Journal of Innovation and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (2) 2026, Page: 34423-34429

Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Nilai, Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*)

Henryanto Abaharis[1], Yomi Zaifitri[2]

[1,2]Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP Padang, Indonesia

Corresponding Author: henryantoabaharis@akbpstie.ac.id

Published: Juni, 2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of trust, service quality, and customer value on customers' interest in using Muamalat DIN (Digital Islamic Network) Mobile Banking at Bank Muamalat Padang Branch Office. This study employed a quantitative method with an associative approach. The population of this study consisted of all customers of Bank Muamalat Padang Branch Office who use Muamalat DIN Mobile Banking, totaling 1,075 customers. The research sample consisted of 92 respondents, determined using the Yamane formula with a probability sampling technique. Data were collected through the distribution of questionnaires and analyzed using multiple linear regression analysis with the assistance of SPSS software. The results of the study indicate that trust has a positive and significant influence on customers' interest in using Muamalat DIN Mobile Banking, service quality has a positive and significant influence on customers' interest in using Muamalat DIN Mobile Banking, and customer value also has a positive and significant influence on customers' interest in using Muamalat DIN Mobile Banking. These findings indicate that the higher the level of trust, the better the service quality, and the higher the perceived value experienced by customers, the greater their interest in using Muamalat DIN Mobile Banking.

Keywords: Trust, Service Quality, Customer Value, Customer Interest, Muamalat DIN Mobile Banking

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International Licence, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat telah mendorong perubahan dalam berbagai sektor, termasuk sektor perbankan. Transformasi digital yang terjadi saat ini menuntut lembaga perbankan untuk terus berinovasi dalam memberikan layanan yang cepat, mudah, aman, dan efisien kepada nasabah. Salah satu bentuk inovasi yang berkembang adalah layanan mobile banking, yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan kapan saja dan di mana saja tanpa harus datang langsung ke kantor bank. Kehadiran layanan digital tersebut menjadi salah satu strategi perbankan dalam meningkatkan kualitas pelayanan serta memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin dinamis dan modern.

Dalam menghadapi persaingan industri perbankan yang semakin ketat, bank tidak hanya dituntut untuk menyediakan layanan berbasis teknologi, tetapi juga harus mampu membangun kepercayaan nasabah serta memberikan nilai yang sesuai dengan harapan mereka. Menurut Yani & Sugiyanto (2022) Kepercayaan merupakan faktor penting dalam hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah karena berkaitan dengan keyakinan nasabah terhadap keamanan, keandalan, dan integritas layanan yang diberikan. kepercayaan didefinisikan sebagai keyakinan dan rasa percaya yang dimiliki pelanggan terhadap suatu organisasi atau merek, termasuk harapan bahwa organisasi tersebut akan memenuhi janji dan menyediakan layanan yang diharapkan pelanggan. Tingkat kepercayaan yang

tinggi akan mendorong nasabah untuk menggunakan dan terus memanfaatkan layanan digital yang disediakan oleh bank.

Selain kepercayaan, kualitas pelayanan juga menjadi faktor yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan perbankan digital. Kualitas pelayanan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui pelayanan yang cepat, tepat, responsif, dan dapat diandalkan. Alfiansyah et al., (2026) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan layanan yang diberikan untuk memenuhi keinginan dan harapan pelanggan. Pelayanan yang berkualitas akan menciptakan kepuasan dan kenyamanan bagi nasabah sehingga dapat meningkatkan ketertarikan mereka untuk menggunakan suatu layanan secara berkelanjutan.

