



KAJIAN MINAT GUNA LAYANAN *MOBILE* *BANKING* DI KALANGAN MAHASISWA

Adi Saputra Hsb, Ismi Andari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Timor

Abstrak

Mobile banking merupakan layanan perbankan terkini yang penggunaannya sangat relevan di tengah masa di mana segala aktivitas banyak dilakukan secara daring. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor determinan terkait penggunaan layanan mobile banking di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sumatera Utara. Sampel yang dipilih adalah 98 responden yang ditentukan berdasarkan teknik purposive sampling. Data primer dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dengan skala Likert 1-5. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis Faktor dan analisis Regresi linier berganda (α 0,05). Penelitian ini membuktikan bahwa harapan kinerja, kenyamanan, keamanan, kesederhanaan, dan kemudahan navigasi merupakan faktor dengan peran signifikan dalam membentuk minat penggunaan layanan mobile banking. Sementara itu, harapan usaha, pengaruh social, kondisi fasilitas, dan efektivitas waktu tidak berperan signifikan dalam penggunaan mobile banking. Temuan ini menjadi rekomendasi penting bagi pihak perbankan untuk meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking dengan mengembangkan aplikasi mobile banking dengan mengedepankan aspek performa, kenyamanan dan keamanan penggunaan, serta kesederhanaan pengoperasian.

Kata Kunci: Mobile banking, mahasiswa, regresi.

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis yang ketat di era globalisasi ini menuntut pengembangan inovasi yang efektif dan berkelanjutan. Salah satu hal yang

mencirikan era globalisasi adalah perkembangan teknologi yang tentu saja berdampak besar bagi kehidupan manusia. Perkembangan teknologi informasi di semua sektor mampu

*Correspondence Address : ismindari@unimor.ac.id

DOI : 10.31604/jips.v10i3.2023.1138-1146

© 2023UM-Tapsel Press

memberikan kemudahan, termasuk dalam perekonomian global. Kecepatan dan kemudahan akses informasi dan perkembangan teknologi menjadikan interaksi antar individu semakin mudah, tanpa dibatasi ruang dan jarak. Perkembangan teknologi informasi ini juga berdampak dalam sektor perbankan, di mana pelayanan perbankan saat ini banyak tersedia dalam system daring untuk meningkatkan kecepatan dan kemudahan pelayanan terhadap nasabah (Prakosa & Sumantika, 2019).

Perbankan merupakan salah satu industri jasa yang memiliki arti penting bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia, yakni sebagai sumber pendapatan nasional dan sekaligus lembaga perantara untuk menghimpun dana masyarakat dan menyalurkan kembali kepada pihak yang membutuhkan dana untuk kegiatan perekonomian (Anggraeni, 2016). Salah satu pemanfaatan perkembangan teknologi di sector perbankan adalah system layanan *mobile banking*. *Mobile banking* merupakan layanan perbankan yang memudahkan nasabah dalam bertransaksi tanpa perlu datang ke bank atau ATM. Dengan kata lain, nasabah dapat melakukan transaksi di mana saja dan kapan saja. Layanan *mobile banking* meliputi transaksi finansial maupun non finansial, transfer dana, cek saldo dan pembayaran tagihan (Wibiadila, 2016). *Mobile banking* tidak hanya mendukung kemudahan dan kecepatan transaksi bagi nasabah, namun juga dapat meminimalisir budget pengembangan infrastruktur bagi pihak perbankan (Agustina, 2017).

