

SKRIPSI

**ANALISIS MINAT NASABAH DALAM PENGGUNAAN
MOBILE BANKING DENGAN PENDEKATAN
MODEL TAM PADA BANK BRI
KANTOR CABANG RENON**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana
Terapan Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan
Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali

Oleh:

**I GUSTI AYU APRILIANA WULANDARI KRESNA
NIM: 1915744111**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

SKRIPSI

**ANALISIS MINAT NASABAH DALAM PENGGUNAAN
MOBILE BANKING DENGAN PENDEKATAN
MODEL TAM PADA BANK BRI
KANTOR CABANG RENON**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana
Terapan Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan
Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali

Oleh:

**I GUSTI AYU APRILIANA WULANDARI KRESNA
NIM: 1915744111**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : Analisis Minat Nasabah Dalam Penggunaan *Mobile Banking* Dengan Pendekatan Model TAM Pada Bank BRI Kantor Cabang Renon
2. Penulis
 - a. Nama : I Gusti Ayu Apriliana Wulandari Kresna
 - b. NIM : 1915744111
3. Jurusan : Administrasi Bisnis
4. Program Studi : D4 Manajemen Bisnis Internasional

Badung, 25 Agustus 2023

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II



I Gusti Ketut Gede, SE,MM
NIP. 196112081988111001



I Made Sarjana, SE,MM
NIP. 196012311988111001

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS MINAT NASABAH DALAM PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*
DENGAN PENDEKATAN MODEL TAM PADA BANK BRI
KANTOR CABANG RENON

Oleh:

I GUSTI AYU APRILIANA WULANDARI KRESNA
NIM: 1915744111

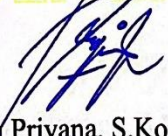
Disahkan:

Ketua Penguji



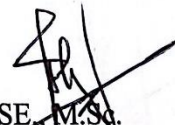
I Gusti Ketut Gede, SE., MM.
NIP. 196112081988111001

Penguji I



I Putu Okta Priyana, S.Kom., M.Kom.
NIDN. 0018108809

Penguji II



Waelan, SE., M.Sc.
NIP. 196004031989101001

Mengetahui
Jurusan Administrasi Bisnis
Ketua



Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D.
NIP. 196409291990032003

Badung, 25 Agustus 2023
Prodi. Manajemen Bisnis Internasional
Ketua



Ketut Vini Elfarosa, SE., M.M.
NIP. 197612032008122001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Never give up.

Today is hard, tomorrow will be worse,

but the day after tomorrow will be sunshine.”-

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan yang pertama untuk kedua orang tua saya orang yang hebat yang selalu menjadi penyemangat dan sandaran saya dari kerasnya dunia. Yang tiada henti memberikan kasih sayang dan selalu memotivasi agar bisa bangkit dari keterpurukan. Terimakasih untuk semuanya berkat doa dan dukungannya saya bisa berada dititik ini dan menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Yang kedua, saya berterimakasih untuk diri sendiri. Terima kasih telah berjuang dan bertahan sampai saat ini sampai berada di titik ini menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya. Walaupun banyak suka duka didalamnya.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : I Gusti Ayu Apriliana Wulandari Kresna
NIM : 1915744111
Prodi/Jurusan : D4 Manajemen Bisnis Internasional /
Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa naskah SKRIPSI saya dengan judul:

“ANALISIS MINAT NASABAH DALAM PENGGUNAAN MOBILE BANKING DENGAN PENDEKATAN MODEL TAM PADA BANK BRI KANTOR CABANG RENON”

adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah SKRIPSI ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