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah nilai nasabah. Menurut Satria (2019) Nilai nasabah merupakan penilaian keseluruhan yang dilakukan oleh nasabah terhadap manfaat yang diperoleh dibandingkan dengan biaya atau pengorbanan yang dikeluarkan. Nilai nasabah merupakan karakteristik produk yang didapatkan dan dinilai oleh nasabah, nilai nasabah dapat berupa tanggapan nasabah terhadap kualitas yang diberikan dari jasa atau produk, lembaga atau perusahaan mempunyai nilai yang tinggi di mata nasabah jika mampu memberikan kualitas yang tinggi kepada nasabah. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan nasabah dari suatu layanan, maka semakin tinggi pula kecenderungan nasabah untuk menggunakan layanan tersebut. asil penelitian Abaharis & Zelita (2025) menunjukkan bahwa manfaat (benefit) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan QRIS Mobile Banking. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan nasabah dari layanan digital perbankan, maka semakin tinggi pula penilaian positif yang diberikan terhadap layanan tersebut. Oleh karena itu, manfaat yang dirasakan nasabah dapat menjadi salah satu faktor yang membentuk nilai nasabah dalam menggunakan layanan Mobile Banking Muamalat DIN.

Minat nasabah merupakan salah satu indikator penting yang menentukan keberhasilan implementasi layanan mobile banking. Minat merupakan niat atau keinginan seseorang untuk menggunakan atau membeli suatu produk/jasa berdasarkan ketertarikan dan pertimbangan manfaat yang akan diperoleh. Minat merupakan rasa suka dan ketertarikan terhadap suatu aktivitas tanpa adanya paksaan dari pihak lain. Dalam konteks perbankan digital, minat nasabah mencerminkan keinginan dan kecenderungan nasabah untuk menggunakan layanan mobile banking sebagai sarana transaksi keuangan.

Salah satu bank syariah yang terus mengembangkan layanan digitalnya adalah Bank Muamalat Indonesia melalui aplikasi Mobile Banking Muamalat DIN (Digital Islamic Network). Aplikasi ini dirancang untuk memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan berbagai transaksi perbankan secara digital sesuai prinsip syariah. Namun demikian, keberhasilan penggunaan aplikasi tersebut tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan teknologi yang dimiliki, tetapi juga dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan nasabah, kualitas pelayanan yang diberikan, serta nilai yang dirasakan selama menggunakan layanan tersebut.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan adanya hubungan antara variabel-variabel tersebut dengan minat penggunaan layanan perbankan digital. Penelitian Adani et al., (2026) menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking. Selanjutnya, penelitian Rohaeni dan Marwa (2018) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan perbankan digital. Sementara itu, penelitian Rahayu et,al (2023) mengungkapkan bahwa nilai yang dirasakan nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui bahwa kepercayaan, kualitas pelayanan, dan nilai nasabah merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan Mobile Banking Muamalat DIN. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan, dan nilai nasabah terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Banking Muamalat DIN (Digital Islamic Network) pada Bank Muamalat KC Padang. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi layanan digital perbankan syariah dalam meningkatkan minat penggunaan mobile banking oleh nasabah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu metode penelitian yang bersifat induktif, objektif, dan ilmiah. Data yang dikumpulkan berupa angka atau pernyataan yang dapat diukur, kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik. Peneliti mengumpulkan data dengan metode survei, menggunakan data primer, dan memusatkan upaya pada pengambilan informasi langsung dari responden untuk menyelesaikan permasalahan penelitian.

Populasi Dan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah nasabah Bank Muamalat kc Padang tahun 2024 yang berjumlah 1.075 nasabah menggunakan mobile banking muamalat DIN, dengan sampel sebanyak 92 orang yang diambil menggunakan teknik Yamane. Tempat penelitian ini berlokasi di Bank Muamalat KC Padang di jln Rasuna Said No.107, Rimbo Kaluang, Kec. Padang Barat, Kota Padang, Sumatera Barat 25114.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu mencakup investigasi langsung ke Bank Muamalat KC Padang dengan menggunakan teknik survei, wawancara serta penyebaran kuesioner secara langsung ke nasabah Bank Muamalat KC Padang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Minat Nasabah (Y)

Berdasarkan uji Validitas dengan menggunakan *Corrected Item-Total Corelation* (CITC) untuk hasil terdapat bahwa semua pernyataan mengenai Minat Nasabah dapat dinyatakan valid karena nilai *Corrected Item-Total Corelation* lebih besar dari r tabel yaitu 0,361.

