ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI ANFAAT, DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *MOBILE-BANKING* DI ERA PANDEMI COVID-19 (KASUS DI PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana

Disusun Oleh:

STEFANI

3119 30702

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

2021

TUGAS AKHIR

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAAN *MOBILE-BANKING* DI ERA PANDEMI COVID-19, (KASUS DI PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

STEFANI

No Induk Mahasiswa: 311930702

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 26 Desember 2021 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Ak.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing	Penguji
Algifari, Drs., M.Si.	Rudy Badrudin, Dr., M.Si.

Yogyakarta, 26 Desember 2021
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua

Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Pada era modern saat ini telah terjadi perkembangan yang sangat pesat pada segala aspek kehidupan masyarakat. Salah satu perkembangan yang sangat nyata dan dapat dirasakan adalah terjadinya perkembangan pada sektor teknologi informasi. Saat ini teknologi informasi digunakan untuk aktivitas pada banyak aspek kehidupan masyarakat, salah satunya adalah pada sektor perbankan. Perkembangan teknologi informasi turut mewarnai dunia perbankan. Perkembangan di era ini menuntut bank untuk terus berinovasi agar dapat bertahan di era *digital banking*. Ghifari (2017).

Dengan kemajuan pesat perkembangan teknologi di era globalisasi ini, semakin banyak kegiatan transaksi yang berbasis elektronik seperti melalui komputer, telepon selular dan sebagainya. Di dalam dunia bisnis perbankan perkembangan teknologi informasi ini memacu para pihak perbankan untuk mengikuti arus perubahan atau globalisasi yang ada. *Mobile banking* adalah hasil inovasi yang dihasilkan oleh pihak perbankan dalam bentuk layanan berbasis teknologi informasi yang menggunakan media telepon pintar (*smartphone)*. Layanan ini merupakan sebuah peluang bank untuk menawarkan jasa dan memberikan nilai tambah dimata nasabah. *Mobile banking* atau biasa disebut *m-banking* sendiri diharapkan dapat mempermudah hidup masyarakat dalam melakukan transaksi perbankan hanya dengan menggunakan *smartphone* serta layanan internet.

Dalam perbankan *Mobile Banking* adalah istilah dari layanan jasa bank untuk melakukan transaksi keuangan dengan menggunakan telepon genggam seperti *smartphone* sebagai media penggunaannya. Dengan demikian transaksi perbankan dapat dilakukan masyarakat atau nasabah bank di mana saja, baik dari tempat tinggal, kantor, universitas, mall, *café*, atau saat berada di lokasi-lokasi lainnya yang jauh dari lokasi kantor bank ataupun mesin ATM. Dengan berbagai fasilitas yang diberikan oleh *mobile banking* setiap proses transaksi dapat dilakukan dengan cepat dan mudah.

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/PJOK.03/2018 menyebutkan bahwa Layanan Perbankan Digital adalah jasa layanan elektronik

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

bagi para nasabah Bank untuk mendapatkan informasi mengenai bank, komunikasi dua arah antara bank dan nasabah serta media melakukan transaksi finansial perbankan melalui aplikasi pada *smartphone* yang dikembangkan dengan meningkatkan penggunaan data nasabah dengan tujuan untuk pelayanan yang lebih cepat, mudah dan sesuai dengan kebutuhan para nasabah bank, layanan digital ini dapat dilakukan sepenuhnya oleh nasabah secara mandiri meskipun demikian bank tetap memberi perhatian lebih pada aspek keamanannya. Hal ini memberikan kebebasan untuk calon nasabah atau nasabah bank melakukan transaksi perbankan seperti registrasi, pembukaan rekening perbankan, dan penutupan rekening, selain itu nasabah juga bisa menggunakan layanan bank digital ini untuk mendapatkan informasi ekonomi di luar produk umum yang ada di bank, seperti nasihat keuangan, investasi, transaksi sistem perdagangan berbasis elektronik, dan kebutuhan lainnya dari nasabah bank.

Persepsi adalah proses dalam diri manusia menafsirkan suatu dorongan yang diterima oleh otak melalui mata, telinga, kulit, hidung dan mulut. Menurut Gibson (1996) dalam Dewi (2010), persepsi adalah reaksi dari dalam otak manusia untuk mencerna keadaan sekitarnya yang terdiri dari sesama manusia, benda, simbol dan sebagainya yang mengikut-sertakan proses pengolahan informasi yang di dapatkan. Proses kognitif adalah proses pengolahan sebuah informasi yang diterima untuk memperoleh pemahaman dalam hidup yang diperoleh atau didapatkan melalui pengalaman masing-masing individu. Masyarakat Yogyakarta sendiri memiliki pengalaman yang berbeda, maka masing-masing individu di Yogyakarta memiliki persepsi yang berbeda meskipun ketika mereka melihat objek yang sama.

