

Analisis Perilaku Penggunaan Mobile Banking Dengan Model TAM dan Keamanan

Putu Deby Cahyani Pramesti¹

I Gst. Ayu Eka Damayanthi²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Indonesia

*Correspondences: debyycahyani7@gmail.com

ABSTRAK

Untuk terpenuhi kebutuhan konsumen perbankan saat ini, lembaga keuangan mulai menawarkan layanan *mobile banking* dapat diakses dengan nyaman dari mana saja dengan ponsel. Tujuan penelitian adalah untuk menunjukkan secara empiris persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, niat penggunaan, keamanan, dan perilaku penggunaan terhadap kecenderungan nasabah untuk memakai aplikasi *mobile banking* yang aman dengan memasukkan variabel keamanan. Jumlah sampel yang digunakan yaitu 150 nasabah dengan metode *purposive sampling* dan diolah dengan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan perangkat lunak *SmartPLS* versi 4. Hasil temuan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh tidak langsung terhadap perilaku penggunaan melalui niat penggunaan. Sedangkan, kemananan dan niat penggunaan secara langsung memengaruhi kepada perilaku penggunaan. Secara keseluruhan, hubungan antar variabel memiliki pengaruh positif signifikan.

Kata Kunci: *Mobile Banking, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Niat Penggunaan, Perilaku Penggunaan.*

Use of Technology Acceptance Model and Security in Mobile Banking Usage Behavior Analysis

ABSTRACT

The mobile banking service answers the demands of customers who want a safe, fast service, available 24 hours, and can be accessed from anywhere, which is sufficient by means of a cell phone. The purpose of this study is to conduct an empirical study using the Technology Acceptance Model approach by adding a security variable to prove its effect on the behavior of using mobile banking applications. The number of samples used, namely 150 customers with the purposive sampling method, was processed using the Structural Equation Modeling (SEM) approach based on Partial Least Square (PLS) with the help of SmartPLS version 4 software. The findings show that perceived ease of use and perceived usefulness have an indirect effect on use behavior through behavioral intention. Meanwhile, security and behavioral intention directly influence use behavior. Overall, the relationship between variables has a positive and significant influence.

Keywords: *Mobile Banking, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Niat Penggunaan, Perilaku Penggunaan.*

Artikel dapat diakses : <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/index>



e-ISSN 2302-8556

Vol. 34 No. 6
Denpasar, 30 Juni 2024
Hal. 1550-1565

DOI:
10.24843/EJA.2024.v34.i06.p16

PENGUTIPAN:

Pramesti, P. D. C. &
Damayanthi, I. G. A. E.
(2024). Analisis Perilaku
Penggunaan Mobile Banking
Dengan Model TAM dan
Keamanan. *E-Jurnal
Akuntansi*, 34(6), 1550-1565

RIWAYAT ARTIKEL:

Artikel Masuk:
3 Juni 2023
Artikel Diterima:
8 Juli 2023

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang begitu pesat menyebabkan segala kegiatan sudah bergantung dengan system digital, salah satunya yakni *mobile banking* (Adelia, 2019). Industri perbankan memiliki peluang untuk maju dengan melayani konsumennya dengan lebih baik, yang sekarang dapat melakukan berbagai aktivitas keuangan dan non-keuangan secara online daripada mengantri di cabang fisik (Rahayu, 2015). Volume transaksi mengalami peningkatan sejak 2013 hingga 2021, namun menurun di tahun 2019. Jika dilihat dari sisi transaksi *mobile banking* terus mengalami peningkatan (SPIP Bank Indonesia, 2022).

Tabel 1 Volume dan Nilai Transaksi Mobile Banking, 2013-2021

Tahun	Volume Transaksi <i>Mobile Banking</i> (persen)	Pertumbuhan Volume Transaksi (persen)	Nilai Transaksi <i>Mobile Banking</i> (Rp Milyar)	Pertumbuh-an Nilai Transaksi (persen)
2013	784.118		486.28	
2014	1.241.096	58,28	663.513	36,45
2015	1.595.599	28,56	821.919	23,87
2016	2.129.317	33,45	1.159.314	41,05
2017	2.733.830	28,39	1.638.508	41,33
2018	2.855.557	4,45	2.328.703	42,12
2019	2.360.094	-17,35	3.522.491	51,26
2020	3.427.101	45,21	4.770.122	35,42
2021	5.534.245	61,48	7.730.865	62,07

Sumber: SPIP Bank Indonesia, 2022

Kemudahan pembelian online, proliferasi metode pembayaran digital, dan laju perbankan digital yang semakin cepat semuanya berkontribusi pada ekspansi cepat aktivitas ekonomi dan keuangan digital (Setiawan & Sulistiowati, 2018). Harapan nasabah terhadap layanan keuangan yang, cepat, aman, dapat diakses 24 jam, dan tersebar secara geografis dapat dipenuhi melalui aplikasi *mobile banking* (Kristianto & Usman, 2020). Namun, jika dilihat dari segi keamanan, pelayanan melalui *mobile banking* memiliki beberapa keterbatasan seperti terjadinya gangguan jaringan hingga menjadi celah kejahatan melalui system atau yang dikena dengan *cyber crime* (Rahayu, 2015). Pengguna yang sudah memiliki akses ke *mobile banking* dapat menunda atau menghindari pemakaiannya karena hal ini. Model TAM menurut (Prastiawan et al., 2021) menguraikan tantangan yang terkait dengan adopsi konsumen dan penggunaan layanan *mobile banking*. Model ini memberikan penjelasan yang jelas dan ringkas tentang hubungan antara perilaku pengguna dan adopsi teknologi baru. Hal ini juga menjelaskan apa yang memengaruhi keputusan konsumen untuk mengadopsi teknologi baru (Davis, 1989). Model ini banyak digunakan karena fokusnya pada sistem informasi melalui penggunaan elemen dari teori psikologis, untuk menentukan motivasi untuk memakai informasi sistem (Vuković & Pivac, 2019). Selanjutnya, model ini dianggap sebagai model yang paling cocok untuk memahami bagaimana pengguna memperoleh sistem (Mahesa et al., 2021) dan perilaku pengguna terhadap sistem teknologi informasi (Kurniawati et al., 2017).