Badung, 25 Agustus 2023

Yang menyatakan



I Gusti Ayu Apriliana Wulandari Kresna

NIM. 1915744111

ABSTRAK

Perkembangan teknologi memberikan berbagai perubahan dalam aspek-aspek kehidupan manusia, salah satunya adalah perkembangan sektor perbankan yang semakin pesat. *Mobile banking* BRI adalah salah satu aplikasi yang diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat nasabah BRI dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* ditinjau dari *Theory of Acceptance Model*. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah nasabah di Bank BRI Kantor Cabang Renon yang sudah menggunakan *mobile banking* BRIMo pada bulan Desember tahun 2022 sebanyak 42.995. Sampel ditentukan dengan rumus Slovin dan ukuran sampel adalah 100 orang sampel. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Kuesioner diukur dengan menggunakan skala likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *trust*, *perceived of risk*, *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan dan parsial terhadap *intention to use mobile banking* pada Bank BRI Kantor Cabang Renon. Upaya-upaya yang dilakukan Bank BRI Kantor Cabang Renon untuk meningkatkan *intention to use mobile banking* pada nasabah adalah menjaga hubungan baik dengan nasabah, memberikan *support* kepada nasabah, memberikan pengetahuan mengenai kelebihan fitur-fitur yang ada pada *mobile banking* serta pemberian informasi ini secara konsisten kepada nasabah melalui berbagai media seperti video maupun berita digital.

Kata kunci: *trust*, *perceived of risk*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *intention to use mobile*

ABSTRACT

Technological developments provide various changes in aspects of human life, one of which is the rapid development of the banking sector. BRI mobile banking is an application that is expected to provide convenience for customers in conducting financial transactions. This study aims to analyze the interest of BRI customers in using mobile banking applications in terms of the Theory of Acceptance Model. In this study, the population was 42,995 customers at Bank BRI Renon Branch Offices who had used BRIMo mobile banking in December 2022. The sample is determined by the Slovin formula and the sample size is 100 samples. Data collection was carried out by distributing questionnaires, interviews and documentation. The questionnaire was measured using a Likert scale. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that trust, perceived risk, perceived usefulness and perceived ease of use have a positive and significant simultaneous and partial effect on the intention to use mobile banking at Bank BRI Renon Branch Office. The efforts made by Bank BRI Renon Branch Office to increase the customer's intention to use mobile banking are maintaining good relations with customers, providing support to customers, providing knowledge about the advantages of existing features in mobile banking and providing this information consistently to customers. customers through various media such as videos and digital news.

Keywords: *trust, perceived risk, perceived usefulness, perceived ease of use, intention to use mobile*

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa / Ida Sang Hyang Widhi Wasa, atas berkat, rahmat dan perkenaan beliau peneliti mampu mengerjakan, dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Minat Nasabah Dalam Penggunaan *Mobile Banking* Dengan Pendekatan Model TAM Pada Bank BRI Kantor Cabang Renon**” sebagai syarat untuk menyusun skripsi Program Studi Sarjana Terapan Manajemen Bisnis Internasional, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali


Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE., M.eCom selaku Direktur Politeknik Negeri Bali.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.
3. Ibu Ketut Vini Elfarosa, SE.,M.M. selaku Ketua Program Studi D4 Manajemen Bisnis Internasional.
4. Bapak I Gusti Ketut Gede, SE.,MM. selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing, memberikan saran, masukan serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Bapak I Made Sarjana, SE.,MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing, memberikan saran, masukan serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Bapak Ida Bagus Sanjaya, SE.,MM. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan sejak awal proses perkuliahan hingga selesainya skripsi ini.

7. Bapak dan Ibu Dosen jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama perkuliahan.
8. Keluarga besar penulis terutama Ajik, Mama, Adik Gung Itang yang senantiasa memberikan dukungan moril dan spiritual yang menjadi alasan utama penulis untuk menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
9. Kepada Mahottama Kusuma selaku kekasih penulis yang telah dengan tulus membantu dan mendukung penulis untuk terus berjuang menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
10. Sahabat-sahabat baik penulis Gek Indi, Ucik, Prabi, Tari dan Citra yang menjadi sahabat baik penulis sejak awal perkuliahan. Terima Kasih selalu menyemangati, memberikan kritik dan saran, bersedia menjadi tempat penulis menuangkan segala keluh-kesah selama perkuliahan, bersedia menjadi tempat penulis bertukar pikiran selama mengerjakan skripsi ini.
11. Teman-teman yang lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Pasti tak henti-henti penulis sampaikan terimakasih untuk semua pihak yang mendukung kelancaran dalam proses pembuatan skripsi ini.
12. Rekan rekan BRI yang sangat membantu penulis dalam pengambilan data penelitian dan sekaligus menjadi tempat penelitian .
13. *Last but not least, I want to thank myself for being confident, I want to thank myself for doing all this hard work, I want to thank myself for never giving up.*

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak. Meskipun demikian, penulis tetap bertanggung jawab terhadap semua isi skripsi. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat dan memberikan wawasan tambahan bagi semua pihak yang membaca atau menjadikan skripsi ini sebagai bahan referensi di penelitian selanjutnya.

