

Analysis of Performance Expectations and Service Features to Increase Interest in Mobile Banking

Analisis Ekspektasi Kinerja dan Fitur Layanan Untuk Meningkatkan Minat Guna Mobile Banking

Selvi Anggraeni^{1*}, Asep Muhamad Ramdan², Sopyan Saori³

Universitas Muhammadiyah Sukabumi^{1,2,3}

selvianggraeni082@ummi.ac.id¹, amr37ramdan@ummi.ac.id², sopyansaori@ummi.ac.id³)

*Corresponding Author

ABSTRACT

The development of technology and information that continues to grow rapidly in the era of globalization has a positive impact on society, one of which is conducting online financial transactions. This research was conducted with the aim of knowing how much influence performance expectations and service features have on interest in using BRImo m-banking in Sukabumi City. The research method used is quantitative with an associative descriptive research design. The population in this study are BRI Bank customers in Sukabumi City, using a simple random sampling method. This research was conducted by distributing online questionnaires to 397 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression with the help of data processing using IBM SPSS 24 Software. The results of this study indicate that performance expectations (X1) have a positive and significant effect on interest in using (Y), service features (X2) have a positive and significant effect interest in using (Y).

Keywords: Performance Expectations, Service Features, Interest in Using

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan informasi yang terus berkembang pesat di era globalisasi memberikan dampak positif terhadap masyarakat salah satunya dalam melakukan transaksi keuangan secara *online*. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh ekspektasi kinerja dan fitur layanan terhadap minat menggunakan *m-banking BRImo* di Kota Sukabumi. Metode penelitian yang digunakan kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif asosiatif. Populasi pada penelitian ini merupakan nasabah Bank BRI di Kota Sukabumi, dengan menggunakan metode *simple random sampling*. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner *online* kepada 397 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan pengolahan data menggunakan *Software IBM SPSS 24*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan (Y), fitur layanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan (Y).

Kata kunci: Ekspektasi Kinerja, Fitur Layanan, Minat Menggunakan

1. Pendahuluan

Saat ini perkembangan teknologi dan informasi terus berkembang dari waktu ke waktu dan memberikan segala kemudahan bagi masyarakat, salah satunya adalah dengan adanya internet. Dengan adanya internet segala informasi kini dapat dengan mudah diperoleh melalui beberapa media salah satunya yaitu *smartphone*. Pengguna *smartphone* saat ini sejalan dengan pengguna internet di Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya. Menurut data yang dilansir dari (We Are Social and Hootsuite, 2022) terdapat 204,7 juta pengguna internet di Indonesia. Sementara, jumlah pengguna *smartphone* yang terhubung terdapat 370,1 juta dari total populasi 277,7 juta.

Meningkatnya pengguna internet di Indonesia menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia sudah bergantung pada internet untuk memperoleh informasi. Oleh

sebab itu, hal ini menjadi peluang bagi beberapa perusahaan yang terus gencar melakukan inovasi dalam upaya menarik minat konsumen. Salah satu perusahaan yang ikut gencar dalam melakukan inovasi adalah perusahaan perbankan.

Selain fasilitas kartu ATM, SMS *banking*, dan *internet banking* yang diberikan oleh perusahaan kepada nasabah, bank terlibat dalam pengembangan inovasi melalui layanan transaksi keuangan berbasis digital dalam bentuk aplikasi yaitu *mobile banking* atau kerap disebut dengan *m-banking*. Pada *m-banking* terdapat menu yang simpel dan sederhana, hanya cukup memasukan password atau PIN yang sudah terdaftar maka menu aplikasi akan langsung terbuka dan selanjutnya hanya mengikuti petunjuk yang ada didalam *m-banking* (Wandi et al., 2020).

Selain itu, didalam *m-banking* terdapat berbagai fitur layanan yang senantiasa dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi dan mencari informasi lainnya seperti melakukan cek saldo, maupun info pembayaran yang lainnya (Alyani Vinasti et al., 2022).

Mengingat berkembangnya teknologi dari waktu ke waktu, hal ini menjadi perhatian bagi seorang pemasar bank dalam upaya menarik minat nasabah untuk menggunakan suatu teknologi. Minat menggunakan suatu teknologi merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh konsumen sebelum memutuskan untuk menggunakan teknologi tersebut atau tidak (Rasyid et al., 2020) karena jika seseorang tersebut mempunyai minat pada sesuatu, maka ia akan dapat menerima dengan baik dan bersikap positif dengan suatu obyek atau lingkungan yang menjadi objek minatnya (Romdhoni & Sari, 2018). Hadirnya *m-banking* dikalangan masyarakat sangat membantu dalam memberikan kemudahan melakukan transaksi keuangan, karena dapat menghemat waktu dalam melakukan transaksi tersebut. Oleh karena itu, keberadaan *m-banking* menjadi alasan perusahaan pengembang aplikasi keuangan lainnya terus tumbuh dari waktu ke waktu.