Salah satu perbankan yang meluncurkan aplikasi *mobile banking* tersebut adalah Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk yang layanan tersebut diberi nama “*BNI Mobile Banking*”. Pada penelitian sebelumnya (Kusumawati & Rikumahu, 2019) dan (Sodik et al., 2022) terdapat keterbatasan penelitian dikarenakan penelitian tersebut belum memperhatikan keamanan pada penggunaan suatu teknologi. Sehingga, pada penelitian ini ditambahkan variabel keamanan yang diharapkan mampu membuktikan lebih jauh atau melengkapi penelitian mengenai faktor penerimaan suatu teknologi oleh pengguna. Tujuan penelitian adalah untuk menunjukkan secara empiris persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, niat penggunaan, keamanan, dan perilaku penggunaan terhadap kecenderungan nasabah untuk memakai aplikasi *mobile banking* yang aman dengan memasukkan variabel keamanan. Oleh karena itu, peneliti melakukan studi empiris menggunakan *Technology Acceptance Model* dengan menambahkan variabel keamanan untuk membuktikan pengaruhnya terhadap perilaku penggunaan aplikasi *BNI mobile banking* pada nasabah kantor cabang Denpasar. Alasan pemilihan lokasi tersebut dikarenakan Kota Denpasar merupakan pusat kota yang sebagian besar penduduknya sudah memanfaatkan teknologi *mobile banking* ini.

Kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah sejauh mana seorang individu mengantisipasi bahwa mengadopsi teknologi akan menghasilkan perubahan positif pada kinerjanya (Davis, 1989). Jika nasabah merasa aplikasi *mobile banking* mudah digunakan, maka nasabah akan mendapatkan keuntungan dari penggunaan aplikasi *mobile banking*, seperti yang dikemukakan oleh Davis (1989). Hal ini didukung oleh penelitian dari (Amadea, 2022), (Sari et al., 2022), (Sodik et al., 2022), (Mandasari & Giantari, 2017), (Susanti & Parera, 2021), dan (Kusumawati & Rikumahu, 2019) yang semuanya menyatakan bahwa kemudahan yang dirasakan memiliki pengaruh positif signifikan. Berdasarkan pemaparan teoritis dan dukungan dari hasil penelitian sebelumnya, maka dapat diprediksi semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* maka semakin besar manfaat yang dirasakan dalam mendukung penyelesaian aktivitas perbankannya. Hal ini memberikan dasar bagi hipotesis awal penelitian, yaitu sebagai berikut:

H_1 : persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kemanfaatan

Nasabah tentunya menginginkan kemudahan dari aktivitas transaksinya dalam menggunakan *mobile banking*. Kemudahan penggunaan dapat didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang menyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang cukup keras bagi penggunaannya. Studi oleh (Ramayani et al., 2020), (Trihutama, 2020), (Predana et al., 2020), (Predana et al., 2020), (Mubarokah, 2019), dan (Bharata & Widyaningrum, 2020) semuanya menguatkan gagasan yang menunjukkan bahwa persepsi pengguna tentang betapa sederhananya sesuatu yang digunakan memengaruhi apakah mereka berencana atau tidak untuk memanfaatkannya. Berdasarkan pemaparan teoritis dan dukungan dari hasil penelitian sebelumnya, maka dalam penelitian ini dapat diprediksi semakin tinggi tingkat kemudahan pada

penggunaan *mobile banking* maka semakin tinggi juga niat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Sehubungan dengan hal ini, hipotesis kedua dapat dinyatakan sebagai berikut:

H₂ : persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan

Persepsi kegunaan didefinisikan oleh Davis (1989) sebagai "sejauh mana orang percaya bahwa memakai teknologi tertentu akan menghasilkan keuntungan bagi mereka yang memakainya." Pengalaman positif nasabah dengan *mobile banking* mendorong mereka untuk tetap memakai layanan tersebut. Menurut penelitian oleh (Mubarokah, 2019), (Fazriansyah et al., 2022), (Wongso & Ramadania, 2021), (Nursiah et al., 2022), (Oktapiani et al., 2020), dan (Setyawati, 2020) semuanya menyetujui bahwa dengan adanya manfaat yang dirasakan pada penggunaan *mobile banking*, maka hal tersebut membuat mereka berniat untuk terus menggunakannya. Berdasarkan pemaparan teoritis dan dukungan dari hasil penelitian sebelumnya, maka dalam penelitian ini dapat diprediksi semakin nasabah merasakan manfaat baik dari penggunaan *mobile banking* maka nasabah semakin berniat menggunakan *mobile banking* dalam aktivitas perbankan. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini dapat dinyatakan sebagai berikut:

H₃ : Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan

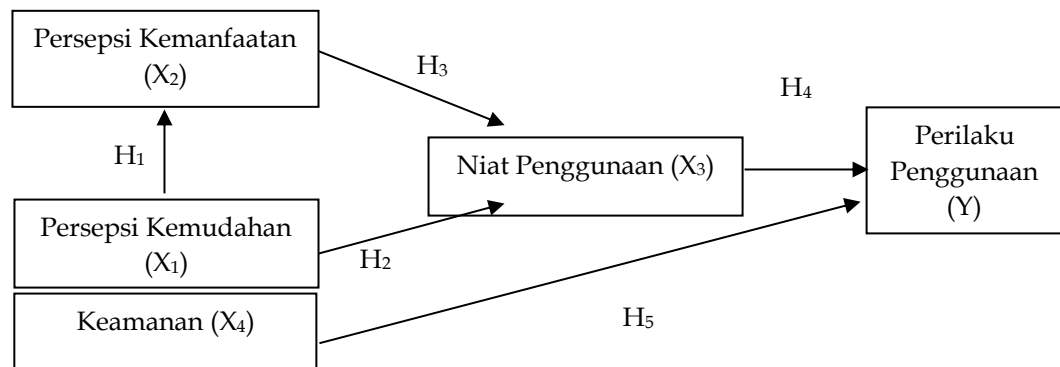
Perilaku penggunaan mengungkapkan bagaimana seseorang benar-benar memakai sistem informasi, sedangkan niat untuk memakai menggambarkan kesediaan seseorang untuk memakai teknologi tersebut (Venkatesh et al., 2012). Hal ini menunjukkan bahwa seseorang akan melakukan suatu tindakan jika memiliki keinginan atau minat untuk melakukannya (Siswoyo & Irianto, 2023). Niat penggunaan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan, seperti yang ditunjukkan oleh penelitian (Widanengsih, 2021), (Adzima & Ariyanti, 2018), (Irawati et al., 2020), (Ikhlah & Tama, 2021), (Huddin & Masitoh, 2021), (Sukmawati et al., 2021), dan (Khalifar et al., 2021). Berdasarkan pemaparan teoritis dan dukungan dari hasil penelitian sebelumnya, maka dalam penelitian ini dapat diprediksi semakin besar niat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*, maka nasabah akan terus menggunakannya. Ini memungkinkan dalam penelitian untuk merumuskan deskripsi berikut sebagai hipotesis keempat:

H₄ : Niat penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan

Sikap nasabah seputar keamanan *mobile banking* menjadi faktor pembentuk perilaku nasabah (Lukmanul & Euphrasia, 2021) Pengguna cenderung tetap memakai *mobile banking* jika mereka merasa aman melakukannya, serta yakin informasi keuangan dan pribadi mereka akan aman. Berbagai penelitian, seperti yang dilakukan oleh (Pringgadini & Basiya, 2022), (Kholid & Soemarso, 2018), (Kumala et al., 2020), (Yuliani & Amin, 2022), (Jaabir et al., 2022), dan (Mu'asiroh & Darwanto, 2021) menegaskan bahwa keamanan memiliki dampak positif dan substansial terhadap tindakan saat

memakai perangkat seluler dalam aktivitas perbankan. Berdasarkan pemaparan teoritis dan dukungan dari hasil penelitian sebelumnya, maka dalam penelitian ini dapat diprediksi semakin tinggi tingkat keamanan dari *mobile banking* maka semakin tinggi tingkat kepercayaan dan rasa aman nasabah untuk terus menggunakan *mobile banking*. Hipotesis kelima dapat dinyatakan sebagai berikut:

H₅ : Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan.



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Data Penelitian, 2023

METODE PENELITIAN

Penelitian merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausalitas. Penelitian dilakukan di Kantor Bank BNI Cabang Denpasar. Responden penelitian adalah nasabah Bank BNI sejumlah 150 responden. Data penelitian didapatkan dari survei melalui penyebaran kuesioner.

Persepsi kemudahan penggunaan menggambarkan sikap seseorang dalam menggunakan suatu teknologi tidak memerlukan usaha yang besar dalam penggunaannya atau mudah digunakan (Davis et al., 1989). Penelitian menyelidiki bagaimana persepsi pengguna dikarenakan kemudahan yang dirasakan dari penggunaan BNI *mobile banking*. Indikator yang digunakan diadopsi dari riset (Tobergte & Curtis, 2013) dengan kuesioner versi modifikasi oleh Davis et al., (1989).

Persepsi kemanfaatan didefinisikan oleh (Davis et al., 1989) sebagai sejauh mana seorang individu percaya dengan menggunakan suatu teknologi tertentu akan menghasilkan peningkatan kinerja pada pekerjaan. Penelitian memprediksi bagaimana persepsi pengguna dikarenakan manfaat yang mereka rasakan dari BNI *mobile banking*. Indikator dalam pengukurannya diadopsi dari riset yang dilakukan (Tobergte & Curtis, 2013) dengan kuesioner versi modifikasi oleh (Davis et al., 1989).

Niat penggunaan didefinisikan oleh (Venkatesh et al., 2012) sebagai kemauan pengguna dalam menggunakan suatu teknologi sesuai dengan harapannya. Penelitian menyelidiki sejauh mana sikap nasabah memiliki respon positif dan kemauan untuk terus menggunakan BNI *mobile banking*. Indikator penelitian diukur dengan mengadopsi riset dari (Onibala et al., 2021) yang dikembangkan oleh (Mukhtisar et al., 2021).

Perilaku penggunaan disebut sebagai cara seseorang benar-benar memakai suatu teknologi yang ditunjukkan oleh pola penggunaannya (Dary et al., 2022). Penelitian menjelaskan sikap nasabah dalam bertransaksi atau menggunakan BNI *mobile banking* untuk mencirikan keadaan aktual nasabah. Indikator dalam pengukurannya mengadopsi riset (Onibala et al., 2021) yang dikembangkan oleh (Venkatesh et al., 2012).