Penerapan layanan *mobile banking* saat ini telah meluas hampir di seluruh bank. Hasil survei lembaga riset keuangan internasional mengungkapkan bahwa 35% dari seluruh kegiatan perbankan yang dilakukan di setiap rumah di seluruh dunia akan beralih ke layanan *mobile banking* (Sudaryanti et

al., 2018). Hal ini dikuatkan dengan situasi pandemi saat ini yang mengharuskan pembatasan aktivitas di luar rumah, sehingga meningkatkan penggunaan sistem daring dalam berbagai kegiatan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat tren penggunaan transaksi digital selama masa pandemi covid-19 mengalami peningkatan signifikan. Pada bulan Maret 2020, terjadi peningkatan transaksi daring sebesar 320%, yang kemudian meningkat menjadi 480% pada bulan April 2020 (Miftahudin, 2020). Peningkatan penggunaan layanan *mobile banking* pada masa pandemic terlihat pada hampir seluruh perusahaan perbankan, antara lain BCA yang mengalami peningkatan sebesar 90% (BCA, 2020), BRI sebesar 60% (Hidayat, 2020), BNI sebesar 84,4% (BNI, 2020), dan Bank Mandiri sebesar 15,1% (Nisaputra, 2020).

Meskipun *mobile banking* menghadirkan banyak manfaat, namun di sisi lain ia juga memiliki kekurangan yang harus diwaspadai oleh nasabah, yakni terkait ancaman tindakan kejahatan seperti pembobolan atau pembajakan (Bhatt & Bhatt, 2016). Kejahatan siber menjadi resiko utama bagi nasabah *mobile banking*. 46% perbankan mengakui bahwa nasabah mereka pernah mengalami serangan *phishing*, di mana 70% perbankan juga melaporkan insiden penipuan keuangan (Novianty, 2017). Hal ini diduga kuat menjadi salah satu pertimbangan penting bagi sebagian nasabah terkait penggunaan layanan *mobile banking*. Situasi pandemi saat ini tidak serta menjadikan seluruh nasabah beralih pada layanan *mobile banking*, di mana hal ini menjadi topik yang menarik untuk dikaji. Penggunaan *mobile banking* dipengaruhi oleh banyak faktor, sebagaimana dijelaskan oleh berbagai teori maupun temuan penelitian terdahulu yang telah banyak dilaporkan.

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) merupakan sebuah model untuk menjelaskan penerimaan teknologi baru. Terdapat empat variabel yang mempengaruhi *user acceptance* dan *usage behavior*, yakni *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*. Disamping itu, terdapat empat variabel moderator yang meliputi jenis kelamin, usia pengalaman, dan kesiapan diri (Venkatesh et al., 2003). Minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* dipengaruhi oleh model UTAUT (Herlambang & Dewayanti, 2018). Selain itu, faktor lain yang berkaitan adalah demografi, jenis bank dan penggunaan layanan yaitu efektivitas waktu, kenyamanan, keamanan, kesederhanaan operasional dan kemudahan navigasi (Panjaitan, 2019). Penelitian terdahulu yang mengkaji faktor penggunaan *mobile banking* antara lain Kurniawati et al. (2017), Yu (2009), Kabir (2013), Ledesman (2018), Panjaitan (2019), dan Jannah (2019).

Mahasiswa merupakan kalangan yang merepresentasikan generasi muda masa kini yang dalam kehidupannya tidak lepas dari transaksi keuangan jarak jauh. Fasilitas tersebut paling tidak dibutuhkan untuk keperluan membayar biaya perkuliahan, atau menerima uang kuliah dari orang tua, terlebih bagi mahasiswa yang mayoritas berasal dari luar daerah. Kondisi tersebut sekaligus menjadi peluang Kerjasama antara pihak perbankan dengan pihak perguruan tinggi. Fenomena kerjasama tersebut antara lain seperti penggunaan Kartu Tanda Mahasiswa (KTM) yang memiliki fungsi layaknya ATM. Pengembangan layanan perbankan melalui sistem *mobile banking* di dunia Pendidikan ini pada intinya bertujuan untuk menghadirkan kemudahan bagi mahasiswa dalam melakukan pembayaran biaya pendidikan secara daring. Namun, pertanyaannya saat ini

adalah sejauh mana mahasiswa menggunakan layanan tersebut, dan faktor apa saja yang mempengaruhi minat penggunaannya.