Badung, 14 Juli 2023



Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI.....	v
ABSTRAK.	vi
ABSTRACT.	vii
PRAKATA.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kontribusi Hasil Penelitian	12
1.4.1 Bagi Penulis	12
1.4.2 Bagi Akademik	12
1.4.3 Bagi Perusahaan.....	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Kajian Teoritis.....	15
2.1.1 Theory Of Planned Behavior (TPB)	15
2.1.2 Technology Acceptance Model (TAM).....	17
2.1.3 Trust.....	19
2.1.4 Perceived of Risk	21
2.1.5 Perceived Usefulness	22
2.1.6 Perceived Ease of Use	24
2.1.7 Intention To Use	26
2.1.8 Mobile Banking	27
2.2 Kajian Empiris.....	28
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	33
2.4 Hipotesis.....	33
2.4.1 Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap <i>Intention to Use</i>	33
2.4.2 Pengaruh <i>Perceived of Risk</i> Terhadap <i>Intention to Use</i>	34

2.4.3 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Intention to Use</i>	35
2.4.4 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap <i>Intention to Use</i> ...	36
2.4.5 Pengaruh <i>Trust, Perceived of Risk, Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap <i>Intention to Use</i>	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Populasi dan Sampel	38
3.1.1 Populasi.....	38
3.1.2 Sampel	38
3.2 Data Penelitian	39
3.2.1 Data Primer	39
3.2.2 Data Sekunder.....	40
3.2.3 Jenis Data.....	40
3.3 Teknik Sampling	40
3.4 Formulasi dan Variabel Penelitian	41
3.4.1 Variabel Bebas (Independen Variabel).....	41
3.4.2 Variabel Terikat (Dependen Variabel)	42
3.4.3 Definisi Operasional Variabel	42
3.5 Metode Analisis.....	44
3.5.1 Pengumpulan Data.....	44
3.5.2 Analisis Kuantitatif	46
3.5.3 Analisis Kualitatif.....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.1.1 Sejarah PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk.....	55
4.1.2 Identitas Perusahaan	57
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	57
4.1.4 Struktur Organisasi	59
4.2 Hasil Analisis dan Pembahasan.....	60
4.2.1 Deskripsi Data	60
4.2.2 Uji Instrumen Penelitian	61
4.2.3 Deskripsi Karakteristik Responden Penelitian	63
4.2.4 Analisis Deskriptif	65
4.2.5 Analisis Jawaban Responden.....	66
4.2.6 Hasil Analisis Data	72
4.2.7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
4.2.8 Uji Hipotesis	78
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	88
4.3.1 Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap <i>Intention to Use</i>	88
4.3.2 Pengaruh <i>Perceived of Risk</i> Terhadap <i>Intention to Use</i>	89
4.3.3 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Intention to Use</i>	90
4.3.4 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap <i>Intention to Use</i> ...	91
4.3.5 Pengaruh <i>Trust, Perceived of Risk, Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap <i>Intention to Use</i>	92
4.3.6 Upaya yang dilakukan oleh Bank BRI Kantor Cabang Renon untuk Meningkatkan <i>Intention to Use Mobile Banking</i> pada Nasabah.....	93

4.4 Implikasi Hasil Penelitian	94
BAB V PENUTUP.....	101
5.1 Simpulan.....	101
5.2 Saran - Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Perkembangan Pengguna BRIMo Bank BRI KC Renon 2021	4
Tabel 1.2 Data Perkembangan Pengguna BRIMo Bank BRI KC Renon 2022	4
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 3.2 Skala Likert	45
Tabel 4. 1 Data Sampel Penelitian	60
Tabel 4. 2 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 4. 3 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden	63
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	65
Tabel 4. 6 Kriteria dan Katagori Penilaian Dari Jawaban Responden.....	66
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Trust</i>	67
Tabel 4. 8 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Perceived of Risk</i> . 68	68
Tabel 4. 9 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	69
Tabel 4. 10 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	70
Tabel 4. 11 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Intention to Use</i> . 71	71
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas	73
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikoleniaritas.....	75
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	75
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
Tabel 4. 16 Hasil Uji t.....	79
Tabel 4. 17 Hasil Uji Statistik F.....	85
Tabel 4. 18 Hasil Analisis Determinasi	88