Keamanan adalah salah satu elemen terpenting dalam menentukan apakah nasabah akan memakai *mobile banking* atau tidak (Mukhatisar et al., 2021). Penelitian menyelidiki bagaimana tingkat keamanan BNI *mobile banking* dalam transaksi keuangan dan data nasabah yang dilindungi. Indikator yang digunakan diadopsi dari riset (Budirahardjo & Laksmidewi, 2022) dengan instrumen versi modifikasi yang dikembangkan oleh (Vuković & Pivac, 2019).

Data penelitian dideskripsikan melalui analisis statistik deskriptif dan pengolahan data melalui analisis inferensial. Pengujian hipotesis menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2. Karakteristik Responden

	Keterangan	Frekuensi	%
Pekerjaan	Dokter	2	1,3
	Dosen/ Guru	1	0,7
	Freelance	1	0,7
	Ibu Rumah Tangga	1	0,7
	Karyawan	1	0,7
	Mahasiswa/ Pelajar	77	51,3
	Pegawai BUMN	6	4,0
	Pegawai Swasta	39	26,0
	Pensiunan	1	0,7
	PNS	3	2,0
	Wirasaha	18	12,0
	Total	150	100,0
Usia	17- 22 tahun	68	45
	23- 28 tahun	58	39
	29- 34 tahun	18	12
	35- 40 tahun	1	1
	> 40 Tahun	5	3
	Total	150	100,0
Jenis Kelamin	Laki- Laki	59	39,3
	Perempuan	91	60,7
	Total	150	100,0
Lama Menggunakan Aplikasi	>5 tahun	4	2,7
	≤ 1 tahun	45	30,0
Aplikasi	2-3 tahun	68	45,3
	4-5 tahun	33	22,0
	Total	150	100,0

Sumber: Data Penelitian, 2023

Karakteristik responden dalam penelitian ini merupakan 150 orang nasabah yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner. Hasil penyebaran 150 kuesioner, seluruhnya kembali dengan pengisian yang lengkap serta tidak ada kuesioner yang gugur. Sehingga menghasilkan persentase tingkat respon kuesioner sebesar 100%, yang berarti semua kuesioner dapat diolah.

Analisis statistik deskriptif yang digunakan untuk mengetahui distribusi frekuensi jawaban responden terhadap kuesioner yang dibagikan. Deskripsi jawaban responden dilihat dari nilai *mean* dan standar deviasi masing-masing indikator yang disajikan di Tabel 2 berikut ini:

Tabel 3. Statistik Deskriptif

Variabel	Indikator	Min	Max	Mean	Standar Deviasi
Persepsi Kemudahan (X ₁)	X1.1	3,0	5,0	4,48	0,64
	X1.2	4,0	5,0	4,59	0,50
	X1.3	3,0	5,0	4,46	0,51
	X1.4	3,0	5,0	4,42	0,75
	X1.5	2,0	5,0	4,54	0,53
	X1.6	2,0	5,0	4,42	0,58
Total	X1	21,0	30,0	4,48	
Persepsi Kemanfaatan (X ₂)	X2.1	2,0	5,0	4,62	0,48
	X2.2	2,0	5,0	4,36	0,58
	X2.3	2,0	5,0	4,50	0,63
	X2.4	2,0	5,0	4,56	0,49
	X2.5	4,0	5,0	4,64	0,52
	X2.6	4,0	5,0	4,63	0,60
Total	X2	20,0	30,0	4,55	
Niat Penggunaan (X ₃)	X3.1	3,0	5,0	4,50	0,52
	X3.2	3,0	5,0	4,43	0,57
	X3.3	3,0	5,0	4,67	0,49
	X3.4	3,0	5,0	4,44	0,59
	X3.5	4,0	5,0	4,56	0,49
	X3.6	2,0	5,0	4,35	0,75
Total	X3	22,0	30,0	4,49	
Keamanan (X ₄)	X4.1	4,0	5,0	4,78	0,41
	X4.2	4,0	5,0	4,52	0,49
	X4.3	4,0	5,0	4,58	0,49
	X4.4	2,0	5,0	4,52	0,61
	X4.5	1,0	5,0	4,36	0,70
	X4.6	4,0	5,0	4,59	0,49
Total	X4	21,0	30,0	4,56	
Perilaku Penggunaan (Y)	Y1.1	2,0	5,0	4,52	0,69
	Y1.2	1,0	5,0	4,26	0,75
	Y1.3	2,0	5,0	4,32	0,66
	Y1.4	1,0	5,0	4,15	1,00
	Y1.5	2,0	5,0	4,41	0,66
	Y1.6	2,0	5,0	4,54	0,63
Total	Y	14,0	30,0	4,37	

Sumber: Data Penelitian, 2023

Variabel X1 memiliki nilai rata-rata tertinggi pada indikator X1.2 serta jawaban paling bervariasi dengan standar deviasi tertinggi terdapat pada

indikator X1.4. Variabel X2 memiliki nilai rata-rata tertinggi pada indikator X2.5 serta jawaban paling bervariasi dengan standar deviasi tertinggi terdapat pada indikator X2.3. Variabel X3 memiliki memiliki nilai rata-rata tertinggi pada indikator X3.3 serta jawaban paling bervariasi terdapat pada indikator X3.6 dengan standar deviasi tertinggi. Variabel X4 memiliki nilai rata-rata tertinggi pada indikator X4.1 serta jawaban paling bervariasi terdapat pada indikator X4.5 dengan standar deviasi. Variabel Y memiliki nilai rata-rata tertinggi pada indikator Y1.6 serta jawaban paling bervariasi terdapat pada indikator Y1.4 dengan standar deviasi tertinggi.