Berbagai situasi di atas menjadi latar belakang kuat akan pentingnya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui faktor determinan terkait penggunaan layanan *mobile banking* di kalangan mahasiswa. Secara ringkas, faktor-faktor yang akan dikaji keterkaitannya dengan penggunaan *mobile banking* adalah harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi fasilitas (*facilitating conditions*), efektivitas waktu (*time effectiveness*), kenyamanan (*convenience*), keamanan (*security*), kesederhanaan operasional (*operational simplicity*), dan kemudahan navigasi (*ease of navigation*). Hasil penelitian ini dapat menjadi rekomendasi penting bagi pihak perbankan untuk meningkatkan minat guna nasabah terhadap layanan *mobile banking*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif (Sugiyono, 2006) dengan populasi yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sumatera Utara pada periode akademik 2020/2021 (5.139 orang). Sampel yang dipilih adalah 98 responden yang ditentukan berdasarkan teknik *purposive sampling*. Data primer dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang telah lolos uji instrumen (validitas dan reliabilitas). Variabel penelitian terdiri dari variabel independen yang terdiri dari Harapan Kinerja (X₁), Harapan Usaha (X₂), Pengaruh Sosial (X₃), Kondisi Fasilitas (X₄), Efektivitas Waktu (X₅), Kenyamanan (X₆), Keamanan (X₇), Kesederhanaan Operasional (X₈), dan Kemudahan Navigasi (X₉), serta variabel dependen yaitu Penggunaan Layanan *mobile banking* (Y). Pencatatan data

menggunakan skala Likert 1-5 (Sugiyono, 2006). Konfirmasi peran X₁ hingga X₉ sebagai variabel independent dilakukan dengan analisis Faktor. Selanjutnya, uji hipotesis dilakukan dengan metode analisis Regresi linier berganda pada program SPSS 21. Hasil analisis dinyatakan signifikan apabila nilai signifikansi (*p-value*) lebih kecil dari taraf nyata (α) 0,05/5%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Faktor

Analisis faktor digunakan untuk mengidentifikasi Harapan Kinerja (X₁), Harapan Usaha (X₂), Pengaruh Sosial (X₃), Kondisi Fasilitas (X₄), Efektivitas Waktu (X₅), Kenyamanan (X₆), Keamanan (X₇), Kesederhanaan Operasional (X₈), dan Kemudahan Navigasi (X₉) sebagai faktor yang mempengaruhi penggunaan *mobile banking*.

a. Uji KMO dan Bartlett's

Tahap pertama dalam analisis faktor ini dilakukan untuk memastikan bahwa faktor-faktor yang dianalisis valid. Hasil uji KMO dan Bartlett's dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 1. Uji KMO dan Bartlett's

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.934
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	871.048
	Df	36
	Sig.	.000

Sumber: Data diolah (2022)

Data dinyatakan valid apabila nilai KMO lebih besar (>) dari 0,5, dan/atau nilai signifikansi Bartlett's lebih kecil (<) dari 0,5. Berdasarkan tabel 1, maka dapat diketahui nilai KMO (0.934

> 0,5) dan nilai signifikansi Bartlett's (0,000 < 0,5) menunjukkan bahwa seluruh faktor yang diteliti telah valid dan dapat dianalisis lebih lanjut.

b. Uji Measure of Sampling Adequacy (MSA)

Dalam analisis faktor, nilai MSA dari setiap faktor perlu diketahui. Kriteria MSA berkisar antara 0 sampai 1. dengan hasil analisis sebagai berikut:

Tabel 2. Measure of Sampling Adequacy (MSA)

Variabel	Anti-image correlation
Harapan Kinerja (X ₁)	0.891
Harapan Usaha (X ₂)	0.945
Pengaruh Sosial (X ₃)	0.899
Kondisi Fasilitas (X ₄)	0.942
Efektivitas Waktu (X ₅)	0.941
Kenyamanan (X ₆)	0.950
Keamanan (X ₇)	0.950
Kesederhanaan Operasional (X ₈)	0.939
Kemudahan Navigasi (X ₉)	0.943

Sumber: Data diolah (2022)