Bank Rakyat Indonesia sebagai salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia terlibat dalam pengembangan inovasi melalui aplikasi layanan transaksi keuangan, yaitu *BRI Mobile* atau kerap disebut *m-banking BRImo*. Dengan jumlah nasabah yang cukup banyak dibandingkan dengan perusahaan sejenis lainnya tentunya akan dapat lebih mudah untuk menarik minat nasabah untuk menggunakan *m-banking*. Semakin tinggi kinerja yang tersedia pada aplikasi *BRImo*, semakin tingginya minat nasabah dalam menggunakan aplikasi *BRImo*. Jika pengguna *m-banking* merasakan bahwa penggunaan aplikasi sangat bermanfaat, dia akan mendapatkan kepuasan yang lebih dari ekspektasi awalnya (Tam et al., 2018).

Selain kinerja yang tersedia pada aplikasi, faktor lain yang mempengaruhi minat nasabah terhadap *m-banking* adalah fitur layanan yang tersedia. Kelengkapan fitur layanan menjadi hal yang sangat dipertimbangkan dalam melakukan transaksi secara *online*, sebab berbeda dengan layanan bertatap muka dengan *teller/customer service* yang berakibat pada minat nasabah terhadap *m-banking* masih rendah (Mentayani et al., 2016). Selain itu maraknya berbagai informasi dan isu-isu di berbagai media yang dilakukan oleh para *hacker* (Peretas) seperti penipuan, kegagalan transfer dan sebagainya membuat timbulnya keraguan pada minat nasabah terhadap *m-banking* (Alyani Vinasti et al., 2022). Oleh karena itu, perusahaan harus mampu memberikan jaminan keamanan dalam bertransaksi.

Melansir laporan data dari (goodstats.id, 2022) bahwa *BRImo* masih kalah saing dari aplikasi *m-banking* lain dalam penilaian peringkat. Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Ekspektasi Kinerja dan Fitur Layanan Untuk Meningkatkan Minat Penggunaan *Mobile Banking BRImo*".

2. Tinjauan Pustaka

Ekspektasi Kinerja

Ekspektasi kinerja menjelaskan bahwa penggunaan suatu teknologi akan memberikan manfaat bagi konsumen dalam melakukan kegiatan tertentu (Viswanth Venkatesh et al., 2012).

Ekspektasi kinerja yang dimaksud adalah kinerja yang tersedia pada aplikasi *BRImo* kemudian menghasilkan manfaat yang dirasakan nasabah ketika menggunakan aplikasi *BRImo* yang diharapkan dapat memudahkan dan membantu nasabah dalam memenuhi kebutuhannya. Terdapat lima dimensi ekspektasi kinerja menurut (Mohammad Saparudin et al., 2020) yaitu: (1) *Perceived Usefulness*, (2) *Extrinsic Motivation*, (3) *Job-fit*, (4) *Relative Advantage*, (5) *Outcome Expectations*.