Pandemi adalah penyakit atau wabah yang terjadi bersamaan meliputi wilayah yang luas, seperti beberapa benua atau seluruh dunia. Pandemi covid-19 adalah fenomena dimana terjadi penyebaran penyakit korona virus 2019 (*coronavirus disease 2019)* yang penyebutannya dipersingkat menjadi Covid-19, wabah ini menyebar luas ke seluruh negara bahkan ke seluruh benua di dunia. Penyakit ini dideteksi pertama kali di Wuhan, Hubei, Tiongkok pada tanggal 31 Desember 2019. Untuk menanggulangi penyebaran wabah ini pemerintah

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Indonesia membuat peraturan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). PPKM adalah aturan pemerintah untuk membatasi aktivitas atau kegiatan masyarakat di Indonesia. Peraturan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat ini diatur dalam Instruksi Menteri Dalam Negeri No.15 tahun 2021. Aturan ini diberlakukan untuk membendung dan/atau mengurangi laju kenaikan angka kasus positif covid-19 dan mengurangi persebaran wabah virus covid-19.

Adanya pandemi covid-19 memaksa masyarakat untuk membatasi mobilitas dan aktivitas keseharian mereka. Pembatasan ini berdampak terhadap kehidupan sehari hari masyarakat, seperti pembelian barang atau jasa melalui *e-commerce*, pengiriman uang secara digital, dan masih banyak lagi. Secara tidak langsung pandemi covid-19 ini merubah kebiasaan hidup masyarakat yang sebelumnya menggunakan transaksi konvensional menjadi beralih menggunakan transaksi elektronik. Bank yang telah memiliki layanan digital (*mobile banking*), menjadi salah satu inovasi yang tepat dan dapat membantu masyarakat di era covid-19 seperti ini. Penggunaan layanan digital dari bank atau yang sering disebut *mobile banking (m-banking)* ini dapat membantu memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi bank di manapun dan kapanpun tanpa harus keluar dari rumah. Di era pandemi covid-19 ini *mobile banking* menjadi pilihan masyarakat karena memberikan kemudahan penggunaan, manfaat penggunaan dan keamanan bertransaksi.

Putriyansah (2013) mengatakan bahwa *mobile banking* dirilis oleh Exelcom pada akhir tahun 1995 dan mulai memasuki Indonesia pada tahun 2013. *Mobile banking* sendiri merupakan bagian dari teknologi *e-banking* (*electronic banking)* yaitu suatu layanan jasa perbankan via *wireless* (nirkabel) yang ditawarkan oleh bank kepada nasabahnya dengan menggunakan media *handphone* untuk mendukung kemudahan kegiatan perbankan (Sulistiyarini, 2013).

Salah satu yang perlu mendapat perhatian bagi pihak bank dalam penggunaan *mobile banking* merupakan masyarakat perkotaan. Masyarakat kota yang sangat sibuk dengan jadwal yang padat dari kalangan mahasiswa sampai pekerja membutuhkan jasa perbankan yang membantu keefektifan dan keefisienan jasa perbankan. Masyarakat perkotaan yang mempunyai beragam aktivitas dan

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kesibukan, umumnya akan menujukan minat untuk menggunakan layanan *mobile banking* jika kegunaan dan kemudahan dari aplikasi *mobile banking* sesuai dengan kebutuhan nasabah, kemudahan dalam penggunaan serta keamanan yang diberikan oleh pihak bank.

Meskipun banyak layanan dan fasilitas dalam aplikasi *mobile banking* yang telah ditawarkan oleh pihak perbankan kepada masyarakat, tetapi masih cukup banyak juga nasabah bank yang masih menggunakan jasa perbankan secara konvensional yaitu dengan datang langsung ke kantor-kantor dari bank seperti di kantor cabang maupun kantor pusat. Beberapa masyarakat provinsi DIY yang telah terbiasa dan merasa lebih nyaman melakukan transaksi perbankan dengan cara konvensional. Oleh karena itu masyarakat masih menyangsikan kualitas layanan dari *mobile banking* dan mereka enggan menggunakan layanan *mobile banking*.

Saat ini masih banyak terdapat perbedaan pandangan tentang manfaat yang didapatkan oleh masyarakat melalui pelayanan *mobile banking*. Terutama jika suatu layanan dari jasa mampu memberi keuntungan ataupun berfaedah dalam kehidupan masyarakat, semestinya akan diterima dengan baik oleh masyarakat. Begitu pula sebaliknya, apabila masyarakat menganggap layanan dan penggunaan *mobile banking* kurang memberi keuntungan bagi hajat hidupnya, maka masyarakat akan cenderung enggan untuk menggunakan layanan dari *mobile banking* tersebut.

Berkembangnya teknologi informasi yang semakin maju memberikan sejumlah dampak positif pada masyarakat luas namun juga ada pula dampak negatif dari kemajuan teknologi informasi, seperti banyaknya aksi penipuan atau *scam* yang sering terjadi dalam layanan *mobile banking*. Banyaknya kasus penipuan dan pembobolan yang terjadi di layanan *mobile banking* membuat masyarakat provinsi DIY merasa kurang yakin dan enggan menggunakan layanan *mobile banking*. Masyarakat mempertimbangkan faktor keamanan dari layanan *mobile banking* agar dana dan data masyarakat terjamin keamanannya.