Tabel 2 menunjukka bahwa seluruh variabel memiliki nilai *anti-image correlation* lebih besar dari 0.5. Dengan demikian, seluruh variabel tersebut aman dan dapat dimasukkan sebagai faktor dalam penelitian.

c. Uji Eigen

Nilai eigen menunjukkan jumlah faktor yang terbentuk dalam penelitian, yakni ditentukan dengan melakukan kombinasi beberapa kriteria untuk mendapatkan jumlah faktor yang paling sesuai dengan data penelitian. Hasil analisis dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3. Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6.702	74.464	74.464	6.702	74.464	74.464
2	.637	7.078	81.542			
3	.424	4.707	86.249			
4	.303	3.369	89.618			
5	.268	2.982	92.600			
6	.207	2.298	94.897			

7	.181	2.011	96.908			
8	.150	1.671	98.579			
9	.128	1.421	100.000			

Sumber: Data diolah (2022)

Tabel 3 menunjukkan nilai total dari initial *eigenvalues* hanya menghasilkan satu komponen dengan nilai di atas 1 (satu), yakni 6.702. Dengan demikian, maka dalam penelitian ini hanya terbentuk satu ekstraksi faktor saja. Adapun nilai % of variance menggambarkan besar kontribusi dari satu faktor yang terbentuk tersebut, yakni 74.464%.

Bagian terakhir dari analisis faktor yang dilakukan adalah mencari nilai loading factor. Ini dapat diketahui dari tabel *component matrix*. Berdasarkan Tabel 4, dapat diketahui bahwa variabel dalam komponen dengan nilai loading factor yang paling tinggi adalah keamanan (X7). Artinya, Keamanan merupakan faktor determinan yang paling kuat di antara variabel-variabel lainnya.

Tabel 4. Componnt matrix

	Component
	1
Harapan Kinerja (X1)	.871
Harapan Usaha (X2)	.908
Pengaruh Sosial (X3)	.784
Kondisi Fasilitas (X4)	.857
Efektivitas Waktu (X5)	.823
Kenyamanan (X6)	.870
Keamanan (X7)	.914
Keamanan (X8)	.886
Keamanan (X9)	.846

Sumber: Data diolah (2022)

Analisis Regresi

Analisis regresi digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh dari seluruh variabel-variabel independen yang telah dikonfirmasi sebagai variabel determinan melalui analisis faktor yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya. Analisis data dilakukan dengan menggunakan program SPSS 21. Hasil analisis regresi berganda dalam penelitian ini menghasilkan persamaan sebagai berikut:

Tabel 5. Ringkasan Hasil Analisis Regresi

Variabel	Koefisien	t-hitung	Sig.	Interpretasi
Harapan Kinerja (X ₁)	.198	2.355	.021	Signifikan
Harapan Usaha (X ₂)	-.115	-1.397	.166	Tidak Signifikan
Pengaruh Sosial (X ₃)	.025	.372	.711	Tidak Signifikan
Kondisi Fasilitas (X ₄)	.053	.749	.456	Tidak Signifikan
Efektivitas Waktu (X ₅)	.004	.057	.955	Tidak Signifikan
Kenyamanan (X ₆)	.219	3.043	.003	Signifikan
Keamanan (X ₇)	.272	3.301	.001	Signifikan
Kesederhanaan Operasional (X ₈)	.248	3.252	.002	Signifikan
Kemudahan Navigasi (X ₉)	.152	2.285	.025	Signifikan
<i>R Square</i>	.876			
<i>Adjusted R Square</i>	.864			
F-hitung (sig.)	70.651 (0.000)			

Sumber: Data diolah (2022)

Persamaan regresi: $Y = 0.198 X_1 - 0.115 X_2 + 0.025 X_3 + 0.053 X_4 + 0.004 X_5 + 0.219 X_6 + 0.272 X_7 + 0.248 X_8 + 0.152 X_9$

