

Persepsi Kemudahan dan Kegunaan Penggunaan Mobile Banking, Studi Mahasiswa di Manokwari

Yammes Jonas Batkunde¹, Joice Pangalimang², Irmawati Leppang³

^{1,2,3}STIMIK Kreatindo Manokwari

Yammes Jonas Batkunde, e-mail: yammesjonas65@gmail.com

Published: July, 2025

ABSTRACT

The purpose of the study was to determine the simultaneous and partial influence of the variables of perceived ease and perceived usefulness on the variable of interest in using livin Bank Mandiri mobile banking on STIMIK Kreatindo Manokwari students. The analysis technique used was quantitative, with a sample size of 96 respondents, with the data analysis technique used in multiple linear regression. And the results of the study for the first hypothesis (H1) because $t \text{ count } 3.587 > t \text{ table } 1.98580$ then there is an influence of perceived ease (X1) on Y (interest in using mobile banking) and a significance of $0.001 < 0.05$ then the first hypothesis (H1) is accepted. And for the second hypothesis (H2) because $t \text{ count } 6.261 > t \text{ table } 1.98580$ then there is an influence of perceived usefulness on interest in using mobile banking and a significance of $0.000 < 0.05$ then the hypothesis (H2) is accepted. the results of the F test can be seen that the F-count $449.561 > F \text{ table } 3.09$ then there is an influence of perceived ease (X1) and perceived ease (X2) simultaneously together on Y (interest in using) then the third hypothesis (H3) is accepted.

Keywords: perceived ease, perceived use, interest in using mobile banking

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, 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

TAM (Technology Acceptance Model) adalah salah satu model perilaku pemanfaatan teknologi informasi dalam literatur system informasi manajemen. TAM ini dikemukakan oleh Davis (1989)(Fitri Fadilah Widyaputri & Edy Yusuf Agung Gunanto, 2023) yang mengembangkan kerangka pemikiran tentang minat pemanfaatan teknologi informasi. Mobile banking telah menjadi salah satu inovasi teknologi yang paling signifikan dalam industri perbankan(Hakim et al., 2021). Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, perbankan digital, khususnya mobile banking, menawarkan kemudahan akses layanan keuangan kapan saja dan di mana saja melalui perangkat seluler. Di Indonesia, penetrasi internet dan penggunaan *smartphone* yang tinggi menjadi faktor pendorong adopsi mobile banking. Bank Indonesia mencatat peningkatan transaksi digital yang signifikan, yang mengindikasikan pergeseran perilaku konsumen ke arah layanan perbankan digital(Anggraeni & A.widyastuti, 2017).

Namun, adopsi mobile banking tidak selalu berjalan mulus. Meskipun banyak manfaat yang ditawarkan, masih ada tantangan terkait penerimaan pengguna. Beberapa individu mungkin enggan

menggunakan mobile banking karena berbagai alasan, termasuk kekhawatiran tentang keamanan, kurangnya pemahaman tentang fitur-fitur yang tersedia, atau persepsi bahwa teknologi tersebut rumit untuk digunakan (Kurnia, 2020).

Technology Acceptance Model (TAM), yang dikembangkan oleh Davis (1989) (Anggraeni & A. Widyastuti, 2017), adalah salah satu model yang paling sering digunakan untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan teknologi oleh pengguna. TAM mengemukakan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh dua variabel utama: *Perceived Ease of Use* (Caroline, 2021) (Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan): Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha. Jika pengguna merasa bahwa sistem mobile banking mudah dipelajari dan digunakan, kemungkinan besar mereka akan menerimanya. *Perceived Usefulness* (Kegunaan yang Dirasakan): (Wibasuri & Ya, 2022) Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja atau produktivitas mereka. Jika pengguna merasa bahwa mobile banking bermanfaat dalam mempermudah transaksi keuangan mereka, mereka akan cenderung menggunakannya.

Mahasiswa sebagai kelompok demografi, merupakan segmen pasar yang menarik untuk diteliti dalam konteks mobile banking. Mereka dikenal sebagai *digital native* yang akrab dengan teknologi, memiliki kebutuhan transaksi keuangan yang dinamis, dan sering kali mencari solusi yang praktis dan efisien. Namun, meskipun demikian, tingkat adopsi dan persepsi mereka terhadap mobile banking bisa bervariasi.

Secara geografis, Manokwari, sebagai ibu kota Provinsi Papua Barat, menunjukkan karakteristik unik. Pembangunan infrastruktur digital dan aksesibilitas layanan perbankan mungkin berbeda dibandingkan dengan kota-kota besar lainnya di Indonesia. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana faktor-faktor lokal ini memengaruhi persepsi kemudahan dan kegunaan mobile banking di kalangan mahasiswa setempat.