Tabel 4. Hasil Pengujian Outer Model

Variabel	Indikator	<i>Outer Loading</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	AVE
Persepsi Kemudahan (X ₁)	X1.1	0,694	0,825	0,873	0,534
	X1.2	0,787			
	X1.3	0,740			
	X1.4	0,666			
	X1.5	0,753			
	X1.6	0,737			
Persepsi Kemanfaatan (X ₂)	X2.1	0,662	0,812	0,864	0,516
	X2.2	0,698			
	X2.3	0,677			
	X2.4	0,738			
	X2.5	0,784			
	X2.6	0,743			
Niat Penggunaan (X ₃)	X3.1	0,716	0,811	0,864	0,515
	X3.2	0,721			
	X3.3	0,746			
	X3.4	0,713			
	X3.5	0,739			
	X3.6	0,665			
Keamanan (X ₄)	X4.1	0,778	0,834	0,877	0,544
	X4.2	0,764			
	X4.3	0,774			
	X4.4	0,703			
	X4.5	0,653			
	X4.6	0,762			
Perilaku Penggunaan (Y)	Y1.1	0,783	0,846	0,886	0,566
	Y1.2	0,717			
	Y1.3	0,738			
	Y1.4	0,681			
	Y1.5	0,767			
	Y1.6	0,821			

Sumber: Data Penelitian, 2023

Hasil analisis inferensial data penelitian diperoleh melalui dua tahap pengujian, yaitu pengujian *outer model* dan pengujian *inner model*. Hasil uji *outer model* untuk melihat validitas instrumen penelitian menunjukkan bahwa semua indikator memiliki *outer loading* lebih dari 0,6 dan semua variabel memiliki nilai AVE lebih besar dari 0,5. Sehingga, dapat disimpulkan semua indikator memenuhi uji validitas. Reliabilitas instrumen penelitian dilihat dari nilai

Cronbach's Alpha lebih dari 0,6, dan nilai *Composite Reliability* lebih dari 0,7, sehingga semua indikator dinyatakan reliabel.

Tabel 5. Hasil Nilai VIF

	X3	X4	X1	X2	Y
X3					1,800
X4					1,800
X1	1,722				
X2	1,722		1,000		
Y					

Sumber: Data Penelitian, 2023

Nilai VIF penelitian kurang dari 5, hal ini menunjukkan tidak adanya gejala kolinearitas antar variabel. Sedangkan, variabel perilaku penggunaan memiliki nilai R-squared 33,3%, berarti sebesar 33,3% persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, niat penggunaan, keamanan, dan perilaku penggunaan berkontribusi untuk menjelaskan variabel perilaku penggunaan (Y), sedangkan sisanya sebanyak 66,7% dijelaskan faktor lain.

Tabel 6. Hasil Nilai F- square

	X3	X4	X1	X2	Y
X3					0,190
X4					0,066
X1	0,119				
X2	0,172		0,722		
Y					

Sumber: Data Penelitian, 2023

Menurut uji F-square, H1 penelitian memiliki pengaruh hubungan antar variabel yang tinggi. Pada H2 dan H5 memiliki pengaruh rendah dihubungkan antar variabelnya, sedangkan H3 dan H4 memiliki pengaruh sedang pada hubungan antar variabelnya. Pengujian selanjutnya adalah uji hipotesis digunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan. Dasar yang digunakan, yaitu melihat nilai t-statistik lebih besar dari 1,64, nilai p-value dibawah 0,05, dan nilai original sample untuk melihat arah hubungan positif atau negative antar variabel. Serta melihat hasil prosedur *bootstrapping*.

Tabel 7. Hasil Pengujian Hipotesis

	Original sample	T- statistics	P-values
H1: X1-> X2	0,648	11,801	0,000
H2: X1-> X3	0,335	3,287	0,001
H3: X2-> X3	0,404	4,066	0,000
H4: X3 -> Y	0,361	2,950	0,003
H5: X4-> Y	0,279	2,535	0,011