Selain keamanan tidak sedikit pula masyarakat provinsi DIY yang masih enggan menggunakan *mobile banking* karena merasa kesulitan untuk

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

mengoperasikannya. Kerumitan pengoperasian atau nasabah yang belum familier dengan melakukan sebuah transaksi melalui aplikasi *mobile banking* membuat masyarakat perlu untuk mempertimbangkan mengenai risiko jika terjadi kesalahan saat melakukan kegiatan transaksi. Dengan demikian kemudahan pengoperasian atau penggunaan juga merupakan salah satu dari faktor pertimbangan bagi masyarakat untuk menggunakan *mobile banking.*

Untuk meningkatkan kualitas pada produk pelayanan suatu bank, maka bank sebaiknya memahami dan mengerti apa saja hal-hal yang mempengaruhi masyarakat untuk memilih menggunakan *mobile banking* terutama pada era pandemi covid-19 ini. Dimana masyarakat yang aktivitasnya terbatasi saat ini membutuhkan teknologi untuk membantu kebutuhan bertransaksi mereka. Berdasarkan oleh latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka penulis membahas permasalahan tersebut dengan judul penelitian "**Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Keamanan terhadap Penggunaan Mobile-Banking di Era Pandemi Covid-19: Kasus di Provinsi DIY".**

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

MATERI DAN METODOLOGI PENELITIAN

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendefinisikan *mobile banking* sebagai layanan dan jasa dari bank dengan memberikan kemudahan untuk nasabah bank dalam bertransaksi perbankan melalui aplikasi yang dipasang pada media telepon genggam atau *smartphone*. Menurut Turban (2004), *mobile banking* adalah sebuah aplikasi *mobile commerce* yang mempunyai tujuan untuk memberi kemudahan terhadap masalah finansial perbankan, sehingga nasabah dapat melakukan kegiatan-kegiatan perbankan layaknya kegiatan yang dapat dilakukan melalui mesin ATM (*Automated Teller Machine)* hanya dengan menggunakan perangkat *smartphone*. Fitur-fitur yang ada dalam *mobile banki*ng sangatlah banyak mulai dari pengecekan saldo debit, transfer uang antar bank, pengecekan mutasi, dan lain sebagainya.

Menurut Riswandi (2005) *mobile banking* adalah sebuah alat berupa layanan jasa dari bank dengan menggunakan media alat komunikasi *wireless* seperti *smartphone*. Layanan ini menyediakan fasilitas untuk bertransaksi melalui aplikasi yang telah di unduh dan di pasang pada *smartphone*. Dengan kemajuan teknologi informasi layanan *mobile banking* dapat melakukan transaksi perbankan yang sebelumnya dilakukan secara konvensional yang mana nasabah harus mendatangi kantor pusat maupun cabang untuk melakukan kegiatan transaksi perbankan, sekarang nasabah dapat melakukannya meskipun tanpa mengunjungi bank secara langsung. Hanya dengan menggunakan perangkat *smartphone*, nasabah dapat mengurangi waktu serta biaya untuk melakukan kegiatan transaksi perbankan. *Mobile banking* juga mempunyai tujuan agar bank serta para nasabahnya tidak tertinggal oleh kemajuan zaman dalam menggunakan fasilitas media elektronik. Di zaman yang sudah serba modern dan serba praktis ini masyarakat dapat memanfaatkan perangkat *smartphone* yang umumnya hanya digunakan untuk media berkomunikasi, namun sekarang bisa digunakan untuk bertransaksi dan kepentingan bisnis.

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat masyarakat provinsi DIY menggunakan mobile banking di era pandemi Covid-19. Minat menggunakan (*intention of use*) menggambarkan

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

bentuk keinginan (*desire*) seseorang untuk menggunakan atau mengulangi penggunaan sebuah objek. Minat ini berasal dari dalam otak dan psikis manusia yang akan memberikan perhatian dan juga rasa puas yang besar kepada sesuatu tertentu yang dapat mendorong seseorang itu untuk mencapai tujuannya (Kusuma, 2009). Faktor-faktor yang mendorong seseorang merasakan minat untuk menggunakan adalah *compatibility* dan *ease of use* (Lee & Wan, 2010). *Compatibility* adalah seseorang memiliki sebuah persepsi bahwa teknologi maupun inovasi pada sesuatu benda tertentu mempunyai nilai yang sesuai, memenuhi kebutuhan serta pengalaman masa lalu yang bisa diartikan sebagai perasaan yang cocok Ketika seseorang menggunakan teknologi tersebut. *Ease of use* adalah seseorang memiliki sebuah persepsi bahwa teknologi atau inovasi dianggap mudah dalam penggunaan atau penggunaannya.

Menurut Davis (1989), persepsi kemudahan merupakan tingkatan dimana seseorang mempunyai kepercayaan bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan membebaskan dirinya dari usaha (*effort*). Dari beberapa deskripsi yang telah disebutkan maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan dalam penggunaan tergantung pada tingkat kepercayaan seseorang bahwa suatu sistem dapat digunakan dengan mudah dipahami, dioperasikan dan digunakan. Indikator persepsi kemudahan menurut Davis *et.al* (2010) antara lain adalah fleksibel, mudah dipelajari, dan mudah digunakan.

. Persepsi manfaat didefinisikan sebagai suatu level dimana seseorang memiliki kepercayaan bahwa saat dirinya menggunakan teknologi informasi tertentu maka kinerjanya akan meningkat. (Davis, 1989). Menurut Hartono (2017), persepsi manfaat merupakan dimana seseorang memercayai jika dirinya menggunakan sebuah teknologi tertentu akan membantu menaikkan nilai performa kerja pada pekerjaanya atau hal yang sedang dilakukannya Dengan beberapa deskripsi mengenai persepsi manfaat yang telah disebutkan maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan seseorang kepada penggunaan suatu system akan memberikan manfaat kepada penggunanya, yang berupa efisiensi dan efektifitas kinerja atas pekerjaanya. Menurut Davis (1989), Mathieson (1991), serta

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Venkatesh dan Davis (2000) manfaat adalah salah satu faktor penentu yang kuat terhadap penerimaan suatu teknologi serta penggunaan suatu sistem.