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Konsep <i>Techlogoy Acceptance Model</i> (TAM).....	19
Gambar 2. 2 Kerangka Konsep Hubungan X1, X2, X3, X4 dengan Y	33
Gambar 3. 1 Daerah Penerimaan Ho dan Penolakan Ho (t-test)	51
Gambar 3. 2 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho (F-test)	53
Gambar 4. 1 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan	59
Gambar 4. 2 Grafik P-P Plot	74
Gambar 4. 3 Grafik Scatter Plot.....	76
Gambar 4. 4 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho (t_2 - test)	80
Gambar 4. 5 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho (t_2 - test)	81
Gambar 4. 6 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho (t_2 - test)	83
Gambar 4. 7 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho (t_2 - test)	84
Gambar 4. 8 Daerah Penolakan dan Penerimaan H_0 dengan Uji F (F-test)	87

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Formulir Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2. Surat Keterangan Perubahan Judul
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Tabulasi Data
- Lampiran 5. Hasil Uji Karakteristik
- Lampiran 6. Hasil Uji Validitas
- Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 8. Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 9. Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 10. Hasil Analisis Linier Berganda
- Lampiran 11. Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
- Lampiran 13. Tabel nilai F dan t
- Lampiran 14. Pertanyaan Wawancara
- Lampiran 15. Output BRImo
- Lampiran 16. Riwayat Hidup Peneliti

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi seperti saat ini, persaingan bisnis antara perusahaan semakin ketat di pasar domestik maupun internasional (Devi et al. 2022). Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus mampu memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas. Era persaingan bisnis yang begitu kuat dan ketat seperti yang terjadi pada saat ini, menuntut semua perusahaan untuk lebih agresif dan berani dalam mengambil keputusan serta menerapkan strategi perusahaan sehingga bisa menjadi lebih unggul dari para pesaing (Soemitra et al. 2022). Strategi merupakan peranan terpenting dalam kunci kesuksesan bagi suatu perusahaan. Salah satunya memanfaatkan teknologi informasi sebagai salah satu strategi perusahaan (Kota et al. 2022).

Perkembangan teknologi yang semakin pesat di era revolusi *industry* 4.0 saat ini sangat memberikan banyak kemudahan pada berbagai aspek (Cahyaningtyas & Witono 2022). Dimana penerapan teknologi informasi bagi perusahaan mempunyai peranan penting dan dapat menjadi pusat strategi bisnis untuk

memperoleh keunggulan bersaing. Selain itu teknologi informasi juga sudah menjadi kebutuhan dasar bagi setiap perusahaan terutama dalam menjalankan segala aspek aktifitas bisnis, memberikan informasi dengan cepat, tepat waktu, relevan dan akurat (Meuthia et al. 2022). Teknologi ini juga mempengaruhi kegiatan pemasaran karena dapat memberikan satu akibat pada kehidupan konsumen, terutama cara hidup dan pola konsumsinya. Salah satu sektor bisnis yang paling berpengaruh oleh perkembangan teknologi informasi adalah sektor *financial industry service* salah satunya adalah perbankan (Kota & Kusumastuti 2022).

Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya (Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998). Perbankan sebagai salah satu instrumen penting dalam sistem ekonomi modern. Kemajuan ekonomi telah mengakibatkan tingkat persaingan menjadi semakin tinggi sehingga perbankan yang mampu memberikan kepuasan kepada nasabah. Oleh karena itu, dalam melakukan aktivitas keuangan baik perorangan maupun lembaga, tentunya tidak terlepas dari dunia perbankan. Tingkat persaingan dunia perbankan di Indonesia sangat ketat karena setiap perbankan berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan memberikan layanan prima bagi nasabah (Saibil et al. 2022). Bentuk dari inovasi terhadap era digital untuk menjawab tantangan global dari sektor perbankan adalah munculnya aplikasi dan sistem *mobile banking* atau yang sering disebut dengan *m-banking* (Kota & Kusumastuti 2022). *Mobile banking* adalah salah satu produk perbankan yang berfungsi untuk mempermudah transaksi keuangan karena

dapat dilakukan hanya melalui perangkat genggam dengan koneksi internet (Lim & Lady 2022).

