



## **Analisis Tingkat Penerimaan Pengguna Terhadap Layanan Mobile Banking : Studi Literatur Pada Bank Nasional**

**Santriyani My<sup>1\*</sup>, Adhis Shifa Aulia<sup>2</sup>, Elda Fitriani<sup>3</sup>, Yora Veronica Ananda<sup>4</sup>, Fenny Purwani<sup>5</sup>**

<sup>1-5</sup>Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

[1syani0063@gmail.com](mailto:1syani0063@gmail.com), [2adhisshifa04@gmail.com](mailto:2adhisshifa04@gmail.com), [3eldafitriani00@gmail.com](mailto:3eldafitriani00@gmail.com), [4yoraveronica54@gmail.com](mailto:4yoraveronica54@gmail.com),

[5Fennypurwani\\_uin@radenfatah.ac.id](mailto:5Fennypurwani_uin@radenfatah.ac.id)

### **Abstrak**

Penelitian ini berfokus pada analisis tingkat penerimaan pengguna terhadap layanan mobile banking di Bank Nasional dengan menggunakan *metode systematic literature review*. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi mobile banking, seperti kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kepuasan, dan keamanan. Temuan menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan keamanan layanan sangat berpengaruh terhadap loyalitas dan minat pengguna. Persepsi kegunaan juga berpengaruh, meskipun tidak selalu signifikan dalam semua kasus. Secara keseluruhan, adopsi mobile banking di Indonesia terus berkembang, meskipun digitalisasi perbankan masih dinilai tertinggal dibandingkan dengan fintech. Penelitian ini menyarankan agar bank terus meningkatkan layanan untuk memenuhi perkembangan teknologi dan preferensi konsumen.

**Kata Kunci:** Literature Review, Mobile Banking, Mobile Service Quality, Minat Nasabah, Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness), Persepsi Kemudahan (Perceived Ease Of Use), Kepuasan Pengguna (User Satisfaction), Persepsi Keamanan.

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi yang semakin maju memungkinkan lahirnya berbagai inovasi produk dan layanan baru di dalam industri perbankan sehingga strategi bisnis berbasis information technology (IT) sangat penting untuk dapat memperoleh keunggulan kompetitif dan memenangkan persaingan bisnis. Meningkatnya kebutuhan kemudahan bertransaksi dimana saja dan kapan saja serta adanya pergeseran transaksi perbankan yang dilakukan masyarakat dari transaksi tunai menjadi non tunai (digital) menjadikan pertumbuhan yang signifikan pada transaksi mobile banking di Indonesia. Meskipun jumlah transaksi menggunakan mobile banking di Indonesia terus meningkat, proses digitalisasi pelayanan perbankan dinilai agak terlambat dibandingkan dengan layanan keuangan berbasis teknologi atau fintech. Tingkat penerimaan konsumen selaku pengguna menjadi masalah yang esensial karena merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu sistem yang diterapkan (Setiadi, 2022).

Mobile Banking merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah kepada pelanggan (Yunita Aritonang et al., n.d.). Tingginya minat nasabah untuk menggunakan layanan mobile banking inilah yang mendasari perlunya dilakukan penelitian tersebut. Kesetiaan pelanggan menekankan pada proses yang diawali dengan sikap positifnya lalu ditunjukkan melalui minat perlakunya terhadap produk atau jasa (Pranoto et al., n.d.).

Perkembangan zaman yang semakin pesat saat ini menuntut perbankan mengupdate berbagai hal untuk menyesuaikan kebutuhan zaman sekarang (Kristina Lumbanraja et al., 2024).

Secara keseluruhan, teknologi informasi sudah banyak sekali dampak positifnya pada berbagai aspek kehidupan sehari-hari dengan memudahkan banyak aktivitas. Dalam beberapa kasus, teknologi internet bahkan telah menjadi suatu kebutuhan dalam berbagai kegiatan seperti pekerjaan, pendidikan, hiburan, serta akses informasi yang penting (Ingga et al., 2023).

Mobile Banking telah menjadi salah satu strategi utama bagi bank untuk beroperasi dan melakukan transaksi dengan pelanggan. Mobile Banking adalah titik fokus dari strategi pertumbuhan Bank (Mauluddi, 2020). Mobile banking adalah layanan antarmuka (inter face), di mana pelanggan dapat mengakses sistem perbankan dengan menggunakan perangkat ponsel seperti smartphone, asisten digital pribadi (personal digital assistance) dan IPAD kapan saja atau di mana saja (Chaidir et al., 2021).