Sumber: Data Penelitian, 2023

Hasil PLS *Bootstrapping* memperlihatkan pengujian hipotesis persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat memiliki pengaruh tidak langsung terhadap perilaku penggunaan melalui niat penggunaan. Sedangkan, keamanan dan niat penggunaan secara langsung memengaruhi kepada perilaku penggunaan. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap perubahan pada perilaku penggunaan akan lebih kuat dipengaruhi oleh niat penggunaan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pengaruh persepsi kemudahan terhadap persepsi kemanfaatan diperoleh nilai t-statistik sebesar 11,68 lebih besar dari 1,96 dan p- value sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05. Nilai original sampel sebesar 0,64 yang menyatakan bahwa jika persepsi kemudahan meningkat satu kali, maka persepsi kemanfaatan akan mengalami kenaikan sebesar 0,64 kali. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H1) yang menyatakan “persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kemanfaatan” diterima. Hasil penelitian variabel persepsi kemudahan diukur oleh enam indikator dengan nilai rata- rata tertinggi jawaban responden menjelaskan nasabah yang telah lama menggunakan *mobile banking* serta merasakan kemudahan dari berbagai fitur transaksi *mobile banking*, maka nasabah dapat memperoleh manfaat atau kegunaan dari adanya fitur tersebut yang dapat mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi secara online. Sehingga dapat dikatakan bahwa persepsi kemanfaatan dapat ditentukan oleh situasi ketika nasabah percaya dengan menggunakan fitur *mobile banking* dapat meningkatkan kinerjanya, bergantung pada kemudahan yang diberikan oleh fitur *mobile banking* dan juga lama penggunaan aplikasi. Temuan penelitian ini menguatkan dan memperluas temuan penelitian sebelumnya oleh (Amadea, 2022), (Sari et al., 2022), (Sodik et al., 2022), (Mandasari & Giantari, 2017), (Susanti & Parera, 2021), dan (Kusumawati & Rikumahu, 2019) yang semuanya menemukan bahwa persepsi kemudahan secara positif dan signifikan terhadap persepsi kemanfaatan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pengaruh persepsi kemudahan terhadap niat penggunaan diperoleh nilai t- statistik sebesar 3,24 lebih besar dari 1,96 dan nilai p- value sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05. Nilai original sampel sebesar 0,33 yang menyatakan bahwa jika persepsi kemudahan meningkat satu kali, maka niat penggunaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,33 kali. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua (H2) yang menyatakan “persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan” diterima. Hasil penelitian variabel persepsi kemanfaatan diukur oleh enam indikator dengan nilai rata- rata tertinggi jawaban responden menjelaskan bahwa nasabah sebagai pemakai *mobile banking* niat penggunaannya ditentukan oleh kemudahan penggunaan *mobile banking* yang mereka rasakan dikarenakan dapat dioperasikan sesuai dengan keinginannya dan sistem pembayaran melalui *mobile banking* terasa mudah karena aplikasi ini dapat digunakan pada berbagai tipe *smartphone*. Hasil penelitian sejalan dan mendukung penelitian dari (Ramayani et al., 2020), (Trihutama, 2020), (Predana et al., 2020), (Mubarokah, 2019), dan (Bharata & Widyaningrum, 2020) mendukung dengan menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap niat penggunaan adalah dengan nilai t- statistik sebesar 4,14 lebih besar dari 1,96 dan nilai p- value sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05. Nilai original sampel sebesar 0,40 yang menyatakan bahwa jika persepsi kemanfaatan meningkat satu kali, maka niat penggunaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,40 kali. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan “persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat

penggunaan” diterima. Hasil penelitian variabel persepsi kemanfaatan diukur oleh enam indikator dengan nilai rata-rata tertinggi jawaban responden menjelaskan niat penggunaan *mobile banking* dapat ditentukan oleh manfaat yang nasabah rasakan karena *mobile banking* menyediakan fitur transaksi perbankan yang lebih praktis untuk digunakan dibandingkan dengan uang tunai dan nasabah merasakan keuntungan dapat membayar berbagai transaksi memakai *mobile banking*. Berdasarkan temuan penelitian ini, terdapat keuntungan *mobile banking* bagi nasabah. Keunggulan ini berasal dari fakta bahwa *mobile banking* memfasilitasi fitur transaksi perbankan yang lebih nyaman. Pengalaman positif nasabah dengan *mobile banking* mendorong mereka untuk tetap memakai layanan tersebut. Temuan penelitian ini memperkuat dan memperluas penelitian sebelumnya oleh (Mubarokah, 2019), (Fazriansyah et al., 2022), (Wongso & Ramadania, 2021), (Nursiah et al., 2022), (Oktapiani et al., 2020), dan (Setyawati, 2020) yang semuanya menemukan bahwa persepsi kemanfaatan secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap niat penggunaan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pengaruh niat penggunaan terhadap perilaku penggunaan adalah dengan nilai t-statistic sebesar 2,91 lebih besar dari 1,96 dan nilai p-values sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05. Nilai original sampel sebesar 0,36 yang menyatakan bahwa jika niat penggunaan meningkat satu kali, maka perilaku penggunaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,36 kali. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis keempat (H4) yang menyatakan “niat penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan” diterima. Hasil penelitian diukur oleh enam indikator dengan nilai rata-rata tertinggi jawaban responden menunjukkan bahwa perilaku penggunaan *mobile banking* dapat ditentukan oleh nasabah yang memiliki niat untuk memakai *mobile banking* karena mempunyai perangkat dan fasilitas yang memadai, serta niat nasabah memakai *mobile banking* karena membantu kegiatan perbankan mereka sehari-hari. Hasil penelitian ini sejalan dan mendukung penelitian dari (Widanengsih, 2021), (Adzima & Ariyanti, 2018), (Irawati et al., 2020), (Ikhlah & Tama, 2021), (Huddin & Masitoh, 2021), (Sukmawati et al., 2021), dan (Khalifar et al., 2021) menyatakan bahwa niat penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pengaruh keamanan perilaku penggunaan adalah dengan nilai t-statistic sebesar 2,44 lebih besar dari 1,96 dan nilai p-values sebesar 0,01 lebih kecil dari 0,05. Nilai original sampel sebesar 0,27 yang menyatakan bahwa jika keamanan meningkat satu kali, maka perilaku penggunaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,27 kali. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis keempat (H4) yang menyatakan “keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan” diterima. Hasil penelitian diukur oleh enam indikator dengan nilai rata-rata tertinggi jawaban responden menyatakan bahwa perilaku penggunaan *mobile banking* dapat ditentukan oleh keamanan yang nasabah rasakan selama menggunakan *mobile banking* dikarenakan *mobile banking* memverifikasi identitas pengguna untuk tujuan keamanan. Selain itu perilaku penggunaan juga terlihat pada nasabah merasa percaya akan keamanan dalam bertransaksi dalam memakai

mobile banking karena telah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Nasabah lebih cenderung memakai *mobile banking* jika mereka merasa yakin bahwa data dan transaksi mereka terlindungi. Temuan penelitian ini menguatkan dan memperluas penelitian sebelumnya oleh (Pringgadini & Basiya, 2022), (Kholid & Soemarso, 2018), (Kumala et al., 2020), (Yuliani & Amin, 2022), (Jaabir et al., 2022), dan (Mu'asiroh & Darwanto, 2021) yang semuanya menemukan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan.