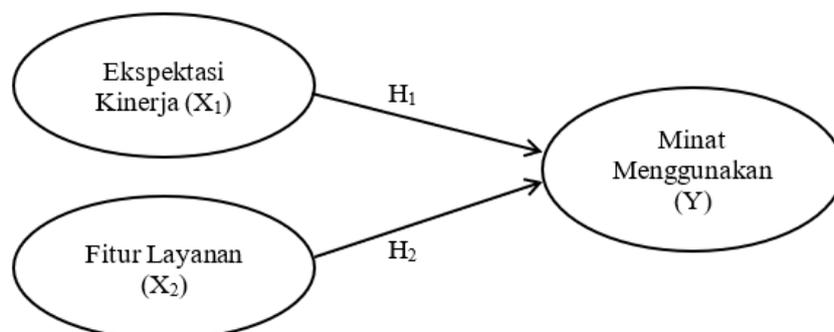
Fitur Layanan

Menurut (Nurya Dina Aprilia & Tri Sudarwanto, 2020) fitur layanan adalah produk yang digunakan perusahaan untuk membedakan produk fitur layanan dari perusahaan satu dengan yang lainnya. Fitur layanan adalah karakteristik yang menambah fungsi dasar suatu produk. Karena fitur ini menjadi alasan konsumen untuk memilih suatu produk, maka bagi pemasar tradisional fitur adalah alat kunci untuk mendefinisikan produk mereka dengan produk pesaing (Dwi Marchelina & Raisa Pratiwi, 2019). Fitur layanan merupakan fasilitas layanan yang disediakan perusahaan terdiri kelengkapan fasilitas transaksi, kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan, keamanan fasilitas dari virus dan biaya penggunaan fasilitas sehingga membuat fasilitas layanan perusahaan yang satu berbeda dengan yang lainnya. Terdapat lima indikator fitur layanan menurut (Chitra Laksmi Rithmaya, 2016) yaitu: (1) Kejelasan Fitur, (2) Kelengkapan, (3) Kesesuaian, (4) Keamanan, (5) Biaya Penggunaan.

Minat Menggunakan

Menurut (Kotler & Keller, 2016:198) minat merupakan bentuk dari perilaku konsumen dalam membentuk preferensi rangkaian pilihan dan dapat membentuk suatu pilihan niat konsumen untuk membeli, memiliki, menggunakan produk atau jasa yang disukai. Minat umumnya tidak statis, minat dapat berubah dalam jangka panjang, minat adalah keinginan individu mencapai sesuatu (Sulistianingsih & Trishananto, 2021). Minat merupakan situasi dimana seseorang memiliki rasa keinginan dalam diri untuk menggunakan jasa atau produk. Keinginan tersebut bisa dirasakan seseorang ketika mereka merasakan manfaat yang dirasakan untuk diri mereka (Wandi et al., 2020). Terdapat empat dimensi minat menggunakan menurut (Alyani Vinasti et al., 2022) yaitu: (1) minat transaksional, (2) minat referensial, (3) minat preferensial, dan (4) minat eksploratif.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Hipotesis

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Ekspektasi Kinerja berpengaruh terhadap Minat Menggunakan.

H2: Fitur Layanan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh ekspektasi kinerja dan fitur layanan terhadap minat menggunakan. Penelitian ini dilakukan pada salah satu perusahaan perbankan milik pemerintah dan telah *go public* yaitu Bank Rakyat Indonesia (BRI). Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BRI di Kota Sukabumi. Penelitian ini menggunakan teknik sampel *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling*, kemudian penarikan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin dan diperoleh sampel sebanyak 397 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan menggunakan *Software SPSS 24*.

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Dimensi	R hitung	Keterangan
Ekspektasi Kinerja	X1.1	0,686	Valid
	X1.2	0,720	Valid
	X1.3	0,719	Valid
	X1.4	0,739	Valid
	X1.5	0,781	Valid
	X1.6	0,783	Valid
	X1.7	0,748	Valid
	X1.8	0,745	Valid
	X1.9	0,707	Valid
	X1.10	0,723	Valid
	X1.11	0,651	Valid
Fitur Layanan	X2.1	0,751	Valid
	X2.2	0,803	Valid
	X2.3	0,829	Valid
	X2.4	0,794	Valid
	X2.5	0,753	Valid
Minat Menggunakan	Y.1	0,763	Valid
	Y.2	0,783	Valid
	Y.3	0,796	Valid
	Y.4	0,827	Valid
	Y.5	0,798	Valid
	Y.6	0,741	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data menggunakan *Software SPSS 24* (2023)

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel diatas dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan dari variabel Ekspektasi Kinerja, Fitur Layanan, dan Minat Menggunakan dinyatakan valid. Hal ini berdasarkan perolehan nilai r hitung $> r$ tabel 0,30 (Sirilus Seran, 2020) dan dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan sah digunakan sebagai alat pengumpul data.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	N of items	Keterangan
Ekspektasi Kinerja	0,911	11	Reliabel
Fitur Layanan	0,844	5	Reliabel
Minat Menggunakan	0,875	6	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data menggunakan *Software SPSS 24* (2023)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa untuk variabel Ekspektasi Kinerja, Fitur Layanan, dan Minat Menggunakan diperoleh nilai *Cronbach Alpha* > 0,70. Menurut (Imam Ghozali, 2018) suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,70. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner secara konsisten dapat menghasilkan ukuran yang sama.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		397
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.34101345
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.085
	Negative	-.068
Kolmogorov-Smirnov Z		1.688
Asymp. Sig. (2-tailed)		.070
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Hasil Pengolahan Data menggunakan *Software* SPSS 24 (2023)

Berdasarkan data pada diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,70. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas > 0,05 (Syafrida Hafni Sahir, 2021). Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi secara normal, karena nilai yang diperoleh sebesar 0,70 > 0,005.

Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan pada penelitian ini menggunakan derajat signifikansi 0,05. nilai signifikansi < 0,05. Menurut (Imam Ghozali, 2018) model regresi dinyatakan layak apabila memiliki nilai signifikansi < 0,05. Adapun kriteria pengujian statistic menurut (Rochmat Aldy Purnomo, 2016) yaitu:

- Jika F hitung > F tabel, maka Ho diterima
- Jika F hitung < F tabel maka Ho ditolak

Tabel 11. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	ANOVA ^a		F	Sig.
			df	Mean Square		
1	Regression	12768.290	2	6384.145	381.035	.000 ^b
	Residual	6601.367	394	16.755		
	Total	19369.657	396			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Hasil Pengolahan Data menggunakan *Software* SPSS 24 (2023)

Berdasarkan data pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai uji F hitung diperoleh nilai sebesar 381,035 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Kemudian diperoleh nilai F tabel sebesar 3,019, yang berarti nilai F hitung > F tabel dan nilai signifikansi < 0,005. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh simultan antara variabel ekspektasi kinerja dan fitur layanan terhadap minat menggunakan sehingga model penelitian regresi layak digunakan dan dapat diterima.

Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial pada analisis data penelitian ini menggunakan derajat signifikansi yaitu 0,05 (Imam Ghozali, 2018:101). Hasil pengujian tersebut dibandingkan dengan t tabel dengan ketentuan sebagai berikut (Bambang Sudaryana, 2022):

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 diterima
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.

Tabel 12. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error			
1	(Constant)	2.563	1.532		1.673	.095
	Fitur Layanan	.169	.050	.142	3.409	.001
	Ekspektasi Kinerja	.429	.025	.705	16.954	.000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber: Hasil Pengolahan Data menggunakan *Software* SPSS 24 (2023)

Berdasarkan data pada tabel diatas dapat dilihat bahwa untuk variabel ekspektasi kinerja (X1) diperoleh nilai t sebesar 16,954 dan nilai signifikansi sebesar 0,000, sehingga dapat disimpulkan H1 di terima. Selanjutnya untuk variabel fitur layanan diperoleh nilai t sebesar 3,409 dan nilai signifikansi 0,001, sehingga dapat disimpulkan H2 diterima.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan diperoleh nilai pengujian hipotesis antara variabel ekspektasi kinerja terhadap variabel minat menggunakan menunjukkan nilai $16,954 > 1,966$ (nilai t tabel pada $\alpha = 5\%$). Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara ekspektasi kinerja terhadap minat menggunakan. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mohammad Saparudin et al., 2020) yang menyatakan bahwa variabel ekspektasi kinerja mempengaruhi minat untuk terus menggunakan *m-banking*. Oleh karena itu, untuk dapat meningkatkan minat konsumen dalam penggunaan sebuah aplikasi layanan transaksi keuangan, maka suatu perusahaan harus mampu melakukan promosi dan juga melakukan pengembangan pada kinerja sebuah aplikasi yang berkaitan dengan dimensi *perceived usefulness*, *extrinsic motivation*, *job-fit*, *relative advantage*, dan *outcome expectations* seperti meningkatkan kinerja aplikasi secara efektif dan efisien dengan cara memberikan tampilan aplikasi dan petunjuk penggunaan yang tersedia mudah dipahami oleh nasabah, sehingga dapat diterima sesuai harapan para nasabah.

Selanjutnya nilai pengujian hipotesis antara variabel fitur layanan terhadap variabel minat menggunakan menunjukkan nilai $3,409 > 1,966$ (nilai t tabel pada $\alpha = 5\%$). Dari hasil pengujian hipotesis tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara fitur layanan terhadap minat menggunakan. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Chitra Laksmi Rithmaya, 2016) yang menyatakan bahwa variabel kemudahan penggunaan, kemanfaatan, sikap penggunaan, resiko dan fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat ulang nasabah Bank BCA dalam menggunakan *Internet Banking*. Oleh karena itu, untuk dapat meningkatkan minat konsumen dalam penggunaan sebuah aplikasi layanan transaksi keuangan, maka suatu perusahaan harus mampu memfasilitasi fitur layanan yang berkaitan dengan indikator kejelasan fitur, kelengkapan fitur, kesesuaian, keamanan, dan biaya penggunaan seperti memberikan kelengkapan fitur layanan yang sesuai dengan kebutuhan para nasabah, biaya penggunaan yang terjangkau, kemudian keamanan dalam menjaga kepercayaan dan melindungi data-data pribadi para nasabah karena semakin baik fitur layanan yang tersedia pada *mobile banking* BRImo dan semakin tinggi kepercayaan nasabah maka akan semakin meningkat minat menggunakan *mobile banking* BRImo.

5. Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini yang menunjukkan bahwa Ekspektasi kinerja berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan mobile banking BRImo pada nasabah Bank BRI di Kota Sukabumi. Kemudian Fitur layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan mobile banking BRImo pada nasabah Bank BRI di Kota Sukabumi.

Saran

Bagi perusahaan lebih mempertahankan kinerja pada aplikasi BRImo dan lebih meningkatkan strategi pemasaran dalam upaya menarik minat nasabah dalam menggunakan mobile banking BRImo. Selain itu, perusahaan juga harus lebih meningkatkan dan mempertahankan kualitas fitur layanan yang tersedia pada aplikasi mobile banking BRImo agar lebih optimal, menyediakan berbagai fitur layanan yang terbaru di masa yang akan datang disesuaikan dengan kebutuhan para nasabah yang selalu meningkat.

Daftar Pustaka

- Alyani Vinasti, M., Ramdan, A. M., & Mulia, F. (2022). Perception Analysis Of Ease Of Use On Interest To Use Through Trust In Users Mobile Banking. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 1533–1539. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Bambang Sudaryana, R. A. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Amira Dzatim Nabila, Ed.; 1st ed.). Deepublish.
- Chitra Laksmi Rithmaya. (2016). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan Internet Banking*. 160–177.
- Dwi Marchelina, & Raisa Pratiwi. (2019). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money (Studi Pada Pengguna E-Money Kota Palembang)*. 1–17. <https://www.bi.go.id>
- goodstats.id. (2022, October 23). *Aplikasi Mobile Banking Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia 2022*. Diva Angelia. <https://goodstats.id/article/aplikasi-mobile-banking-paling-banyak-digunakan-masyarakat-indonesia-2022-Vb18i>
- Imam Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Mentayani, I., Rahmiati, R., & Id, I. C. (2016). Pengaruh Kemampuan Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Di Kota Banjarmasin). *DINAMIKA EKONOMI Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 50–68.
- Mohammad Saparudin, Agus Rahayu, Ratih Hurriyati, Mokh. Adib Sultan, & Asep Muhamad Ramdan. (2020). *Consumers' Continuance Intention Use of Mobile Banking in Jakarta: Extending UTAUT Models with Trust*.
- Nurya Dina Aprilia, & Tri Sudarwanto. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada aplikasi DANA di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1006–1012.
- Rasyid, R. A., Sunarya, E., & Ramdan, A. M. (2020). *Analisis Minat Menggunakan Mobile Payment Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model Pada Pengguna Link Aja Sukabumi*. 2(2), 116–125. <http://journal.upp.ac.id/index.php/Hirarki>
- Rochmat Aldy Purnomo. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS* (Puput Cahya Ambarwati, Ed.; 1st ed.). Wade Group.

- Romdhoni, A. H., & Sari, D. R. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136. <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>
- Sirilus Seran. (2020). *Metode Penelitian Ekonomi dan Sosial* (1st ed.). Deepublish Publisher (CV Budi Utama).
- Sulistianingsih, I., & Trishananto, Y. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Ulang E-Banking. *Indonesian Journal of Economics, Entrepreneurship and Innovation*, 2(1), 2721–8287. <https://doi.org/10.31960/ijoeei.v2i1.1013>
- Syafrida Hafni Sahir. (2021). *Metodologi Penelitian* (Try Koryati, Ed.; 1st ed.). KBM INDONESIA.
- Tam, C., Santos, D., & Oliveira, T. (2018). Exploring the influential factors of continuance intention to use mobile Apps: Extending the expectation confirmation model. *Information Systems Frontiers*, 22(1), 243–257. <https://doi.org/10.1007/s10796-018-9864-5>
- Viswanth Venkatesh, James. L. Thong, & Xin Xu. (2012). *Consumer Acceptance And Use Of Information Technology: Extending The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 1* Viswanath Venkatesh. 157–178.
- Wandi, J., Bachri, S., & Parubak, B. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Keuntungan, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Nasabah BNI Menggunakan Mobile Banking. *JURNAL ILMU MANAJEMEN UNIVERSITAS TADULAKO*, 6(1), 88–096. www.bni.co.id
- We Are Social and Hootsuite. (2022, February). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*. Andi Dwi Riyanto. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>