Secara simultan, analisis regresi menunjukkan pengaruh Harapan Kinerja (X_1), Harapan Usaha (X_2), Pengaruh Sosial (X_3), Kondisi Fasilitas (X_4), Efektivitas Waktu (X_5), Kenyamanan (X_6), Keamanan (X_7), Kesederhanaan Operasional (X_8), dan Kemudahan Navigasi (X_9) terhadap penggunaan *mobile banking* di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sumatera Utara adalah signifikan, yakni ditunjukkan dari nilai F_{hitung} 70,651 dengan nilai signifikansi 0.000 ($< 0,05$). Selanjutnya, besar pengaruh dari seluruh variabel independent tersebut adalah 86,4%, yakni ditunjukkan dari nilai koefisien determinasi (*adjusted R square*) sebesar 0.864. Nilai tersebut menunjukkan bahwa seluruh faktor yang dianalisis dalam penelitian ini memiliki kontribusi yang besar terhadap penggunaan *mobile banking* di kalangan mahasiswa di lokasi penelitian.

Secara parsial, hasil analisis menunjukkan temuan yang berbeda-beda, di mana harapan kerja (X_1), kenyamanan (X_6), keamanan (X_7), kesederhanaan operasional (X_8), dan kemudahan navigasi (X_9) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan layanan *mobile banking* di kalangan responden. Sementara itu, harapan usaha (X_2), pengaruh sosial (X_3), kondisi fasilitas (X_4), dan efektivitas waktu (X_5) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Temuan ini menggambarkan variabel mana saja yang lebih diperhatikan atau diprioritaskan oleh mahasiswa dalam mempertimbangkan untuk menggunakan atau tidak menggunakan layanan *mobile banking*.

Pembahasan

Penelitian ini secara garis besar membuktikan bahwa pengaruh harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, efektivitas waktu,

kenyamanan, keamanan, kesederhanaan operasional, dan kemudahan navigasi terhadap penggunaan *mobile banking* di kalangan mahasiswa berpengaruh signifikan jika secara simultan (bersama-sama). Sekilas, ini mengindikasikan bahwa teori atau model UTAUT menurut Venkatesh et al. (2003) berlaku pada kelompok responden penelitian ini. Meski demikian, analisis regresi secara parsial memperlihatkan hasil yang berbeda, di mana variabel yang berpengaruh signifikan adalah harapan kerja, kenyamanan, keamanan, kesederhanaan operasional, dan kemudahan navigasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu (Kurniawati et al., 2017; Yu, 2009; Kabir, 2013; Ledesman, 2018; Panjaitan, 2019; dan Jannah, 2019).

Kalangan mahasiswa memiliki pertimbangan-pertimbangan penting dalam menentukan penggunaan layanan *mobile banking*, di mana hal sikap tersebut sangat beralasan. Venkatesh et al. (2003) menjelaskan harapan kinerja sebagai pembentuk sikap atau keputusan konsumen, yakni sebuah gambaran sejauh mana seseorang percaya bahwa sebuah layanan dapat membantu mencapai kepuasan dan keuntungan. Sementara itu, kenyamanan penggunaan *mobile banking* merupakan hasil dari fleksibilitas waktu dan tempat (Poon, 2008; Pranidana, 2009). Hal tersebut khususnya jika dibandingkan dengan layanan perbankan konvensional.

Signifikansi aspek kenyamanan sejalan dengan aspek keamanan. Dalam era daring seperti saat ini, keamanan transaksi keuangan merupakan salah satu prioritas nasabah. Nasabah menuntut pihak penyedia jasa untuk dapat menjamin keamanan transaksi keuangan (Raman & Annamalai, 2011). Tidak hanya itu, keputusan penggunaan layanan *mobile banking* juga ditentukan oleh kesederhanaan operasional dan kemudahan navigasi aplikasi *mobile*

banking itu sendiri. Responden dalam penelitian ini mengharapkan kesederhanaan langkah dalam pemrosesan transaksi elektronik, serta perlu didukung dengan kemudahan navigasi dalam penggunaan aplikasi *mobile banking*.