Keamanan informasi menurut Rahardjo (2005) adalah bagaimana sebuah teknologi dapat mencegah *fraud*, mendeteksi jika terlihat sebuah unsur penipuan di sebuah sistim yang berlandaskan teknologi informasi, dimana data informasinya tidak mempunyai bentuk fisik. Menurut Yousafzai *et. al.* dalam Lallmahamood (2007) dalam internet banking, ancaman keamanan adalah serangan atau penyalahgunaan baik melalui jaringan transaksi dan transmisi data melalui akses yang tidak sah ke rekening bank dengan cara pengisian autentikasi palsu. Dengan demikian makna keamanan adalah seseorang merasa aman dan bebas dari ancaman bahaya saat menggunakan teknologi informasi.

Persepsi kemudahan adalah persepsi seseorang mempercayai menggunakan sebuah teknologi akan membebaskan dirinya dari kerja keras (*effort*). Penelitian terkait persepsi kemudahan mampu mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan *Mobile Banking* telah diteliti oleh Cahyo (2014), Sari (2019), Pratama dkk. (2019), Pranoto dan Setianegara (2020), Kristiani dan Pambudi (2017), Mukaromah (2020). Hasil penelitian sebelumnya menunjukan bahwa terdapat pengaruh positif persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *Mobile Banking*. Ketika sebuah teknologi yaitu *mobile banking* dalam penggunaannya lebih mudah, mempercepat transaksi, menjadi lebih efisien maka tentunya masyarakat akan lebih memilih *Mobile Banking* dibandingkan transaksi konvensional seperti datang secara langsung ke bank. Dengan demikian semakin mudah *Mobile Banking* digunakan atau dioperasikan maka seseorang akan lebih berminat untuk menggunakannya. Berdasarkan uraian tersebut penelitian ini merumuskan hipotesis yang pertama sebagai berikut:

H1: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *Mobile Banking*.

Persepsi manfaat adalah persepsi yang menggambarkan bahwa tingkatan dimana seseorang percaya, bahwa dengan menggunakan suatu produk yang ditawarkan maka dirinya akan menerima manfaat dari penggunaan produk tersebut, penelitian terkait persepsi manfaat mampu mempengaruhi minat seseorang untuk

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

menggunakan *Mobile Banking* telah diteliti oleh Cahyo (2014), Sarofah (2018), Margaretha Oktavia Pranoto (2020), dan Maria Loki.

Hasil dari penelitian oleh peneliti-peneliti terdahulu menunjukkan terdapat hubungan positif antara persepsi manfaat terhadap penggunaan *Mobile Banking*. Ketika dalam penggunaan *mobile banking* mampu memberikan benefit, memberikan kepuasan, membantu kegiatan menjadi lebih mudah dan praktis maka tentunya masyarakat akan lebih memilih *mobile banking* dibandingkan transaksi secara langsung di bank. Dengan demikian hipotesis ke dua dirumuskan sebagai berikut:

H2: Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *Mobile Banking*.

Pengertian keamanan dalam *mobile banking* yaitu dimana seseorang merasa yakin bahwa uang nasabah terhindar dari resiko kehilangan dan pencurian uangnya serta terjaminnya data atau informasi pribadi nasabah dari risiko pencurian ketika melakukan transaksi melalui *mobile banking*. Penelitian terkait keamanan mampu mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan *mobile banking* telah diteliti oleh Hadi dan Novi (2015), Sarofah (2018), Margaretha Oktavia Pranoto (2020), Andayani, Modding dan Mahmud, dan Maria Loki, Nurul Mukaromah (2020). Hasil dari penelitian memaparkan bahwa terdapat hubungan positif antara keamanan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Ketika dalampenggunaan *mobile banking* memberikan rasa aman khususnya dari paparan virus korona maka tentunya masyarakat akan lebih memilih *mobile banking* dibandingkan dengan transaksi secara langsung di bank. Demikian pula jika semakin tinggi tingkat keamanan yang diperoleh dalam menggunakan *mobile banking* maka seseorang akan lebih berminat untuk menggunakannya. Penelitian ini merumuskan hipotesis ke tiga sebagai berikut:

H3: Persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *Mobile Banking*.