SIMPULAN

Hasil pengujian menggunakan variabel pada model TAM dan variabel keamanan menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat memiliki pengaruh tidak langsung terhadap perilaku penggunaan melalui niat penggunaan. Sedangkan, keamanan dan niat penggunaan secara langsung berpengaruh terhadap perilaku penggunaan. Secara keseluruhan hubungan antar variabel berpengaruh positif dan signifikan.

Bagi pihak manajemen Bank BNI untuk meningkatkan faktor keamanan dalam aplikasi *mobile banking*, dikarenakan pengaruh keamanan terhadap perilaku penggunaan memiliki nilai pengaruh yang lebih rendah dibandingkan niat penggunaan. Hal tersebut dijelaskan melalui hasil penelitian ini bahwa sebagian besar nasabah setuju penggunaan BNI *mobile banking* untuk transaksi perbankan memiliki risiko keuangan. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel keamanan dalam mempengaruhi niat penggunaan nasabah.

REFERENSI

- Adelia, M. (2019). Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1.
- Adzima, F., & Ariyanti, M. (2018). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Analysis of Factors Influencing Interest in Using Mobile. *E-Proceeding of Management*, 5(2), 1584–1592.
- Amadea, A., & . I. (2022). The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Social Influence, Facilities Conditions, Lifestyle Compatibility, and Perceived Trust on Intention to Use E-wallet Dana. *The International Journal of Business & Management*, 10(8), 1–11. <https://doi.org/10.24940/theijbm/2022/v10/i8/bm2208-002>
- Bharata, W., & Widyaningrum, P. W. (2020). Analisis Penerimaan Teknologi Mobile Banking Terhadap Use Behavior Melalui Pendekatan Model Utaut 2 (Studi Pada Nasabah KCU BCA Malang). *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 139. <https://doi.org/10.25273/capital.v3i2.6080>
- Budirahardjo, M., & Laksmidewi, D. (2022). Faktor yang Mendorong Intensi untuk Melanjutkan Penggunaan Dompnet Digital: Studi Pada Pengguna di Pulau Jawa. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 444–457. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.2.444>

- Dary, I., Putra, G. L., & Prisma², E. (2022). Implementasi Technology Acceptance Model 3 (TAM 3) terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Investasi dan Trading Saham (Studi Kasus: Aplikasi Mobile IPOT). *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 3(1), 35-44. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/44214%0Ahttps://ejournal.unesa.ac.id>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319-339. <https://doi.org/10.2307/249008>.
- Fazriansyah, F., Sari, N. A., & Mawardi, M. (2022). Apakah persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan dan penggunaan aktual pada aplikasi pembayaran digital? *Jurnal Manajemen*, 14(2), 271-283. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i2.11126>
- Huddin, M. N., & Masitoh, M. R. (2021). Persepsi Kegunaan dan kemudahan menggunakan terhadap Niat Menggunakan Mobile Payment dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Al-Qardh*, 6(1), 1-16. <https://doi.org/10.23971/jaq.v6i1.2699>
- Ikhlas, M., & Tama, H. F. (2021). Behavior Intention to Use dan Use Behavior Mahasiswa dalam Menggunakan E-Learning dimasa Covid-19. *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI Dan MANAJEMEN BISNIS*, 9(2), 136-142. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v9i2.3395>
- Irawati, T., Rimawati, E., & Pramesti, N. A. (2020). Penggunaan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Analisis Sistem Informasi Alista (Application Of Logistic And Supply Telkom Akses). *Is The Best Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise This Is Link for OJS Us*, 4(2), 106-120. <https://doi.org/10.34010/aisthebest.v4i02.2257>
- Jaabir, J., Bagia, I. W., & Rahmawati, P. I. (2022). The Effect of the Implementation of BNI SONIC (Self Service Opening Account) on Improving the Quality of Customer Service at BNI in Bali. *International Journal of Social Science and Business*, 6(2), 239-245. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v6i2.44069>
- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2018). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang. *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2), 49-57. <http://journal2.um.ac.id/index.php/ekobis/article/view/2164>
- Kristianto, A. H., & Usman. (2020). Jurnal maneksi vol 9, no. 2, desember 2020. *Jurnal Maneksi*, 9(2), 389-395.
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19-29. <https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.19-29>
- Kurniawati, H. A., Arif, A., & Winarno, W. A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model