Salah satu bank yang telah melakukan terobosan layanan digital yaitu Bank Rakyat Indonesia (BRI). Bank BRI selalu berkomitmen untuk terus mengembangkan dan memberikan kemudahan layanan digital yang berorientasi *customer centric*. Salah satu terobosan layanan digital yang dilakukan oleh Bank BRI yaitu terobosan aplikasi *mobile banking* BRImo. Hal tersebut mampu mengurangi aktivitas perbankan yang dilakukan di kantor cabang. BRImo merupakan aplikasi digital banking terbaru dari Bank BRI yang lebih *modern*, inovatif, dan lengkap. BRImo diluncurkan pada tahun 2020, aplikasi tersebut berfokus dalam hal layanan secara digital seperti *fingerprint, face recognition*, cek mutasi dan fitur perbankan lainnya dengan berbasis data internet dalam melakukan transaksi dengan menggunakan *user interface* dan *user experience*. Banyak keunggulan yang didapat dari fitur *mobile banking* BRIMo yaitu dapat membayar tagihan asuransi, listrik, PDAM, telkom, tv kabel internet, pendidikan, cicilan, kartu kredit, LTMPT, dan BPJS. Tidak hanya itu di dalam *mobile banking* BRIMo juga terdapat dompet digital untuk mengisi ulang Gopay, LinkAja, OVO, ShopeePay, DANA, i.saku. Fitur QRIS juga untuk memudahkan nasabahnya dalam bertransaksi jual beli digital menggunakan QR Code.

Namun fenomena yang terjadi adalah di tahun 2021 terdapat berita hilangnya uang nasabah secara tiba-tiba di *mobile banking* BRIMo oleh oknum tidak bertanggung jawab (Nopiandi 2021). Pada tahun 2022 layanan digital *mobile banking* BRIMo juga masih sering mengalami gangguan (*error*) (Askara 2022), dan

yang terbaru adalah maraknya kasus penipuan peningkatan biaya transaksi *mobile banking* BRIMo dilakukan oleh oknum tidak bertanggung jawab yang di *share* melalui *platform* whatsapp (Rahayu 2022). Berdasarkan data hasil observasi yang diperoleh peneliti dari Bank BRI Kantor Cabang Renon untuk data perkembangan pengguna *mobile banking* BRIMo tahun 2021 dan 2022 sebagai berikut:

Tabel 1.1 Data Perkembangan Pengguna BRIMo Bank BRI Kantor Cabang Renon Pada Tahun 2021

Bulan	Jumlah Pengguna BRIMo	Selisih Tiap Bulan
Januari	9.435	-
Februari	10.399	964
Maret	11.055	656
April	19.849	8.794
Mei	20.669	820
Juni	21.560	891
Juli	22.277	717
Agustus	23.068	791
September	23.979	911
Oktober	24.995	1.016
November	26.517	1.522
Desember	27.589	1.072

Sumber: Data BRIMo Bank BRI Tahun 2021

Tabel 1.2 Data Perkembangan Pengguna BRIMo Bank BRI Kantor Cabang Renon Pada Tahun 2022

Bulan	Jumlah Pengguna BRIMo	Selisih Tiap Bulan
Januari	28.684	-
Februari	30.231	1.547
Maret	31.166	935
April	32.665	1.499
Mei	33.599	934
Juni	34.572	973
Juli	36.078	1.506
Agustus	37.427	1.349
September	39.553	2.126
Oktober	40.838	1.285
November	40.851	13
Desember	42.995	2.144

Sumber: Data BRIMo Bank BRI Tahun 2022

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat dijelaskan bahwa jika dilihat dari

perkembangan jumlah pengguna *mobile banking* BRIMo pada tahun 2021 dan 2022 terus mengalami peningkatan, namun jika dilihat dari delta terhadap bulan sebelumnya mengalami ketidakstabilan pengguna *mobile banking* BRIMo. Berdasarkan tabel 1.2 tahun 2022 terlihat jumlah pengguna *mobile banking* BRIMo juga terus mengalami peningkatan, namun dilihat dari delta Bulan Oktober yang dimana jumlah pengguna BRIMo yaitu 40.838 dan dilihat Bulan November jumlah pengguna BRIMo mengalami peningkatan menjadi 40.851. Disini delta dari bulan sebelumnya hanya 13 nasabah yang mengunduh *mobile banking* BRIMo. Permasalahan ini sangat harus diperhatikan dan menjadi acuan berikutnya oleh perbankan khususnya Bank BRI.