### **TINJAUAN PUSTAKA**

**A. Literature Review**

Literatur review merupakan salah satu dari sekian banyak teknik yang dapat digunakan untuk melakukan kegiatan penelitian. Literatur review berada pada posisi paling atas dari hierarchy of evidence. Hal ini menunjukkan bahwa literatur review merupakan salah satu teknik untuk melakukan pembuktian atau pendekatan masalah tertentu atau dapat dikatakan bahwa literatur review merupakan proses ilmiah yang menghasilkan output berupa laporan yang dimaksudkan untuk melakukan penelitian ilmiah atau memfokuskan sebuah studi (Agus Cahyono et al., 2019).

**B. Mobile Banking**

M-Banking adalah suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui smartphone. Mobile banking atau yang lebih dikenal dengan sebutan m-banking merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti handphone, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi (Mukhtisar et al., 2021).

**C. Mobile Service Quality**

Sesuai dengan Jun dan Palacios (2016), kualitas layanan Mobile Banking mengacu pada penilaian konsumen umum berdasarkan kualitas dan keunggulan pengiriman konten seluler dalam konteks Mobile Banking. Penelitian sebelumnya telah menganalisis dimensi kualitas layanan Mobile Banking dan motivasi untuk menggunakan dan penggunaan Mobile Banking. Kim et al. (2004) telah mengungkapkan tiga aspek penting dari kualitas layanan mobile; yaitu, kualitas panggilan, Layanan nilai tambah, dan dukungan pelanggan. Lu et al. (2009) mengusulkan tiga dimensi kunci dari MSQ; yaitu, kualitas interaksi, kualitas lingkungan, dan kualitas hasil (Mauluddi, 2020).

**D. Minat Nasabah**

Dalam kamus umum bahasa Indonesia minat adalah suatu keinginan dan kecenderungan hati yang sangat kuat terhadap sesuatu. Minat merupakan suatu keadaan dimana seseorang memiliki perhatian terhadap sesuatu dan disertai dengan keinginan untuk mengetahui dan mempelajari ataupun membutuhkan lebih lanjut (Kota & Kusumastuti, 2022).

**E. Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness)**

Didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya (Nur & Jaka Isqiyarta, 2015).

**F. Persepsi Kemudahan (Perceived Ease Of Use)**

Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan Keputusan(Nur & Jaka Isqiyarta, 2015).

**G. Kepuasan Pengguna (User Satisfaction)**

Kepuasan pelanggan, adalah perasaan yang ditimbulkan dari perbandingan antara harapan pelanggan dan kinerja produk atau layanan yang diperoleh (Sari et al., 2024).

**H. Persepsi Keamanan**

Persepsi keamanan diartikan sebagai kepercayaan konsumen bahwa informasi pribadi mereka tidak dapat dilihat oleh pihak lain kecuali dirinya sendiri, karena informasi mereka sudah disimpan dan tidak dapat dimanipulasi (Junaedi & Neneng, 2023).

## **METODE**

Metode yang digunakan ini adalah metode *systematic literature review*. *systematic literature review* ini merupakan penelitian yang dilakukan untuk mencari sebuah sumber yang terpercaya serta relevan pada topik yang dibicarakan. Data yang diperoleh merupakan sebuah data yang dianalisis dan diolah mengenai topik yang dibahas agar memberikan pemahaman yang lebih baik. Literature review ini menggunakan sebuah kata kunci yaitu antara lain: Literature Review, Mobile Banking, Mobile Service Quality, Minat Nasabah, Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness), Persepsi Kemudahan (Perceived Ease Of Use), Kepuasan Pengguna (User Satisfaction) dan Persepsi Keamanan. Dengan kategori kata kunci dalam kurun waktu 2019-2024. Data yang digunakan dari hasil pencarian diperoleh publikasi sebanyak 40 artikel yang sesuai dengan keyword yang menjelaskan mengenai Mobile Banking atau penerimaan Mobile Banking terhadap pengguna.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil dan pembahasan berikut diambil dari beberapa artikel lain yang telah membahas topik serupa. Temuan-temuan dari artikel tersebut kami gunakan sebagai referensi untuk memperkuat argumen serta memberikan perspektif yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan pengguna terhadap teknologi mobile banking. Dengan mengacu pada berbagai sumber ini, kami dapat memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif dalam menganalisis penerimaan pengguna terhadap aplikasi yang dikaji.

