswa Universitas Aki di Semarang.
3. Untuk menguji dan menganalisis apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Aplikasi BRImo pada Mahasiswa Universitas Aki di Semarang.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penelitian

- a. Untuk mengasah kemampuan peneliti dalanyata dalam menjawab permasalahan nyata kehidupan sehari-hari, terutama yang terkait dengan persepsi keguaan, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan

persepsi kepercayaan terhadap minat pengguna Mobile internet banking.

- b. Untuk meningkatkan dan memperluas, serta mengembangkan pemahaman keilmuan peneliti.

2. Bagi Akademisi

- a. Peneliti ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi yang berkaitan dengan masalah Kemudahan penggunaan, persepsi risiko dan kepercayaan terhadap minat menggunakan mobile banking
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai motivasi untuk melakukan penelitian di masa yang akan datang

3. Bagi Praktisi

- a. Peneliti ini diharapkan dapat membantu pihak bank untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan menggunakan mobile banking.

1.6. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Berisi latar belakang, Perumusan masalah, Pembatasan masalah, Tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada Bab tinjauan pustaka diuraikan teor-teori dan hasil-hasil penelitian yang relevan dengan permasalahan dan tujuan penelitian yang di angkat dalam topik/ judul Skripsi, dan hasil penelitian

sebelumnya yang berkaitan dengan fokus permasalahan penelitian. Bab ini tidak sekedar berisi kutipan atau pencantuman teori-teori, konsep, proposisi, dan paradigma secara berjajar dan runtut yang diambil dari berbagai sumber, bukan juga sekedar tambal sulam pendapat / teori yang tidak terkait dengan perumusan hipotesis maupun analisis, tetapi merupakan hasil olahan dari berbagai hal di atas.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab Metode Penelitian pada dasarnya menjelaskan rencana dan prosedur penelitian yang dilakukan penulis untuk memperoleh jawaban yang sesuai dengan permasalahan atau tujuan penelitian

BAB IV Gambaran Umum Objek Penelitian

Gambaran umum perusahaan disajikan hanya sebagai gambaran umum yang menjelaskan sejarah, Struktur organisasi job description dan produk yang dihasilkan, sumber daya, tantangan bisnis, proses kegiatan bisnis yang berkaitan dengan masalah penelitian. Penyajian gambaran umum ini harus dilakukan dengan simpel dan langsung berkaitan dengan materi penelitian.

BAB V Hasil dan Pembahasan Masalah

Berisi hasil dan pembahasan yang menjelaskan dan menganalisis dan mendiskusikan hasil-hasil atau fakta-fakta yang diperoleh, serta mengkonfirmasi dengan teman-teman atau pendapat-pendapat terdahulu dan studi kepustakaan beserta usulan perancangan desain sistemnya. Pembahasan disarankan dilakukan terintegrasi disertai

dengan implementasi segera setelah penyajian data. Hasil-hasil penelitian kemungkinan akan berjalan berbeda atau bertentangan dengan temuan dan pendapat orang lain. Oleh karena itu dalam bab ini dijelaskan penyebab kemungkinan-kemungkinan itu.

BAB VI Penutup

Berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan pernyataan dari penulis mengenai hubungan sebab akibat ataupun hasil pembahasan permasalahan, sedangkan saran adalah pernyataan usulan dari penulis untuk memperbaiki, melengkapi ataupun mendesain program yang dibutuhkan pada instansi tersebut. Saran harus bersifat operasional artinya dapat dilaksanakan dengan syarat-syarat tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Badaruddin, & Risma. (2021). Pengaruh fitur layanan dan kemudahan terhadap minat menggunakan mobile banking. *Telanaipura Jambi*, 1(1), 36122.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, 03(02), 27–37.
- Gita, N. W., & Juliarsa, G. (2021). Persepsi Kepercayaan, Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Keamanan dan Minat Ulang Menggunakan Mobile Banking Jenius. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(8), 2086.
- Hermawan. (2020). Analisis minat menggunakan bri mobile (Survei Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk . Kota Sukabumi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 9(6), 525–538.
- D. A. N. (2021). Kegunaan, P. P., Kemudahan, P., Kepercayaan, P., & Persepsi *Jurnal E-Money* 1. 09(01), 27–37.
- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2018). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang. *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2), 49–57.
- Meileny, F., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 200–209.
- Nugraha, D. A. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Individu Menggunakan Go-Pay Di Kota *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*.
- Nuraeni, E., & Somantri, B. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet OVO di Masa Pandemi. *Journal Imwi Student Research Journal*, 2(1), 20–31.
- Nurul Haqiqi, Untung Lasiyono, & Tri Ari Prabowo. (2020). Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Belanja Online Dalam Menggunakan E-Commerce Shopee Di Kelurahan Tanjungsari, Kecamatan Taman Sidoarjo. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 317–328. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.3000>
- Nurvitasari, E., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Grab (Studi Pada Pengguna Aplikasi Grab Fitur Grabfood). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1472–1481. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1472-1481>

- Putra, K. M., & Sari, P. K. (2019). The Effect Of Customer Perception On Risk, Trust, Usefulness, And Ease Of Use On The Use Of Internet Banking (Survey Of Bank Mandiri Customers). *E-Proceeding of Management*, 6(2), 2712–2723.
- Qoes Atieq, M., & Nulpiani, E. (2022). Pengaruh kemudahan penggunaan, manfaat dan risiko terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking bank syariah (Survey Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 401–423.
- Rithmaya, C. L. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Bca Dalam Menggunakan Ininternet Banking. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(1), 160.
- 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(2), 59–73.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440–456. h
- Gita, N. W., & Juliarsa, G. (2021). Persepsi Kepercayaan, Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Keamanan dan Minat Ulang Menggunakan Mobile Banking Jenius. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(8), 2086.
- Putra, M. I. A., & Sari, R. C. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking. *Kajian Ilmu Akuntansi*, 8(8), 1–12.
- Wulandari, C. O., & Yushita, A. N. (2017). Pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus pada Pelaku Usaha di Plaza Universitas Negeri Yogyakarta). *Jurnal Fakultas Ekonomi*, 1, 1–17.