Penelitian ini akan melihat penerimaan penggunaan *mobile banking* dengan pendekatan model TAM Pada Bank BRI Kantor Cabang Renon berdasarkan kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)*. *Technology Acceptance Model* dalam Davis (1993), didefinisikan sebagai salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer. TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*acceptance*) pengguna faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap suatu teknologi dalam suatu organisasi. Teori TAM menggambarkan niat penggunaan (*Intention to Use*) suatu sistem. Niat penggunaan berfokus pada niat yang ditunjukkan setiap orang ketika mereka menggunakan item/alat/aplikasi tertentu untuk melakukan transaksi keuangan atau aktivitas umum lainnya (Sari & Bagana 2022). Dalam teori TAM yang dikemukakan oleh Davis (1993) bahwa terdapat sejumlah faktor yang memiliki

dampak terhadap niat menggunakan suatu teknologi, diantaranya *Trust*, *Perceived of Risk*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Ease of Use* (Kimiagari & Baei 2022).

Trust (kepercayaan) merupakan keyakinan yang dimiliki oleh seseorang bahwa harapannya akan terpenuhi jika menggunakan sebuah layanan tertentu (Andini & Himawan 2023). Kepercayaan memainkan peran penting pada ide-ide dan pandangan konsumen tentang *mobile banking* (Lim & Lady 2022). Nasabah yang memiliki kepercayaan terhadap bank dan produk-produk yang ditawarkan tentunya akan berpengaruh terhadap *intention to use* dari nasabah. Kepercayaan ini muncul ketika pengguna merasa faktor keamanan dan privasi suatu aplikasi sangat memadai. Akibatnya hal ini dapat meningkatnya kepercayaan pengguna kepada penyedia jasa atau aplikasi tertentu. Ketika kepercayaan pengguna meningkat, maka hal itu akan memunculkan minat pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut (Meuthia et al. 2022).

Fenomena yang terjadi pada Bank BRI bahwa telah terjadi penipuan melalui *WhatsApp*. Seperti yang dikutip dari *Mediakonsumen.com* (Masruro, 2022) bahwa nasabah mengakui menerima pesan *WhatsApp* yang berisi *link* untuk melakukan proses perubahan tarif pada akun BRImo. Setelah nasabah mengklik *link* tersebut, aplikasi BRImonya *error* dan tidak bisa dibuka. Selain itu, kasus lain yang terjadi juga pada Bank BRI yaitu saldo nasabah BRI hilang, dan pihak Bank tidak bertanggungjawab. Menurut informasi yang diperoleh dari *Mediakonsumen.com* (Nopiandi, 2021) bahwa salah satu nasabah BRI telah kehilangan sejumlah uang di rekeningnya. Ketika hendak ingin menarik uang, tiba-tiba nasabah ini diminatai harus mengganti PIN. Setelah mengganti PIN, ia kemudian mengecek saldo di

rekeningnya, dan ternyata sudah berkurang 11 juta rupiah. Ketika melapor kepada pihak BRI pusat, bahwa tidak terdapat unsur *skimming* dan transaksi dianggap normal. Namun, nasabah mengakui bahwa penarikan tersebut terjadi di daerah Matraman *ex* Gedung Jay, yang tidak diketahui alamatnya. Hasil penelitian yang dilakukan Firmansyah et al. (2022), Cahyaningtyas & Witono (2022), dan Kimiagari & Baei (2022) menunjukkan bahwa *trust* berpengaruh positif terhadap *intention to use*. Hal ini menjelaskan bahwa semakin percaya seseorang terhadap sebuah produk, maka keinginan mereka untuk menggunakan produk tersebut juga akan meningkat. Namun, hasil yang berbeda diperoleh oleh Wijaya (2023) yang menunjukkan bahwa *trust* tidak berpengaruh terhadap *intention to use*.