1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dalam artikel "Pengaruh Keamanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah dalam Menggunakan Mobile Banking: Studi Kasus Bank BRI Unit Baradatu, Waykanan", hasil

utamanya menunjukkan bahwa keamanan dan kepuasan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking. Hasil penelitian ini dirangkum sebagai berikut:

1. Keamanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Way Kanan dalam menggunakan *mobile banking*.
2. Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas Bank BRI Way Kanan dalam menggunakan *mobile banking*.
3. Secara simultan kemanan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Way Kanan dalam menggunakan *mobile banking*. (*Anggun+Putri+Septiani+et+al*, n.d.)
2. Berdasarkan penelitian yang dilakukan "Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking" (Siswoyo & Irianto, 2023), berikut adalah beberapa penemuan yang mempengaruhi penerimaan pengguna terhadap layanan mobile banking:
  - 1) Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Persepsi Manfaat:  
Yaitu persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi manfaat dari pengguna Livin' by Mandiri di Kota Tegal. Artinya ketika aplikasi dianggap mudah oleh penggunanya, maka manfaat yang diberikan juga akan semakin dirasakan.
  - 2) Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap Penggunaan:  
Yaitu persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap sikap penggunaan dari pengguna Livin' by Mandiri di Kota Tegal. Artinya ketika suatu sistem teknologi mampu memberikan kemudahan pada penggunanya, maka akan menentukan sikap pengguna tersebut dalam menerapkan teknologi tersebut..
  - 3) Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Sikap Penggunaan:  
Artinya persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan dari pengguna Livin' by Mandiri di Kota Tegal. Artinya baik tidaknya persepsi pengguna tentang manfaat aplikasi, tidak menjadi dasar untuk menentukan sikap pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut.
  - 4) Pengaruh Sikap Penggunaan Terhadap Minat Perilaku:  
Yaitu sikap penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat perilaku dari pengguna Livin' by Mandiri di Kota Tegal. Jika seseorang tersebut memiliki perasaan yang positif terhadap aplikasi Livin' by Mandiri, maka akan menumbuhkan keinginan untuk terus berperilaku menggunakan aplikasi tersebut.
  - 5) Pengaruh Minat Perilaku Terhadap Penggunaan Sistem:  
Yaitu minat perilaku berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan sistem dari pengguna Livin' by Mandiri di Kota Tegal. Artinya semakin positif minat seseorang terhadap aplikasi Livin' by Mandiri, maka semakin tinggi kemungkinan seseorang tersebut untuk menggunakan sistem aplikasi tersebut.

Kesimpulan yang dapat ditarik dari pembahasan hasil penelitian yang sudah dipaparkan adalah persepsi persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap persepsi manfaat, persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan, persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan, sikap penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku, minat perilaku berpengaruh signifikan terhadap penggunaan sistem pada pengguna Livin' by Mandiri di Kota Tegal (Siswoyo & Irianto, 2023).

3. Berdasarkan artikel "Analisis Tingkat Penerimaan Aplikasi BCA Mobile di Karawang Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)", hasil penelitian menunjukkan beberapa poin penting:

- 1) Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness):

Berdasarkan data pada tabel 4.9 diatas, Hipotesis pertama berpengaruh positif terhadap penerimaan aplikasi BCA Mobile tetapi tidak signifikan, karena memiliki nilai path coefficients sebesar 0.219 dimana nilai tersebut berada diatas 0.1 yang menyatakan positif. Tetapi hipotesis pertama tidak berpengaruh cukup signifikan karena memiliki nilai T-Statistic di bawah 1.96, yaitu hanya mempunyai nilai sebesar 0.774.

- 2) Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use):

Berdasarkan data pada tabel 4.9 diatas, Hipotesis ke-dua dinyatakan berpengaruh positif dan juga signifikan terhadap penerimaan aplikasi BCA Mobile, karena KP memiliki nilai path coefficients sebesar 0.556 yang menjadikannya positif karena nilainya berada diatas 0.1. Variabel KP juga memiliki nilai T-Statistic yang cukup besar, yaitu 3.997 yang dimana nilai tersebut lebih besar dari 1.97 menjadikan KP memiliki pengaruh yang signifikan terhadap PN.

Salah satu faktor yang lumayan mempengaruhi tingkat penerimaan aplikasi BCA mobile ini adalah aplikasi m-banking satu ini mempunyai fleksibilitas yang luas dalam hal pemakaiannya. Jika dilihat pada bagian kuisioner, para responden cukup banyak yang setuju pada pernyataan aplikasi BCA Mobile sangat fleksibel digunakan pada berbagai macam transaksi. (Wahidin et al., 2021)

Penelitian ini mengungkapkan bahwa keamanan dan kepuasan pengguna memainkan peran penting dalam membangun loyalitas terhadap layanan mobile banking. Layanan yang dianggap aman secara langsung meningkatkan kepercayaan pengguna untuk melakukan transaksi digital, sehingga mereka lebih cenderung menggunakan layanan tersebut secara konsisten. Selain itu, kepuasan terhadap kualitas pelayanan, termasuk kemudahan akses fitur-fitur perbankan, kecepatan proses, serta responsivitas aplikasi, berkontribusi signifikan dalam memperkuat loyalitas ini. Pengalaman pengguna yang sesuai dengan ekspektasi mereka tentang kualitas layanan mobile banking juga menjadi faktor penentu.