Penelitian sebelumnya tentang TAM dan mobile banking seringkali dilakukan di kota-kota besar atau pada populasi umum. Dengan fokus pada mahasiswa di Manokwari, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris yang lebih spesifik dan relevan, mengisi celah penelitian yang ada, serta memberikan wawasan bagi penyedia layanan perbankan untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan adopsi mobile banking di kalangan generasi muda di daerah tersebut. Kebaruan dalam penelitian yakni 1. Fokus Geografis yang Spesifik: Manokwari, Papua Barat

Sebagian besar penelitian tentang adopsi mobile banking dan TAM cenderung dilakukan di kota-kota besar atau pusat ekonomi di Indonesia bagian barat. Manokwari, sebagai ibu kota Provinsi Papua Barat, merepresentasikan konteks geografis yang unik dengan karakteristik demografi, infrastruktur, dan tingkat penetrasi teknologi yang mungkin berbeda. Penelitian di Manokwari dapat mengungkap nuansa dan tantangan spesifik yang mungkin tidak terlihat di wilayah lain, terutama terkait aksesibilitas internet, kesadaran teknologi, dan preferensi lokal. Kebaruan ini akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang penerimaan teknologi di wilayah timur Indonesia. 2. Segmentasi Populasi yang Spesifik: Mahasiswa; Mahasiswa merupakan segmen demografi yang dinamis, cepat beradaptasi dengan teknologi baru (*digital natives*), dan memiliki pola perilaku keuangan yang khas. Memahami persepsi mereka terhadap mobile banking sangat relevan karena mereka adalah calon pengguna utama layanan perbankan di masa depan. Penelitian ini akan memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana generasi muda di Manokwari berinteraksi dan menerima teknologi perbankan digital.

Secara keseluruhan, kebaruan penelitian ini terletak pada kombinasi lokasi geografis yang spesifik (Manokwari), fokus pada segmen populasi yang relevan (mahasiswa), dan relevansinya dengan

konteks percepatan digitalisasi di daerah, yang memungkinkan untuk menggali wawasan unik dan memberikan kontribusi empiris yang berarti bagi literatur tentang penerimaan teknologi di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa pada Sekolah Tinggi Manajemen dan Ilmu Komputer Kreatindo Manokwari yang menggunakan aplikasi mobile banking. Teknik dalam penentuan sampel dalam penelitian menggunakan non probability tepatnya menggunakan purposive sampling yang mempunyai karakteristik responden nasabah bank mandiri yang melakukan transaksi mobile banking (Sugiyono, 2022), dan responden berada di wilayah kampus STIMIK Kreatindo Manokwari. Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Lemeshow, maka diperoleh jumlah hasil sampel minimal 96 responden. Data primer diperoleh dari diperoleh melalui dari menyebarkan kuisisioner kepada pengguna mobile banking bank mandiri (livin) pada mahasiswa STIMIK Kreatindo Manokwari.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif (Hamid & Dkk, 2019). Dan kuisisioner yang digunakan oleh peneliti berisi tentang pertanyaan mengenai persepsi kemudahan pengguna (perceived ease of use), persepsi manfaat (perceived usefulness), dan sebagai variable independent dan minat menggunakan (behavior intention to use) aplikasi mobile banking livin pada bank Mandiri sebagai variable dependen. Kuisisioner yang dibuat menggunakan skala likert untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial.

Penyelesaian penelitian ini dengan menggunakan teknik analisis kuantitatif deskriptif. Instrument pengumpulan data menggunakan kuisisioner yang sebelum diberikan kepada responden diuji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

Uji asumsi klasik peneliti menggunakan uji heteroskedastisitas untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji kelayakan model menggunakan uji F, dan untuk mengetahui seberapa besar variable bebas mampu menjelaskan variable terikat dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mengetahui pengaruh variable bebas (independent) yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variable terikat (dependen) peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda. Uji hipotesis menggunakan uji t (Imam Ghazali, 2016)

HASIL

Analisis Responden

Tabel 1 Karakteristik Responden berdasarkan Penggunaan Mobile banking

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sudah menggunakan mobile banking	90	93.8	93.8	93.8
belum pernah menggunakan mobile banking	6	6.3	6.3	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Sumber : data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan penggunaan mobile banking livin, Bank Mandiri dapat dijelaskan bahwa responden yang sering menggunakan mobile banking lebih dominan yakni sebanyak 90 responden atau sebesar 93,8%, sedangkan karakteristik responden yang belum menggunakan mobile banking sebanyak 6 responden atau sebesar 6,2%.