Selain *trust*, pengguna juga akan mempertimbangkan faktor *perceived of risk* dalam menggunakan suatu aplikasi. Risiko (*perceived risk*) merupakan perspektif *negative consumer* dari sejumlah aktifitas yang berlandaskan pada *output negative* dan memiliki kemungkinan jika *output* tersebut menjadi *real* (Cahyaningtyas & Witono 2022). Penggunaan aplikasi digital tentunya memiliki beragam risiko, mulai dari risiko penipuan, kebocoran data dan lain sebagainya sehingga dapat menurunkan keinginan untuk menggunakan sebuah teknologi tertentu. Namun, disatu sisi adanya pemahaman terhadap risiko yang dihadapi juga dapat mendorong seseorang untuk menggunakan, karena merasa dirinya paham akan risiko yang dihadapi. Jika melihat dari fenomena yang telah dipaparkan, tentunya penggunaan *mobile banking* memiliki risiko karena terdapat informasi keuangan dan data pribadi dari pengguna yang berisiko adanya kebocoran data karena maraknya *hacker*. Namun, pihak BRI tentunya sudah melakukan proteksi dan jaminan

terhadap perlindungan dan kerahasiaan data pribadi. Adanya risiko dalam penggunaan *mobile banking* diindikasikan berpengaruh terhadap *intention to use*.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kota et al. (2022), Astari et al. (2022), dan Mutahar et al. (2022) menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap *intention to use*. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi risiko yang dihadapi dalam menggunakan sebuah aplikasi akan menyebabkan keinginan menggunakan semakin menurun. Hasil berbeda yang diperoleh Cahyaningtyas & Witono (2022), Lim & Lady (2022) menunjukkan bahwa *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap *intention to use*, yang menunjukkan bahwa ingin atau tidaknya seseorang menggunakan sebuah teknologi tidak bergantung pada risiko yang dihadapi.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi niat penggunaan suatu aplikasi adalah *Perceived usefulness*. *Perceived usefulness* terbentuk berdasarkan dari persepsi pelanggan tentang hasil dari pengalaman yang dialami oleh pelanggan sebagai pengguna. *Perceived usefulness* pada penggunaan *mobile banking* ditunjukkan sebagai kepercayaan individu mengenai keuntungan dalam menggunakan *mobile banking* jika dibandingkan dengan metode lainnya (Wulandari et. all 2022). Kebermanfaatan yang dirasakan oleh pengguna khususnya dalam penggunaan *mobile banking* adalah efisiensi dari sisi waktu dan tenaga, karena transaksi tidak perlu lagi datang ke kantor atau ATM, sehingga menyebabkan munculnya keinginan untuk menggunakan. Beberapa temuan penelitian tentang *perceived usefulness* terhadap *intention to use* telah diulas oleh beberapa peneliti dan menyajikan temuan penelitian yang berbeda. Penelitian dari Ghani et al. (2022) dan Yin & Lin (2022) menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif

terhadap *intention to use*. Hasil penelitian berbeda yang diperoleh Utami et al. (2022) dan Lim & Lady (2022) menunjukkan bahwa *perceived usefulness* tidak berpengaruh terhadap *intention to use*. Hal ini berarti bahwa keyakinan terhadap manfaat dari penggunaan suatu aplikasi tidak menimbulkan sebuah niat dari pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Perceived ease of use juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi niat penggunaan. *Perceived ease of use* memiliki arti dimana semakin mudah seseorang menggunakan sistem maka semakin bermanfaat sistem tersebut dianggapnya (Monica & Japarianto 2022). Semakin mudah suatu aplikasi dioperasikan dan tidak membutuhkan usaha lebih ketika bertransaksi menggunakan aplikasi tersebut maka, semakin tinggi juga niat mereka untuk bertransaksi dengan aplikasi tersebut (Morant et al. 2022). Dikutip dari mediakonsumen.com (Siregar 2022) bahwa ketika nasabah ingin melakukan transaksi transfer senilai 1,2 juta di BRImo, muncul *error* transaksi melebihi limit. Hal ini bermula dari ketika nasabah ingin mengganti kartu SIM. Kemudian, nasabah mendatangi kantor cabang terdekat untuk melakukan aktivasi ulang akun BRImo miliknya. Namun, nasabah ini kecewa karena fitur *safe mode* ini, harus menunggu 1 x 24 jika ingin transfer melebihi *limit*.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Astari et al. (2022), Monica & Japarianto (2022), Devi et al. (2022), dan Fatah & Saifudin (2022) menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *intention to use*. Hal ini berarti bahwa semakin mudah suatu aplikasi digunakan, maka semakin tinggi niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut. Aplikasi lebih dapat diterima jika lebih mudah digunakan. Dengan kata lain, kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah salah