Persepsi kegunaan juga memiliki peranan penting dalam penerimaan layanan mobile banking. Pengguna yang merasakan bahwa aplikasi meningkatkan produktivitas mereka dalam hal kemudahan transaksi dan manajemen keuangan cenderung lebih menerima dan menggunakan aplikasi tersebut secara konsisten. Namun, pengaruh persepsi kegunaan dapat bervariasi tergantung pada pengalaman spesifik pengguna dengan aplikasi tertentu.

Adapun kemudahan penggunaan juga menjadi faktor yang sangat berpengaruh terhadap penerimaan pengguna. Aplikasi mobile banking yang dirancang dengan antarmuka yang sederhana, mudah dipahami, dan responsif lebih diterima oleh berbagai kalangan pengguna. Secara keseluruhan, keamanan, kepuasan, persepsi kegunaan, dan kemudahan penggunaan merupakan komponen-komponen utama yang membentuk pengalaman pengguna dan mempengaruhi loyalitas mereka terhadap layanan mobile banking di bank nasional.

Hasil dari studi literatur menunjukkan bahwa untuk meningkatkan adopsi dan loyalitas pengguna, penyedia layanan mobile banking perlu terus meningkatkan keamanan dan kemudahan penggunaan aplikasi mereka, sembari memastikan bahwa aplikasi tersebut memberikan manfaat nyata yang dirasakan oleh pengguna. Pengalaman positif dari pengguna secara keseluruhan menjadi faktor utama dalam memastikan penerimaan yang berkelanjutan terhadap teknologi mobile banking ini.

4. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dalam artikel "Analisis Tingkat Minat Masyarakat Pekanbaru Terhadap Mobile Banking BNI Menggunakan Pendekatan Tam", terdapat beberapa temuan yang biasa diambil

- 1) Hasil penelitian ini mendukung hipotesis pertama (H1), yaitu terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking BNI masyarakat di Pekanbaru. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil perhitungan uji t dengan nilai coefficients sebesar 0,455 dan nilai sig.  $0,000 < 0,05$ .
- 2) Penerimaan hipotesis pertama (H1) ini mengindikasikan bahwa kemudahan yang dialami pengguna ketika menggunakan Mobile Banking BNI akan mempengaruhi minat pengguna dalam menggunakan Mobile Banking BNI. Kemudahan yang didapatkan antara lain mudah ketika menggunakan mobile banking BNI saat pertama kali tidak merasa kebingungan dengan fitur-fitur yang mudah dipahami, merasa mudah menggunakan aplikasi dimanapun dan kapanpun, tidak susah saat melakukan transaksi pembayaran sehingga menghemat waktu para pengguna (Aldrin et al., 2023)

Berdasarkan pada pembahasan ini kesimpulannya yaitu Persepsi Kemudahan (perceived ease of use) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking BNI. Hal ini menunjukkan dari hasil perhitungan uji t dengan nilai coefficients sebesar 0,455 dan nilai sig.  $0,000 < 0,05$ . Bahwa semakin besar persepsi kemudahan akan meningkatkan minat pengguna mobile banking BNI. Persepsi Kemanfaatan (perceived of usefulness) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking BNI. Hal ini menunjukkan dari hasil perhitungan uji t dengan nilai coefficients -0,025 dan nilai sig.  $0,873 > 0,05$ . Maka dapat dikatakan bahwa meski kemanfaatan memiliki nilai atau hasil yang negative tetap mempengaruhi minat pengguna

## KESIMPULAN

Hasil dari penelitian ini membahas perkembangan teknologi informasi (IT) telah memicu inovasi dalam layanan perbankan, khususnya melalui mobile banking yang menjadi strategi utama bagi bank untuk beroperasi secara lebih efisien dan memenangkan persaingan bisnis. Mobile banking memberikan kemudahan transaksi kapan saja dan di mana saja, serta menunjukkan pertumbuhan yang signifikan di Indonesia. Namun, adopsi digitalisasi perbankan dinilai agak terlambat dibandingkan dengan layanan fintech. Keberhasilan penerapan mobile banking sangat bergantung pada penerimaan konsumen, yang dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan, kegunaan aplikasi, dan kepuasan pengguna.