Tabel 2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	53	55.2	55.2	55.2
	Perempuan	43	44.8	44.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber : data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, dapat dijelaskan bahwa responden yang lebih dominan yakni responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 53 responden atau sebesar 55,2%, sedangkan karakteristik responden yang berjenis kelamin Perempuan sebanyak 43 responden atau sebesar 44,8%.

Tabel 3 Karakteristik Responden berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-20 tahun	40	41.7	41.7	41.7
	21-30 tahun	44	45.8	45.8	87.5
	31 -40 tahun	7	7.3	7.3	94.8
	>40 tahun	5	5.2	5.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber : data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel 3 karakteristik responden berdasarkan usia, dapat dijelaskan bahwa responden yang lebih dominan yakni responden yang berusia 17 – 20 tahun, sebanyak 40 responden atau sebesar 41,7%, sedangkan karakteristik responden yang berusia 21 – 30 tahun sebanyak 44 responden atau sebesar 45,8% kemudian dilanjutkan dengan responden berusia 31 – 40 tahun yakni sebanyak 7 responden atau sebesar 7,3 %; selanjutnya karakteristik responden yang berusia > 40 tahun berjumlah 5 responden atau sebesar 5,2%.

Tabel 4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	47	49.0	49.0	49.0
	PNS	21	21.9	21.9	70.8
	TNI/POLRI	15	15.6	15.6	86.5
	Wiraswasta	13	13.5	13.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber : data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, dapat dijelaskan bahwa responden yang lebih dominan yakni responden yang memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa, sebanyak 47 responden atau sebesar 49%, sedangkan karakteristik responden yang memiliki pekerjaan sebagai PNS sebanyak 21 responden atau sebesar 21,9% ; kemudian dilanjutkan dengan responden yang memiliki pekerjaan sebagai TNI/POLRI sebanyak 15 responden atau sebesar 15,6 %; selanjutnya karakteristik responden yang memiliki pekerjaan wiraswasta berjumlah 13 responden atau sebesar 13,5%.

Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan (X_1)

Tabel 5 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan (X_1)

Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusan
Penggunaan teknologi mobile banking dapat meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan di kalangan anak muda	0,959	0,2006	Valid
Teknologi mobile banking berguna bagi saya dalam melakukan transaksi keuangan secara praktis	0,956	0,2006	Valid
Teknologi mobile banking efisiensi dalam kehidupan sehari-hari	0,946	0,2006	Valid

Sumber : data primer, diolah 2025

Tabel 6 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kegunaan (X_2)

Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusan
Mobile banking mempermudah saya dalam memantau saldo dan riwayat transaksi secara real-time	0,961	0,2006	Valid
Menggunakan teknologi mobile banking membuat proses transaksi menjadi lebih jelas dan mudah dipahami	0,957	0,2006	Valid
Menggunakan mobile banking adalah hal yang mudah karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja	0,950	0,2006	Valid

Sumber : data primer, diolah 2025

Tabel 7 Hasil Uji Validitas Variabel Menggunakan Mobile Banking (Y)

Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusan
Akan mudah bagi saya untuk mempelajari dan menjadi terampil dalam menggunakan mobile banking	0,933	0,2006	Valid
Saya berencana untuk terus menggunakan teknologi mobile banking sebagai alat transaksi keuangan di masa depan	0,951	0,2006	Valid
Saya akan menggunakan aplikasi mobile banking sebagai metode transaksi keuangan utama saya	0,942	0,2006	Valid
Saya akan merekomendasikan penggunaan teknologi mobile banking di masa depan kepada orang lain untuk kemudahan transaksi keuangan	0,926	0,2006	Valid

Sumber : data primer, diolah 2025

Berdasarkan output hasil uji validitas untuk variable X_1 , X_2 dan Y maka di peroleh bahwa item kuisioner yang digunakan dinyatakan valid, hal terbukti dengan hasil uji olah daya nilai signifikasi kurang dari 0,05 atau 5%.