Kepercayaan (X1)

Berdasarkan uji Validitas dengan menggunakan *Corrected Item-Total Corelation* (CITC) untuk hasil terdapat bahwa semua pernyataan mengenai Kepercayaan dapat dinyatakan valid karena nilai *Corrected Item-Total Corelation* lebih besar dari r tabel yaitu 0,361.

Kualitas Pelayanan (X2)

Berdasarkan uji Validitas dengan menggunakan *Corrected Item-Total Corelation* (CITC) untuk hasil terdapat bahwa semua pernyataan mengenai Kualitas Pelayanan dapat dinyatakan valid karena nilai *Corrected Item-Total Corelation* lebih besar dari r tabel yaitu 0,361.

Nilai Nasabah (X3)

Berdasarkan uji Validitas dengan menggunakan *Corrected Item-Total Corelation* (CITC) untuk hasil terdapat bahwa semua pernyataan mengenai Nilai Nasabah dapat dinyatakan valid karena nilai *Corrected Item-Total Corelation* lebih besar dari r tabel yaitu 0,361.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan uji Reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha semua variabel dalampenelitian ini menunjukkan Cronbach Alpha diatas 0,60. Secara spesifik, Variabel Minat Nasabah (Y) menghasilkan nilai 0,929, variabel Kepercayaan (X1) menghasilkan nilai 0,884, variabel Kualitas Pelayanan (X2) menghasilkan nilai 0,893 dan variabel Nilai Nasabah (X3) menghasilkan nilai 0,908. Nilai-nilai ini mengindikasikan bahwa seluruh instrument yang digunakan dalam mengukur konstruk yang ditargetkan. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa data yang terkumpul melalui kuesioner penelitian ini reliabel dan layak untuk dianalisis lebih lanjut.

Analisis Regresi Berganda

Anal;isis regreai linear berganda dapat digunakan untuk mengevaluasi keterkaitan antara variabel independen dan variabel dependen. Hasil pengujian regresi linear berganda ditampilkan pada tabel 1 sebagaimana dijabarkan berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Variabel Minat Nasabah

Variabel Terikat	Konstanta dan Variabel Bebas	Koefisien Regresi
Minat Nasabah (Y)	(Constant)	2,155
	Kepercayaan (X1)	0,178
	Kualitas Pelayanan (X2)	0,113
	Nilai Nasabah (X3)	0,320

Sumber : Olah data SPSS 27 (data diolah pada tahun 2025)

$Y = \alpha + \beta 1\ X1 + \beta 2\ X2 + \beta 3\ X3$

$Y = 2{,}155 + 0{,}178\ X1 + 0{,}113\ X2 + 0{,}320\ X3$

Dimana artinya persamaan regresi di atas memperlihatkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Persamaan regresi di atas pada konstanta bernilai 2,155 satuan, maksudnya jika variabel kepercayaan (X1), kualitas pelayanan (X2) dan nilai nasabah (X3) diasumsikan sama dengan nol, maka minat nasabah bernilai 2,155 satuan.
2. Nilai koefisien kepercayaan sebesar 0,178 satuan, artinya bahwa setiap peningkatan variabel kepercayaan sebesar 1 satuan, maka minat nasabah meningkat sebesar 0,178 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstanta.
3. Nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,113 satuan, artinya bahwa setiap peningkatan variabel kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka minat nasabah meningkat sebesar 0,113 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstanta.
4. Nilai koefisien nilai nasabah sebesar 0,320 satuan, artinya bahwa setiap peningkatan variabel nilai nasabah sebesar 1 satuan, maka minat nasabah meningkat sebesar 0,320 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstanta.