Penelitian yang ada menunjukkan bahwa keamanan, kepuasan, dan kemudahan penggunaan adalah faktor penting yang mempengaruhi loyalitas dan minat pengguna terhadap mobile banking. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap penerimaan pengguna, sementara persepsi kegunaan kadang tidak selalu memberikan pengaruh yang signifikan dalam beberapa kasus. Secara keseluruhan, bank perlu terus menyesuaikan layanan mereka dengan perkembangan teknologi dan preferensi konsumen untuk meningkatkan penerimaan dan loyalitas pengguna terhadap mobile banking.

## DAFTAR PUSTAKA

Agus Cahyono, E., Sutomo, & Hartono, A. (2019). *LITERATUR REVIEW; PANDUAN PENULISAN DAN PENYUSUNAN*.

Anggun+Putri+Septiani+et+al. (n.d.).

- Chaidir, T., Ro'is, I., & Jufri, A. (2021). *Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Pada Bank Konvensional dan Bank Syariah di Nusa Tenggara Barat: Pembuktian Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*. 3(1).
- Ingga, R., Ndaru, D., Karman, J., & Alamsyah, M. N. (2023). ANALISIS TINGKAT PENERIMAAN PENGUNA APLIKASI LIVIN BY MANDIRI MENGGUNAKAN METODE TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) STUDI KASUS UNIVERSITAS BINA INSAN LUBUKLINGGAU. In *Seminar Riset Mahasiswa-Computer & Electrical (SERIMA-CE)* (Vol. 1, Issue 1).
- Junaedi, E., & Neneng, N. (2023). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEAMANAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA DI TANGERANG. *I-BEST: Islamic Banking & Economic Law Studies*, 2(1), 13–32. <https://doi.org/10.36769/ibest.v2i1.338>
- Kota, T. P., & Kusumastuti, Y. (2022). ANALISIS PENGARUH MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DENGAN MENGGUNAKAN KERANGKA TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF CUSTOMER INTEREST IN USING MOBILE BANKING USING THE TECHNOLOGY FRAMEWORK ACCEPTANCE MODEL (TAM). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(3), 276–288.
- Kristina Lumbanraja, B. H., Mardhiyah, A., & Medan, K. (2024). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pengguna BRImo Kota Medan). *Customer Satisfaction Level*, 2(1). <https://doi.org/10.62710/fkdmgd98>
- Mauluddi, H. A. (2020). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah terhadap Layanan Mobile Banking. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*, 12(1), 95–104. <https://doi.org/10.35313/ekspansi.v12i1.1902>
- Mukhtisar, Rasyid Ridla Tarigan, I., & Evriyenni. (2021). *PENGARUH EFISIENSI, KEAMANAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT NASABAH BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (STUDI PADA NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI ULEE KARENG BANDA ACEH)*. 3(2).
- Nur, H., & Jaka Isgyiarta, Y. (2015). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI NASABAH BANK TERHADAP INTERNET BANKING ADOPTION (Studi pada Nasabah Perbankan yang Menggunakan Internet Banking di Kota Surakarta). *DIPONEGORO JOURNAL OF ACCOUNTING*, 4(1). <http://ejournals.s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Pranoto, M. O., Gunawan Setianegara, R., Tugas, M., Keuangan, A. P., Jurusan, P., Politeknik, A., Semarang, N., & Jurusan, D. (n.d.). *MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran) Ease of Use, Security, and Interest In Using Mobile Banking*.
- Sari, P. F., Dellia, P., Azizi, A. F., Mashitoh, A., Dwi, M., Iriansyah, P., Sa'adah, L., Telang, J. R., Indah, T., Kamal, K., & Bangkalan, K. (2024). ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI M-BANKING BRIMO PADA MAHASISWA UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA MENGGUNAKAN END USER COMPUTING SATISFACTION (EUCS). In *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika* (Vol. 8, Issue 4). <https://forms.gle/DmsrTSHGP4iYC8EG9>.
- Setiadi, H. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan aplikasi mobile banking pada bank buku 4 di Indonesia dengan menggunakan model unified theory of acceptance and use of technology. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1). <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Siswoyo, A., & Irianto, B. S. (2023). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(2), 1196–1205. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1440>
- Wahidin, M., Awalludin, D., & Dennis, K. (2021). *Implementasi Cybersecurity pada Operasional Organisasi*.
- Yunita Aritonang, R., Noer Afifah, I., dan Keuangan, P., & Negeri Medan, P. (n.d.). *ANALISIS KEPUASAN NASABAH TERHADAP LAYANAN M-BANKING PADA PT BANK SUMUT KC KISARAN*.