Temuan lain dari penelitian ini adalah, bahwa variabel harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, dan efektivitas waktu dalam penelitian ini tidak terbukti signifikan dalam membentuk minat penggunaan layanan *mobile banking*, khususnya di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sumatera Utara. Secara teori, harapan usaha dalam konsep penelitian ini merupakan gambaran ekspektasi konsumen terhadap tingkat kemudahan penggunaan sebuah sistem atau layanan (Venkatesh et al., 2003). Sementara itu, pengaruh Sosial menggambarkan sejauh mana keputusan seseorang dipengaruhi oleh orang-orang di sekitarnya (Ajzen, 1991).

Penelitian ini membuktikan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sumatera Utara lebih berpegang pada pengetahuan dan pengalaman sendiri dalam menentukan keputusan penggunaan layanan *mobile banking*, alih-alih mengikuti *trend* atau ajakan teman. Selain itu, mahasiswa juga tidak terlalu mempertimbangkan aspek kondisi fasilitas dan efektivitas waktu. Kondisi fasilitas menggambarkan sejauh mana sebuah layanan atau sistem menyediakan fitur-fitur yang membantu konsumen dalam penggunaannya (Winduwiratsoko, 2018), yang dalam hal ini adalah layanan *mobile banking*. Efektivitas waktu, di sisi lain, menggambarkan tingkat kecepatan layanan.

Secara garis besar, dapat ditegaskan bahwa pertimbangan mahasiswa di lingkup Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sumatera Utara yang paling utama bukanlah fasilitas dan kecepatan layanan *mobile banking*,

namun jauh lebih utama pada pertimbangan keamanan dan kenyamanan. Mahasiswa menyadari bahwa berbagai bentuk kejahatan banyak mengintai dalam era daring saat ini, sementara transaksi keuangan merupakan aktivitas yang bersifat privat dan sarat akan jaminan keamanan. Mahasiswa juga mengharapkan bahwa layanan *mobile banking* sebaiknya sederhana pengoperasiannya. Variabel pengaruh sosial yang terbukti tidak signifikan membuktikan bahwa tidak peduli seberapa gencar perusahaan perbankan mempromosikan layanan *mobile banking*, dan seberapa besar orang sekitar memberikan pengaruh (mengajak menggunakan), mahasiswa belum tentu mau/setuju menggunakan layanan *mobile banking*. Sikap tegas konsumen ini berlaku terlebih jika perusahaan perbankan dianggap belum bisa menjamin keamanan dan kenyamanan transaksi keuangan dengan layanan aplikasi *mobile banking*.

SIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa tidak semua variabel yang dijelaskan dalam model UTAUT berperan sebagai faktor penggunaan *mobile banking* di kalangan mahasiswa, khususnya di lingkup Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sumatera Utara. Faktor yang berperan signifikan ($p < 0,05$) meliputi harapan kinerja, kenyamanan, keamanan, kesederhanaan, serta kemudahan navigasi. Sementara di sisi lain, harapan usaha, pengaruh social, kondisi fasilitas, dan efektivitas waktu tidak menjadi faktor bermakna dalam penggunaan *mobile banking*.

Temuan ini menjadi rekomendasi penting bagi pihak perbankan untuk meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan mengembangkan aplikasi *mobile banking* dengan mengedepankan aspek performa yang