- (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 24. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v4i1.4563>
- Kusumawati, R. I., & Rikumahu, B. (2019). Penggunaan Technology Acceptance Model (Tam) Dalam Analisis Niat Perilaku Penggunaan Internet Banking Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(2), 215–229. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i2.203>
- Lukmanul Hakim, & Euphrasia Susy Suhendra. (2021). The Influence Of Perception Of Benefits, Easy Of Use, Use, Trust, And Availability Of Features On Satisfaction Of Use Of Bca Mobile Banking Services (Sejabodetabek). *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(5), 1731–1736. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i5.343>
- Mandasari, C. S., & Giantari, I. G. A. K. (2017). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Untuk Membangun Loyalitas. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10, 3637. <https://doi.org/10.24843/eeb.2017.v06.i10.p08>
- Mu'asiroh, L. R., & Darwanto, D. (2021). Analisis Penggunaan Mobile Banking pada Generasi Milenial dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(02), 155. <https://doi.org/10.30868/ad.v5i02.1241>
- Mubarokah, S. N. (2019). Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Perbankan Milik Negara. *Accounting and Management Journal*, 242–249.
- Mukhtisar, M., Tarigan, I. R. R., & Evriyenni, E. (2021). Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh). *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 3(1), 56. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v3i1.9632>
- Nursiah, N., Ferils, M., & Kamarudin, J. (2022). Analisis minat menggunakan mobile banking. *Akuntabel*, 19(1), 91–100. <https://doi.org/10.30872/jakt.v19i1.10711>
- Oktapiani, Y., Rosario, M., & Nehemia, A. (2020). Analisis Minat Penggunaan Aplikasi Brimo Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Ilmiah Mahasiswa Sistem Informasi*, 2(3), 249–260.
- Onibala, A. A., Rindengan, Y., & Lumenta, A. S. (2021). Analisis Penerapan Model UTAUT2 Terhadap E-Kinerja pada Pemerintah Provinsi Sulawesi utara. *E-Journal Teknik Informatika*, 2, 1–13.
- Prastiawan, D. I., Aisjah, S., & Rofiaty, R. (2021). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Social Influence on the Use of Mobile Banking through the Mediation of Attitude Toward Use. *Asia Pacific Management and Business Application*, 009(03), 243–260. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2021.009.03.4>
- PREDANA, P. G. W., JAYAWARSA, A. A. K., PURNAMI, A. A. S., LARASDIPUTRA, G. D., & SAPUTRA, K. A. K. (2020). Effect Of Easy In The Use, Trust And Benefits Of The Use Of Mobile Banking Services. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science*, 1(2), 36–40. <https://doi.org/10.38142/ijesss.v1i2.25>
- Pringgadini, S. A., & Basiya, R. (2022). Pengaruh Kepercayaan , Perceived Security , Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan E-Payment Pospay (Studi

- Kasus Pengguna Pospay Kantor Pos Pati) Abstrak. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 574-584.
<https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1774>
- Rahayu, I. S. (2015). Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Tecnology Acceptance Model (Tam) [Customer Interest in Using Mobile Banking Using the Technology Acceptance Model (Tam) Framework]. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 5(2), 137.
- Ramayani, Abdul Hamid, & Early Ridho Kismawadi. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile Banking. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 93-108.
<https://doi.org/10.32505/jim.v2i2.2638>
- Sari, R. L., Habibi, A. B., & Hayuningputri, E. P. (2022). Impact of Attitude, Perceived Ease of Use, Convenience, and Social Benefit on Intention to Use Mobile Payment. *Asia Pacific Management and Business Application*, 011(02), 143-156. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2022.011.02.2>
- Setiawan, A., & Sulistiowati, L. H. (2018). Penerapan Modifikasi Technology Acceptance Model (Tam) Dalam E-Business. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 10(2), 171-186. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v10i2.2277>
- Setyawati, R. E. (2020). Jurnal Ekobis Dewantara Vol. 3 No. 1 Januari 2020. *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention To Use Dengan Attitude Towards Using Sebagai Variabel Intervening*, 3(1), 39-51.
- Sodik, F., Zaida, A. N., & Zulmiati, K. (2022). Analisis Minat Penggunaan Pada Fitur Pembelian Mobile Banking BSI: Pendekatan TAM Dan TPB. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 1(1), 35-53.
<https://doi.org/10.14421/jbmbi>
- Sukmawati, H., Farizal Rasyid, A., Rachma Kurniawati, M., Agama Islam, F., Studi Ekonomi Syariah, P., Siliwangi, U., Studi Kajian Wilayah Timur, P., & sitasi, S. (2021). Penerimaan dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah: Ekstensi Technology Acceptance Model. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1845-1857. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jiedoi>:<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3615>
- Susanti, E., & Parera, N. O. (2021). Loyalitas Nasabah Dari Kemudahan Penggunaan Mobile Banking. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business*, 2(1), 39-48.
<https://doi.org/10.52238/ideb.v2i1.37>
- Tobergte, D. R., & Curtis, S. (2013). Analisis Faktor-Faktor Penerimaan Penggunaan Quiooerschool.com Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Trihutama, R. P. (2020). Pengaruh Perceived Ease of Use , Perceived Usefulness , dan Trust Terhadap Behavioral Intention to Use (Studi Pada Pengguna Go-Pay Layanan Go-Jek). *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 2(2), 1-15.

-
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36 (1), pp. 157-178.
- Vuković, M., & Pivac, S. (2019). *Technology Acceptance Model for the Internet Banking Acceptance in Split*. 10(2), 124-140. <https://doi.org/10.2478/bsrj-2019-022>
- Widanengsih, E. (2021). Technology Acceptance Model to Measure Customer'S Interest to Use Mobile Banking. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(1), 73-82. <http://www.jiemar.org>
- Wongso, H., & Ramadania. (2021). Pengaruh self-efficacy, perceived usefulness, perceived ease of use, dan perceived risk terhadap intention to use mobile banking Bank Kalbar. *Proceeding Seminar Bisnis*, 5, 224-239.
- Yuliani, I., & Amin, M. (2022). Integrasi Perceived Security dan Promosi dalam Mendeteksi Perilaku Konsumsi Milenial Sorong di Era Digital: Sebuah Analisis Model UTAUT2. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 10(1), 195. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v10i1.13856>