repository.stieykpn.ac.id

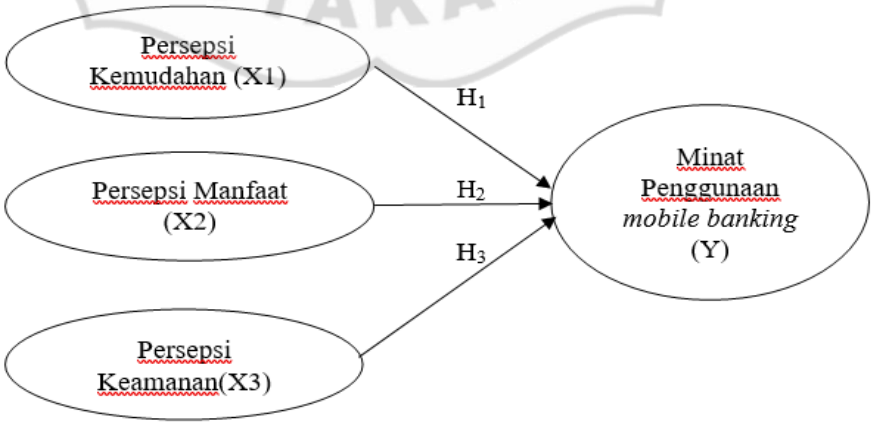
PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini merupakan keseluruhan subjek maupun objek yang memiliki kualitas dan karakteristik yang telah ditetapkan oleh penulis untuk diteliti dan juga diuji sehingga penulis dapat mengambil kesimpulan atas penelitian ini, Sugiyono (2010). Dalam penelitian ini, ruang lingkup yang penulis gunakan masyarakat penduduk yang bertempat tinggal di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang sudah memasuki umur legal untuk mempunyai atau membuka rekening bank pribadi yaitu usia di atas 17 tahun dan menggunakan aplikasi *mobile banking*. Karena Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta adalah kota yang cukup sibuk dengan segala aktivitas masyarakatnya, maka kegiatan transaksi perbankan adalah hal yang lumrah untuk ditemui pada kehidupan sehari-hari.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu persepsi kemudahan (X1), persepsi manfaat (X2), dan keamanan (X3) sebagai variabel independen dan minat menggunakan *mobile banking* (Y) sebagai variabel dependen.

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Gambar berikut ini kerangka penelitian untuk menyatakan hubungan pengaruh variabel independen, yaitu persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi keamanan terhadap variabel dependen, yaitu minat menggunakan M-Banking.



repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Dalam penelitian ini, ruang lingkup penelitian ini adalah penduduk yang bertempat tinggal di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang sudah memasuki umur legal untuk mempunyai atau membuka rekening bank pribadi yaitu usia di atas 17 tahun dan menggunakan aplikasi *mobile banking*. Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta adalah kota yang cukup sibuk dengan segala aktivitas masyarakatnya, maka kegiatan transaksi perbankan adalah hal yang lumrah untuk ditemui pada kehidupan sehari-hari. Kriteria responden penelitian ini adalah masyarakat Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang pernah menggunakan aplikasi *mobile banking*. Proses pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* melalui aplikasi *google form*.

Penelitian ini menggunakan 105 responden sebagai sampel. Tabe1 1 menyajikan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, status pekerjaan, pendapatan, dan *mobile banking* yang digunakan dalam bertransaksi.

Tabel 1

Karakteristik Responden

Karakteristik	Klasifikasi	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Pria	22	20,95
	Wanita	83	79,05
Status Pekerjaan	Pelajar	11	10,48
	Mahasiswa	43	40,95
	Bekerja	51	48,57
Pendapatan/bulan	Kurang dari Rp500.000	22	20,95
	Rp500.000 < Rp1.000.000	19	18,10
	Rp1.000.000 < Rp2.000.000	20	19,05
	Lebih dari Rp2.000.000	44	41,90
Mobile Banking	BCA	40	38,10
	BNI	15	14,29
	BRI	16	15,24
	Mandiri	22	20,95
	Lain-lain	12	11,42

Sumber: Data diolah

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data primer. Setiap variabel penelitian diukur dengan menggunakan indikator. Data penelitian yang baik apabila data tersebut memenuhi kriteria valid dan reliabel. Data yang baik apabila indikator pada variabel dapat mencerminkan variabel tersebut atau yang disebut dengan valid. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah indikator pada setiap variabel dapat mencerminkan variabel tersebut. Tabel berikut ini menyajikan nilai statistik untuk uji validitas.

Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan X1

Variabel Persepsi Kemudahan X1	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X1.1	0,793	0.1918	Valid
X1.2	0,870	0.1918	
X1.3	0,808	0.1918	
X1.4	0,770	0.1918	
X1.5	0,693	0.1918	
X1.6	0,677	0.1918	

Uji Validitas Variabel Persepsi Manfaat X2

Variabel Persepsi Manfaat X2	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X2.1	0,649	0.1918	Valid
X2.2	0,776	0.1918	
X2.3	0,767	0.1918	
X2.4	0,775	0.1918	
X2.5	0,765	0.1918	
X2.6	0,827	0.1918	

Sumber: Data Primer, 2021

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji Validitas Variabel Persepsi Keamanan X3

Variabel Persepsi Keamanan X3	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X3.1	0,832	0.1918	Valid
X3.2	0,887	0.1918	
X3.3	0,864	0.1918	
X3.4	0,871	0.1918	
X3.5	0,859	0.1918	
X3.6	0,804	0.1918	

Sumber: Data Primer, 2021

Uji Validitas Variabel Minat Penggunaan *Mobile banking* Y

Variabel Minat Penggunaan Y	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Y1.1	0,817	0.1918	Valid
Y1.2	0,822	0.1918	
Y1.3	0,847	0.1918	
Y1.4	0,850	0.1918	
Y1.5	0,851	0.1918	
Y1.6	0,775	0.1918	

Sumber: Data Primer, 2021

Uji validitas indikator dalam suatu variabel menggunakan besarnya koefisien korelasi antara skor indikator dengan skor totalnya. Indikator dinyatakan valid apabila memiliki koefisien korelasi (nilai r) lebih besar daripada nilai r tabel. Nilai r tabel mengunakan α = 5% dan jumlah sampel sebanyak 105 adalah 0,1918. Nilai r untuk semua indikator pada semua variabel penelitian seperti yang disajikan pada Tabel di atas bernilai lebih dari 0,1918. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa semua indikator untuk menyakatakan masing-masing variabel adalah valid.