baik, kenyamanan dan keamanan penggunaan, serta kesederhanaan pengoperasian. Penelitian lebih lanjut perlu dilakukan pada lingkup populasi yang lebih luas, sehingga dapat lebih menggambarkan minat penggunaan layanan *mobile banking* di kalangan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, H. (2017). Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Manajemen Kinerja*, 3(1), 24–29.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50, 179–211.
- Anggraeni, Y. (2016). *The Influence of Information Technology Based Service to the Satisfaction of Bank Customers in the City of Semarang*.
- BCA. (2020, March 17). *Torehkan Prestasi, BCA Pertahankan Posisi Pertama untuk Indonesia's Most Valuable Brand*. Bca.Co.Id. <https://www.bca.co.id/id/Tentang-BCA/Korporasi/Kafe-BCA/Berita-Pers/2020/07/06/03/57/torehkan-prestasi-bca-pertahankan-posisi-pertama-untuk-indonesias-most-valuable-brand>
- Bhatt, A., & Bhatt, S. (2016). Factors Affecting Customer's Adoption of Mobile Banking Services. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 21(1), 1–22. <http://www.icommercecentral.com>
- BNI. (2020, May 15). *Sepanjang Pandemi, Pengguna BNI Mobile Banking Meningkat 84%*. Bni.Co.Id. <https://www.bni.co.id/id-id/beranda/berita/siaranpers/articleid/6851>
- Herlambang, A. D., & Dewayanti, A. (2018). Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 12(01), 48–55.
- Hidayat, A. A. N. (2020, May 16). *Transaksi Internet Banking BRI Naik 60 Persen di Masa Pandemi*. Tempo.Co. <https://bisnis.tempo.co/read/1342777/transaksi-internet-banking-bri-naik-60-persen-di-masa-pandemi>
- Jannah, R. (2019). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah dalam Menggunakan Layanan Digital Banking dengan Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh*.
- Kabir, M. R. (2013). Factors Influencing the Usage of Mobile Banking: Incident from a Developing Country. *World Review of Business Research*, 3(3), 96–114. <https://www.researchgate.net/publication/316582190>
- Kurniawati, H. A., Winarno, W. A., & Arif, A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified). *E-Journal Ekonomi Bisnis Akuntansi*, 4(1), 24–29.
- Ledesman, M. (2018). *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking*.
- Miftahudin, H. (2020, July 23). *Penggunaan Layanan Perbankan Digital Meningkat Pesat*. Medcom.Id. <https://www.medcom.id/ekonomi/keuangan/n90mejK-penggunaan-layanan-perbankan-digital-meningkat-pesat>
- Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). Development of An Instrument to Measure The Perceptions of Adopting An Information Technology Innovation. *Information Systems Research*, 2(3), 192–222. <https://doi.org/10.1287/isre.2.3.192>
- Nisaputra, R. (2020, June 10). *Transaksi ATM dan Digital Banking Bank Mandiri Tumbuh 15,1%*. Infobanknews.Com. <https://infobanknews.com/transaksi-atm-dan-digital-banking-bank-mandiri-tumbuh-151/>
- Novianty, D. (2017, March 26). *Tren Mobile Banking Punya Dampak Negatif pada Keamanan ATM*. Suara.Com. <https://www.suara.com/tekno/2017/03/26/131006/tren-mobile-banking-punya-dampak-negatif-pada-keamanan-atm>
- Panjaitan, W. (2019). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking pada Masyarakat Kecamatan Medan Selayang*.

- Poon, W.-C. (2008). Users' Adoption of E-banking Services: The Malaysian Perspective. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 23(1), 59–69. <https://doi.org/10.1108/08858620810841498>
- Prakosa, A., & Sumantika, A. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 270–282. <https://doi.org/10.26460/jm.v9i2.1030>
- Pranidana, S. A. (2009). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank BCA untuk Menggunakan Klik-BCA*.
- Raman, A., & Annamalai, V. (2011). Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. *IJCA Special Issue on Wireless Information Networks & Business Information System*, 2, 54–60.
- Sudaryanti, D. S., Sahroni, N., & Kurniawati, A. (2018). Analisa Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kinerja Perusahaan Sektor Perbankan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(2), 96–107. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem>
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M. (1991). Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization Utilization of Personal Computers Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization. *MIS Quarterly*, 15(1), 125–143.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
- Wibiadila, I. (2016). Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Mobile Banking. *Naskah Publikasi: Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 1–13.
- Winduwiratsoko. (2018). *Analisis Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Untuk Memahami Penerimaan dan Penggunaan Layanan E-Banking Oleh Nasabah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*.
- Yu, S. (2009). *Factors influencing the use of Mobile Banking: The case of SMS-based Mobile Banking*.