Tabel 8 Uji Reliabilitas

Variable	CA	ketentuan	Keputusan
Variable persepsi kemudahan	0,933	0,60	Reliabel
Variable; persepsi kegunaan	0,878	0,60	Reliabel
Variable penggunaan	0,851	0,60	Reliabel

Sumber : data primer, diolah 2025

2. Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas di uji dengan menggunakan nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF), jika nilai VIF di bawah 10 dan nilai tolerance diatas 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas yang artinya tidak terjadi kolerasi diantara variable bebas (kemudahan dan kegunaan) sehingga model regresinya dinyatakan baik Ghozali (2016)

Tabel 9 Uji Multikolinearitas

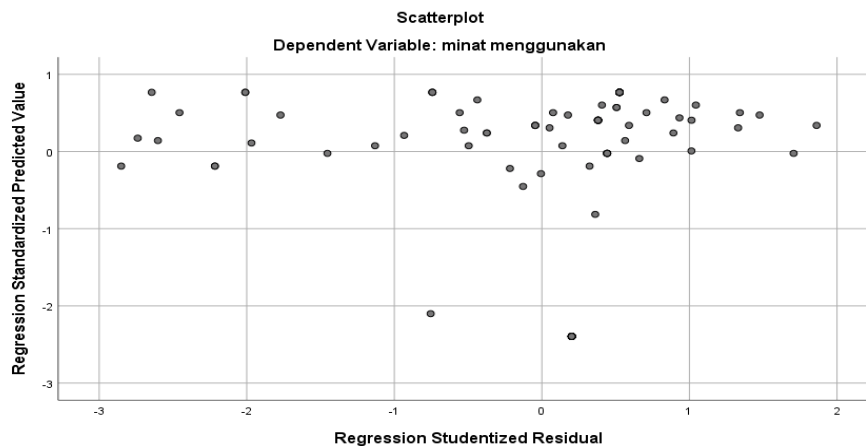
Variable	Nilai VIF	Tolerance	Keterangan
Persepsi Kemudahan	1.025	0,976	Tidak terjadi multikolinearitas
Persepsi kegunaan	1.025	0,976	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber : data primer diolah, 2025

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai VIF $X_1 = 1,025$ dan $X_2 = 1,025$ dibawah 10 maka tidak terjadi multikolinearitas dan nilai tolerance $X_1 = 0,976$ dan $X_2 = 0,976$, lebih besar dari 0,10 maka ini artinya tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari pengamatan satu dengan pengamatan lainnya. Apabila masing-masing variable bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap absolut residual ($\alpha > 0,05$) maka dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga model regresinya dinyatakan baik (Ghozali, 2016) Dalam penelitian menggunakan output scatterplots dengan ketentuan ; 1) titik-titik data penyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0; 2) titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja; 3) penyebarab titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudiab menyempit dan melebar kembali



3. Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.180	.548		-.329	.743
persepsi kemudahan	.481	.134	.351	3.587	.001
persepsi kegunaan	.809	.129	.613	6.261	.000

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = -0,180 + 0,481 X_1 + 0,809 X_2$$

4. Uji T

Uji T digunakan untuk menguji hipotesis dan menunjukkan seberapa jauh pengaruh masing-masing variable bebas secara parsial atau sendiri-sendiri dengan variable terikat. Uji t dilakukan dengan membandingkan t hitung dan t tabel, pengujian juga bisa dilakukan dengan menggunakan nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$)

No	Hipotesis	Unstandardized Coefficient Beta	Standardized Coefficient Beta	T hitung	Signifikansi	keterangan
1	H1	0,481	0,134	3.587	0,001	Diterima
2	H2	0,809	0,129	6.261	0,000	Diterima

$\alpha = 5\% = 0,05$; $df = n - k = 96 - 3 = 93$, $t\text{-tabel} = 1.98580$; untuk hipotesis pertama (H1) karena t hitung $3.587 > t\text{ tabel } 1.98580$ maka ada pengaruh persepsi kemudahan (X_1) terhadap Y (minat penggunaan mobile banking) dan signifikansi $0.001 < 0,05$ maka hipotesis pertama (H1) di terima. Dan untuk hipotesis kedua (H2) karena t hitung $6.261 > t\text{ tabel } 1,98580$ maka ada pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan mobile banking dan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka hipotesis (H2) di terima.

5. Uji F (simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variable bebas yaitu pengaruh persepsi kemudahan (X_1) dan persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan mobile banking secara bersama-sama (simultan) terhadap variable terikat (Y) minat penggunaan mobile banking. Uji F menggunakan tabel ANOVA

atau F-test apabila F-hitung lebih besar dari F-tabel maka variable bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variable terikat.