Kriteria reliabel suatu data penelitian adalah instrument tersebut jika digunakan pada individu yang berbeda dan atau waktu yang berbeda akan menghasilkan informasi yang sama (konsisten). Uji reliabelitas dilakukan menggunakan nilai Cronbach's Alpha. Tabel berikut ini menyajikan nilai Cronbach's Alpha untuk masing-masing variabel penelitian

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Ketentuan	Keterangan
X1	0.864	>0.60	Reliabel
X2	0.842	>0.60	Reliabel
X3	0.925	>0.60	Reliabel
Y	0.906	>0.60	Reliabel

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan dengan tabel di atas menunjukan bahwa instrumen variabel X1 (Persepsi Kemudahan), X2 (Persepsi Manfaat), X3 (Persepsi Keamanan) dan Y (Minat Menggunakan *Mobile Banking*) dari masing-masing variabel yang ada memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,60 (*Cronbach's Alpha* > 0.60) yang dapat diartikan bahwa instrumen tersebut reliabel, dan dapat digunakan untuk penelitian.

Analisis regresi berganda ini dilakukan untuk menakar seberapa kuat keterkaitan antara dua variabel atau lebih, juga untuk memberikan gambaran keterkaitan antara variabel dependen dan variabel independen.

Hasil dari perhitungan uji regresi berganda dibuktikan dengan data yang telah disajikan pada Tabel sebagai berikut

Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-121.547	71.765		-1.694	.093
	X1_2	.172	.144	.134	1.190	.237
	X2_2	.485	.150	.347	3.226	.002
	X3_2	.396	.072	.419	5.503	.000

a. Dependent Variable: Y1_2

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan hasil per-hitungan menggunakan SPSS versi 16 pada Tabel 4.10 di atas maka dapat diketahui persamaan garis regresi estimasi yaitu:

Y = - 121.547 +0.172 X1 + 0,485 X2 + 0.396 X3

Uji normalitas ini dilaksanakan untuk menganalisa kenormalan pendistribusian persamaan

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

regresi yang didapatkan pada pengujian data variabel independen yaitu X1, X2 dan X3 dan data variabel dependen yaitu variabel Y. dengan demikian seluruh butir dari pertanyaan yang ada mempunyai r-hitung yang lebih besar dari 0.192. dengan demikian dapat disimpulkan semua pertanyaan pada variabel independen dan variabel independen dinyatakan valid dan pertanyaan yang ada pada item-item penelitian dapat dinyatakan memadai sebagai instrumen untuk menilai data penelitian. Hasil dari uji normalitas pada penelitian ini dapat dilihat dari Tabel di bawah ini

Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.26848367E2
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.079
	Negative	-.044
Kolmogorov-Smirnov Z		.809
Asymp. Sig. (2-tailed)		.530

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data Primer,2021

Uji normalitas dilakukan untuk melakukan analisis kenormalan distribusi persamaan regresi yang didapatkan pada pengujian data variabel independen X dan data variabel dependennya yaitu Y. Berdasarkan dengan Tabel di atas hasil dari uji normalitas didapatkan bahwa nilai signifikan sebesar 0.530. yang artinya nilai signifikansi tersebut lebih besar daripada 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa uji data normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah terdistribusi dengan normal.

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menganalisa apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel independennya. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan kebalikannya *Variance Inflation Factor* (VIF). Kriteria dari pengujian ini jika nilai dari VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0.10, maka model regresi yang digunakan tidak mempunyai gejala multikolinearitas. Hasil dari uji multikolinearitas pada penelitian ini dapat dilihat dari Tabel dibawah ini

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-121.547	71.765		-1.694	.093		
	X1_2	.172	.144	.134	1.190	.237	.324	3.086
	X2_2	.485	.150	.347	3.226	.002	.358	2.794
	X3_2	.396	.072	.419	5.503	.000	.713	1.403

a. Dependent Variable: Y1_2

Sumber: Data Primer 2021

Hasil dari pengujian multikolinearitas pada data yang ada, dari semua variabel menunjukan hasil tolerance lebih dari 0,10 (>0,10), dan nilai dari VIF hasil pengujian menunjukan angka kurang dari 10,00 (<10,00), seperti yang ditunjukkan pada Tabel 4.12 maka dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas. Dengan kata lain H0 diterima dan Ha di tolak.