Uji Statistik (Uji T)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan atau tidak variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau individu. Pada penelitia n ini variabel independen terdiri dari kepercayaan, kualitas pelayanan dan nilai nasabah dikatakan berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen yaitu minat nasabah (Y). Hasil dari proses pengujian dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Pengujian Hipotesis Persial Variabel Minat Nasabah

Variabel Terikat	Variabel Bebas	T Tabel	T Hitung	Sig.	Kesimpulan
Minat Nasabah (Y)	Kepercayaan (X1)	1,986	2,411	0,018	H_1 diterima
	Kualitas Pelayanan (X2)	1,986	2,283	0,025	H_2 diterima
	Nilai Nasabah (X3)	1,986	4,971	0,000	H_3 diterima

Sumber : Olah data SPSS 27 (data diolah pada tahun 2025)

Berdasarkan tabel uji persial diatas terlihat bahwa variabel bebas dengan T Tabel > 1,986 dan nilai sig < 0,05, sehingga dapat ditarik kesimpulan senagai berikut :

1. Variabel kepercayaan (X1) berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Banking Muamalat DIN (Digital Islamic Network). Dengan nilai t hitung lebih besar dari t

tabel (2,411 > 1,986), dengan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha (0,018 < 0,05) dengan demikian dapat disimpulkan Ho ditolak dan H1 diterima, artinya kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah

2. Variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Banking Muamalat DIN (Digital Islamic Network). Dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel (2,283 > 1,986), dengan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha (0,025 < 0,05) dengan demikian dapat disimpulkan Ho ditolak dan H2 diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifkan terhadap minat nasabah.
3. Variabel nilai nasabah (X3) berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Banking Muamalat DIN (Digital Islamic Network). Dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel (4,971 > 1,986), dengan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha (0,000 < 0,05) dengan demikian dapat disimpulkan Ho ditolak dan H3 diterima, artinya nilai nasabah berpengaruh positif dan signifkan terhadap minat nasabah

Pembahasan

Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*)

Dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel (2,411 > 1,986), dengan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha (0,018 < 0,05) dengan demikian dapat disimpulkan Ho ditolak dan H1 diterima, artinya kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Firman et al., (2026) pada pada Study Kasus mahasiswa fakultas syari'ah UINIB di Sungai Bangek yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking. Hal ini sejalan dengan temuan Adani et al., (2026) menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan Menggunakan Mobile Banking Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*)

Berdasarkan hasil penelitian variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Banking Muamalat DIN (Digital Islamic Network). Dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel (2,283 > 1,986), dengan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha (0,025 < 0,05) dengan demikian dapat disimpulkan Ho ditolak dan H2 diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifkan terhadap minat nasabah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh oleh Arianto (2023), juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi mampu menciptakan hubungan harmonis antara perusahaan dan konsumen, meningkatkan pembelian ulang, dan membangun loyalitas melalui word of mouth. Penelitian oleh Heni Rohaeni & Marwa (2021), turut memperkuat bahwa dimensi kualitas pelayanan seperti reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles secara langsung berdampak pada perilaku nasabah. Maka kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking.

Pengaruh Nilai terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*)

Berdasarkan hasil penelitian variabel nilai nasabah (X3) berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Banking Muamalat DIN (Digital Islamic Network). Dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel (4,971 > 1,986), dengan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha (0,000 < 0,05) dengan demikian dapat disimpulkan Ho ditolak dan H3 diterima, artinya nilai nasabah berpengaruh positif dan signifkan terhadap minat nasabah.

Dalam penelitian sebelumnya oleh Alim et al., (2025) nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan mobile banking pada nasabah, hal ini berarti bahwa semakin baik nilai nasabah yang diberikan oleh bank maka nasabah semakin merasa puas terhadap produk dan layanan bank tersebut. Kepercayaan nasabah terhadap bank tidak terlepas dari masalah kepuasan yang dapat dipenuhi dengan pelayanan yang prima, produk yang berkualitas dan bernilai

bagi nasabah sangat penting di karenakan semakin tinggi nilai nasabah, maka semakin tinggi pula rasa percaya nasabah tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diolah menggunakan SPSS, maka dapat dirangkum beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut: Hasil analisis menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Banking Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*) pada Bank Muamalat KC Padang. Hipotesis pertama terbukti diterima, yang ditunjukkan oleh nilai t-hitung yang lebih besar daripada t-tabel serta nilai signifikansi yang lebih kecil dari tingkat alpha. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap keamanan, keandalan, integritas, dan komitmen Bank Muamalat, maka semakin tinggi pula minat nasabah dalam menggunakan Mobile Banking Muamalat DIN. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Banking Muamalat DIN pada Bank Muamalat KC Padang. Hipotesis kedua diterima karena nilai t-hitung lebih besar daripada t-tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari alpha. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang cepat, responsif, andal, memberikan jaminan, serta memperhatikan kebutuhan nasabah mampu meningkatkan minat nasabah dalam memanfaatkan layanan mobile banking.