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2275.925	2	1137.962	449.561	.000 ^b
Residual	235.409	93	2.531		
Total	2511.333	95			

a. Dependent Variable: minat menggunakan

b. Predictors: (Constant), persepsi manfaat, persepsi kemudahan

$\alpha = 5\% = 0,05$; F tabel; $k = 2$, $n - k = 96 - 2 = 94$, di dapat F-tabel = 3.09 dan hasil uji F dapat dilihat bahwa bahwa F-hitung $449.561 > F$ tabel 3.09 maka terdapat pengaruh persepsi kemudahan (X1) dan persepsi kemudahan (X2) secara simultan bersama-sama terhadap Y (minat menggunakan) maka hipotesis ketiga (H3) diterima.

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk melihat seberapa besar tingkat pengaruh variable indepeden terhadap variable dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai 1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	RStd. Error of the Estimate
1	.952 ^a	.906	.904	1.591

a. Predictors: (Constant), persepsi manfaat, persepsi kemudahan

b. Dependent Variable: minat menggunakan

Dari hasil uji R2 diperoleh $R^2 = 0,906$ yang artinya besarnya kontribusi persepsi kemudahan dan persepsi manfaat secara bersama-sama terhadap tinggi rendahnya minat menggunakan mobile banking sebesar 90,6% dan sisanya sebesar 9,4% dipengaruhi oleh variable lain di luar variable penelitian.

KESIMPULAN

Untuk hipotesis pertama (H1) karena t hitung $3.587 > t$ tabel 1.98580 maka ada pengaruh persepsi kemudahan (X1) terhadap Y (minat penggunaan mobile banking) dan signifikansi $0.001 < 0,05$ maka hipotesis pertama (H1) di terima. Dan untuk hipotesis kedua (H2) karena t hitung $6.261 > t$ tabel 1,98580 maka ada pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan mobile banking dan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka hipotesis (H2) di terima. hasil uji F dapat dilihat bahwa bahwa F-hitung $449.561 > F$ tabel 3.09 maka terdapat pengaruh persepsi kemudahan (X1) dan persepsi kemudahan (X2) secara simultan bersama-sama terhadap Y (minat menggunakan) maka hipotesis ketiga (H3) diterima.

REFERENSI

- Anggraeni, K., & A.widyastuti, D. (2017). Pengaruh Kemudahan (Perceives Ease of Use) Terhadap Minat Ulang Penggunaan Aplikasi. *Program Studi Manajemen, Universitas Bakrie*.
- Caroline, C. C. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan M-Banking Berdasarkan Teori Tam. *Keunis, 9*(2). <https://doi.org/10.32497/keunis.v9i2.2819>

- Fitri Fadilah Widyaputri, & Edy Yusuf Agung Gunanto. (2023). Shariah Mobile Banking Adoption Trends: Analysis Mob Mentality, Reputation, Perceived Risk, and Islamic Financial Literacy. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 10(5). <https://doi.org/10.20473/vol10iss20235pp482-495>
- Hakim, A. F., Puspitaningrum, R., Khairisma, K., & Novita Sari, M. B. (2021). Pengaruh Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Malikussaleh). *El-Ammal*, 4(2). <https://doi.org/10.29103/el-amwal.v4i2.5842>
- Hamid, & Dkk. (2019). Analisis Jalur Dan Aplikasi Spss Versi 25. *Sefa Bumi Persada*, 1(1).
- Imam Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro. *IOSR Journal of Economics and Finance*, 3(1).
- Kurnia, D. (2020). Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, dan Promosi, Terhadap keputusan Penggunaan Digital Banking Jenius PT Bank Tabungan Pensiun Nasional. *UG Jurnal*, 14.
- Pradini, K. T., & Susanti, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking BCA, BNI, BRI. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i10.p04>
- Safira, S. D., Ernawati, D., & Iqbal, M. (2023). Penerapan Technology Acceptance Model dalam Meningkatkan Minat Menggunakan Kembali M-Banking Livin by Mandiri. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 11(1). <https://doi.org/10.30871/jaemb.v11i1.3961>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif (Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif)*. Alfabeta.
- Sukmawati, H., Wisandani, I., & Kurniaputri, M. R. (2022). Acceptance and Use of Muzakki To Pay Non-Cash Zakat in West Java: Theory Extension of Technology of Acceptance Model. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(4).
- Wahyudi, B., & Yanthi, M. D. (2021). Penerimaan Teori Tam Terhadap Penggunaan Mobile Payment Dengan Kompatibilitas Sebagai Variabel Eksternal. *Akuntabilitas*, 15(1). <https://doi.org/10.29259/ja.v15i1.11850>
- Wibasuri, A., & Ya, F. (2022). Sikap Konsumen Dengan Penerimaan Teknologi (TAM) Terhadap Penggunaan Marketplace Online Di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*.