Uji heterokedastisitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji Glejser. Mengacu pada uji heterokedastisitas, jika signifikansi variabel independen berada diatas angka 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas begitu juga sebaliknya jika signifikansi dibawah angka 0.05 maka dapat disimpulkan terjadi gejala heterokedastisitas. Hasil dari uji heterokedastisitas pada penelitian ini dapat dilihat dari Tabel dibawah ini

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji Heterokedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.002	.004		.499	.619
	X1_2	-.005	.085	-.022	-.058	.954
	X2_2	.085	.086	.397	.981	.329
	X3_2	-3.697E-6	.000	-.167	-.912	.364

a. Dependent Variable: ABS_2

Sumber: Data Primer, 2021

Hasil uji heterokedastisitas menggunakan uji Glejser dapat dilihat dari Tabel, hasil signifikansi dari variabel independen X1 sebesar 0,954, X2 sebesar 0,329, dan X3 sebesar 0,364 lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa pada model regresi estimasi tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

Uji parsial (uji t) dilakukan untuk menguji pengaruh dari setiap variabel independen secara parsial atau individu terhadap variabel dependennya. Pengolahan data uji parsial ini menggunakan SPSS versi 16 dan berikut adalah tabel yang didapatkan dari uji parsial:

Nilai Statistik Uji Parsial

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-121.547	71.765		-1.694	.093
	X1_2	.172	.144	.134	1.190	.237
	X2_2	.485	.150	.347	3.226	.002
	X3_2	.396	.072	.419	5.503	.000

a. Dependent Variable: Y1_2

Sumber: Data Primer, 2021

Cara untuk melihat apakah di setiap variabel tersebut berpengaruh yaitu dari data yang ada cara pertama yang dilakukan yaitu menentukan t-tabel dengan rumus df = (a/2; n-k-1) = (0,05/2; 105-3-1) sehingga nilai perolehan t-tabel sebesar df = 0,025; 101 = 1,98373

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

berikut ini adalah penjelasan dari hasil uji parsial (uji t) pada setiap variabel independen:

1. **Pengaruh persepsi kemudahan (X1) terhadap minat penggunaan *mobile banking*(Y)**

Pada Tabel besarnya nilai signifikansi untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan (X1) terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y) adalah sebesar 0,237 lebih dari 0,05 dan nilai t-hitung 1,190 kurang dari t-tabel 1,98373 sehingga hipotesis nol tidak ditolak. Hasil pengujian ini membuktikan bahwa persepsi kemudahan tidak mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hipotesis pertama (H1) pada penelitian ini tidak terbukti.

2. **Pengaruh persepsi manfaat (X2) terhadap minat penggunaan *mobile banking* (Y)**

Pada Tabel nilai signifikansi untuk menguji pengaruh persepsi manfaat (X2) terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y) adalah sebesar 0.002 kurang dari 0,05 dan nilai t-hitung 3.226 lebih dari t-tabel 1.98373 sehingga hipotesis nol diterima. Hasil pengujian ini menunjukan bahwa persepsi manfaat mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking.* Hipotesis kedua (H2) pada penelitian ini terbukti.

3. **Pengaruh persepsi keamanan (X3) terhadap minat penggunaan *mobile banking*(Y)**

Pada Tabel nilai signifikansi untuk pengaruh persepsi keamanan (X3) terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y) adalah sebesar 0.000 kurang dari 0,05 dan nilai t-hitung 5.503 lebih dari t-tabel 1.98373 sehingga hipotesis nol diterima. Hasil pengujian ini menunjukan bahwa persepsi keamanan mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking.* Hipotesis ketiga (H3) pada penelitian ini terbukti.

Uji simultan (uji F) digunakan sebagai sarana verifikasi apakah variabel independen (X1, X2 dan X3) secara simultan mampu menjelaskan variabel dependennya (Y). Dalam analisis regresi data diolah dengan menggunakan SPSS versi 16 dan dapat diketahui nilai F seperti pada Tabel 4.15 berikut ini:

Nilai Statistik Uji F

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2331120.148	3	777040.049	46.899	.000[a]
	Residual	1673412.842	101	16568.444		
	Total	4004532.990	104			

a. Predictors: (Constant), X3_2, X2_2, X1_2

b. Dependent Variable: Y1_2

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan dari hasil data yang ada pada Tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi keamanan secara simultan terhadap minat menggunakan *mobile banking* adalah sebesar 0,000. *Alpa* sebesar 5% dan dengan nilai F-hitung 46.899 > F-tabel 2.69, kesimpulan yang didapatkan yaitu hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi keamanan secara simultan terhadap penggunaan *mobile banking* di era pandemi covid-19.

Koefisien determinasi yaitu salah satu penilaian statistik yang dimanfaatkan sebagai alat untuk mengetahui apakah ada pengaruh antar dua variabel atau lebih. Pengujian ini ditetapkan dengan melihat dari nilai R-square, pengolahan data koefisien determinasi ini menggunakan SPSS versi 16 dan berikut adalah Tabel yang didapatkan

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.763[a]	.582	.570	128.71847

a. Predictors: (Constant), X3_2, X2_2, X1_2

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan data pada Tabel diatas diketahui R-square sebesar 0.582 yang artinya pengaruh Persepsi Keamanan Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan secara simultan terhadap Minat Menggunakan adalah sebesar 57,0%.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile banking* oleh Masyarakat di Era Pandemi Covid-19 Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta

Berdasarkan dari hasil uji parsial (uji t), variabel persepsi kemudahan dalam menggunakan *mobile banking* mempunyai nilai t-hitung 1.190 lebih kecil daripada t-tabel 1.98373 (1.190 < 1.98373), dengan nilai signifikansi 0.237 lebih besar daripada 0.05 (0.237 > 0.05) maka

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

secara parsial variabel persepsi kemudahan tidak mempunyai pengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* oleh masyarakat Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta di era pandemi covid-19. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa hipotesis satu (H1) dalam penelitian ini "Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking* oleh masyarakat Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta di era pandemi Covid-19" tidak terbukti.

Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan *Mobile banking* oleh Masyarakat di Era Pandemi Covid-19 Provinsi DIY

Berdasarkan dari hasil uji parsial (uji t), variabel persepsi manfaat dalam menggunakan *mobile banking* mempunyai nilai t-hitung 3.226 lebih besar daripada t-tabel 1.98373 (3.226 > 1.98373), dengan tingkat signifikansi 0.002 lebih kecil dari 0.05 (0.002 < 0.05) maka secara parsial variabel persepsi kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* oleh masyarakat Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta di era pandemi covid-19. Dengan demikian hipotesis dua (H2) dalam penelitian ini menyatakan bahwa "Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking* oleh masyarakat Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta di era pandemi Covid-19" terbukti.

Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile banking* oleh Masyarakat di Era Pandemi Covid-19 Provinsi DIY

Berdasarkan dari hasil uji parsial (uji t), variabel persepsi keamanan dalam menggunakan *mobile banking* mempunyai nilai t-hitung 5.503 lebih besar daripada t-tabel 1.98373 (5.503 > 1.98373), dengan tingkat signifikansi 0.000 lebih kecil daripada 0.05 (0.000 <0.05) maka secara parsial variabel persepsi keamanan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* oleh masyarakat Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta di era pandemi covid-19. Dengan demikian hipotesis tiga (H3) dalam penelitian ini menyatakan bahwa "Persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking* oleh masyarakat Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta di era pandemi Covid-19" terbukti.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

Almuntaha, Eska. 2008. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengadopsian Teknologi Internet Banking oleh Nasabah di Indonesia. *Skripsi*. Yogyakarta. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Andayani, Nur dkk. 2020. Pengaruh Persepsi, Layanan Dan Keamanan Sistem Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi Mobile Banking. Tata Kelola. Vol. 7 No. 2: 193-200.

Cahyo, Wanandi Yoso H. 2014. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan Online Banking pPada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.

Davis, F. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, and User Acceptance Of Information Technology. *MIS Quarterly*.Vol. 13 No. 3.

Ghifari, Muhammad dkk. 2017. Pemanfaatan Media Sosial Oleh Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta dalam *Prosiding SEMNAS Penguatan Individu di Era Revolusi Informasi*.

Hadi, Syamsul dan Novi. 2015. Faktor- faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking.,Jurnal Optimum. Vol. 5 No.1: 55-67.

Hartono, Jogiyanto. 2016. Teori Portofolio dan Analisis Investasi. Edisi 10. Yogyakarta Davis, Fred D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use and User Acceptance of Information Technology." MIS Quarterly 13(3): 319–40.

Kusuma, Rah Adhi. 2009. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kompetensi Tenaga penjualan, dan Citra perusahaan terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada PT.Ratna Intan Kususma di Semarang). *Tesis*. Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.

Kristianti, Maria Loki dan Pambudi, Rilo. 2017. Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Tingkat Keamanan, Dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa Di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi*. Vol. 11 No.1: 50-67.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Lallmahamood, M. 2007. An Examination of Individual's Perceived Security and Privacy of the Internet in Malaysia and the Influence of This on Their Intention to Use E-Commerce: Using an Extension of the Technology Acceptance Model. *Journal of Internet Banking and Commerce*. 12: 1-26.

Lee, Wan. 2010. Customer Perceptions of E-Service Quality in Online Shopping. *International Journal of Retail and Distribution Management*. Vol. 33 No. 2.

Mathieson, K. 1991. Predicting user intentions: Comparing the technology acceptance model with the theory of planned behavior. *Information System Research*. Vol. 21 No. 3: 173-191.

Mukaromah, Nurul. 2020. Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan, resiko dan fitur layanan dalam menggunakan mobile banking pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

Pranoto, Margaretha Oktavia dan Setianegara, R. Gunawan. 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. Vol. 8 No 1: 1-9.

Pratama dkk. 2019. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Empiris pada Nasabah Perbankan Konvensional di Kota Palu). *Jurnal Akun Nabelo*. Vol. 2 No. 1: 204-216.

Rahardj, Budi. 2005. Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet. *PT Insan Infonesia - Bandung & PT INDOCISC – Jakarta*.

Riswandi, Budi Agus. 2005. Aspek Hukum Internet Banking. Yogyakarta.

Sari, Dewi Julita. 2019. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap Penggunaan BSM Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu). *Skripsi*.

Sarofah, Ismi Fatmala. 2018. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking: Studi Kasus Mahasiswa Universitas Surabaya. *Skripsi*. Universitas Surabaya.

Sutabri, Tata. 2014. *Analisis Sistem Informasi*. ANDI. Yogyakarta. Surakhmad, Winarno. 2009. Pengantar Penelitian Ilmiah. Bandung.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Turban, *et al*. 2004. *Electronic Commerce: A Managerisl Perspective. Prentice Hall. New Jerse*

Venkatesh, V. dan Davis, F.D. 2000. A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*. Vol. 46 No. 2: 186–204.

Widjana, Mahardika Aditya. 2010. Determinan Faktor Penerimaan terhadap Internet Banking pada Nasabah Bank di Surabaya. *Tesis*. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.

[OJK] Otoritas Jasa Keuangan. 2018. Permudah Akses Layanan Perbankan di Masa Pandemi (Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/PJOK.03/2018.

repository.stieykpn.ac.id