Hasil penelitian juga membuktikan bahwa nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Banking Muamalat DIN pada Bank Muamalat KC Padang. Hipotesis ketiga diterima karena nilai t-hitung melebihi t-tabel dan tingkat signifikansi berada di bawah alpha. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan nasabah dibandingkan dengan biaya, waktu, dan usaha yang dikeluarkan, maka semakin tinggi pula minat nasabah untuk menggunakan layanan Mobile Banking Muamalat DIN.

Berdasarkan temuan dan kesimpulan yang diperoleh, penelitian ini memberikan beberapa saran sebagai berikut. Bank Muamalat KC Padang diharapkan dapat terus meningkatkan kepercayaan nasabah dengan memperkuat sistem keamanan transaksi, menjaga kerahasiaan data nasabah, serta memberikan informasi yang transparan mengenai layanan mobile banking. Selain itu, kualitas pelayanan perlu terus ditingkatkan melalui peningkatan kecepatan layanan, kemudahan akses aplikasi, serta kemampuan pegawai dalam memberikan bantuan kepada nasabah. Bank juga perlu meningkatkan nilai yang dirasakan nasabah dengan menghadirkan fitur-fitur yang lebih bermanfaat, inovatif, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna sehingga mampu memberikan pengalaman penggunaan yang lebih baik.

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat penggunaan mobile banking, seperti kemudahan penggunaan, persepsi risiko, literasi digital, promosi, atau citra merek. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menggunakan jumlah sampel yang lebih besar serta objek penelitian yang lebih luas sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan layanan mobile banking.

REFERENCES

Abaharis, H., & Zelita, R. (2025). *Economics and Digital Business Review Analisis User Friendly , Benefit Dan Resiko Penggunaan Qris Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Nagari*. *6*(2).

Adani, K. D., Sadilah, R. I., Apriliyanti, M., Azelia, G. Z., Paryanti, A. B., & Sangapan, L. H. (2026). *Pengaruh keamanan transaksi, kepercayaan konsumen, dan kemudahan akses terhadap minat menggunakan mobile banking*. *14*(1), 305–345.

Alfiansyah, R., Widyastuti, U., & Noviariani, D. (2026). *Kualitas Layanan dan Niat Menggunakan Kembali : Studi Empiris pada Pengguna Platform E-Wallet*. *2*(1), 1337–1347.

Alim, M. N., Maulana, I., & Rizky. (2025). *Peran Mediasi Mobile Banking Pada Kualitas Layanan,Nilai, Dan Kepuasan Nasabah BSI Tanggerang*. *4*(3), 135–154.

Firman, G. A., Yunani, N., Apriani, R., Wibowo, W., & Kamar, K. (2026). *Pengaruh Efisiensi , Keamanan , Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah*

BCA Kabupaten Tangerang) PENDAHULUAN Pada era yang modern ini teknologi berkembang begitu pesat , terutama dibidang teknologi informa. 243–258.

Rahayu, M. Y., Fitriani, A. P., Islam, A., & Ponorogo, N. (2023). *Pengaruh Literasi Digital , Fitur Layanan Dan Brand Image Terhadap MInat Nasabah Menggunakan Mobile Bankimg*. *2*(1), 52–65.

Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *2*(2), 312–318.

Satria, H. G. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Di Kota Singaraja*. 72–97.

Yani, M. I., & Sugiyanto. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan , Kepercayaan , Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Edwin Jeans Indonesia Pada E-Commerce Shopee*. *1*(3), 443–472.