satu faktor terpenting untuk dipertimbangkan saat menggunakan sistem. Hasil berbeda yang diperoleh Noviatun & Riptiono (2021), Rakhmadian, et al. (Rakhmadian, Sefaverdiana and Rahman, 2019) dan Khofsoh (Khofisoh, 2020) yang menjelaskan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh terhadap *intention to use*. Artinya bahwa, suatu kemudahan yang ditawarkan oleh suatu aplikasi, tidak lagi menjadi alasan seseorang untuk memiliki niat menggunakan aplikasi tersebut.

Berdasarkan fenomena dan inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya, maka penelitian ini akan menganalisis “**Analisis Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking dengan Pendekatan Model TAM pada Bank BRI Kantor Cabang Renon**”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah disampaikan, maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut.

1. Bagaimanakah pengaruh *trust* terhadap *intention to use mobile banking* pada Bank BRI Kantor Cabang Renon?
2. Bagaimanakah pengaruh *perceived of risk* terhadap *intention to use mobile banking* pada Bank BRI Kantor Cabang Renon?
3. Bagaimanakah pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use mobile banking* pada Bank BRI Kantor Cabang Renon?
4. Bagaimanakah pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use mobile banking* pada Bank BRI Kantor Cabang Renon?

5. Bagaimanakah pengaruh *trust*, *perceived of risk*, *perceived usefulness*, dan *perceived ease of use* terhadap *intention to use mobile banking* pada Bank BRI Kantor Cabang Renon?
6. Bagaimana upaya yang dilakukan oleh Bank BRI Kantor Cabang Renon untuk meningkatkan *intention to use mobile banking* pada nasabah?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk menganalisis pengaruh *trust* terhadap *intention to use mobile banking* pada Bank BRI Kantor Cabang Renon.
2. Untuk menganalisis pengaruh *perceived of risk* terhadap *intention to use mobile banking* pada Bank BRI Kantor Cabang Renon.
3. Untuk menganalisis pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use mobile banking* pada Bank BRI Kantor Cabang Renon.
4. Untuk menganalisis pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use mobile banking* pada Bank BRI Kantor Cabang Renon.
5. Untuk menganalisis pengaruh *trust*, *perceived of risk*, *perceived usefulness*, dan *perceived ease of use* terhadap *intention to use mobile banking* pada Bank BRI Kantor Cabang Renon.
6. Untuk mendeskripsikan upaya yang dilakukan oleh Bank BRI Kantor Cabang Renon untuk meningkatkan *intention to use mobile banking* pada nasabah.

1.4 Kontribusi Hasil Penelitian

1.4.1 Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan akan memberikan pembelajaran terbaru bagi penulis, khususnya terkait dengan bagaimana mengimplementasikan ilmu/teori tentang bagaimana risiko, manfaat dan kemudahan penggunaan *Mobile banking* oleh nasabah Pada Bank BRI Kantor Cabang Renon di bidang pemasaran perbankan yang didapat selama mengikuti perkuliahan, kedalam sebuah tulisan karya ilmiah.

1.4.2 Bagi Akademik

Bagi akademik, sebagai acuan untuk penelitian-penelitian selanjutnya dan sebagai tambahan referensi mengenai penerimaan penggunaan *Mobile banking* dengan pendekatan Model TAM.

1.4.3 Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam menentukan langkah kebijakan, khususnya evaluasi atas kinerja Bank BRI selama ini dalam menghadapi kompetisi pemasaran dalam dunia perbankan nasional. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan dalam menentukan *action plan* khususnya untuk meningkatkan minat nasabah terhadap penggunaan *mobile banking*.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan penelitian berjudul “Analisis Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Model TAM Pada Bank BRI Kantor Cabang Renon”. Terdiri dari 5 bagian inti, yakni sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab yang menjabarkan tentang latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi hasil penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan kajian pustaka yang akan digunakan sebagai dasar penelitian yang meliputi telaah teori, penelitian sebelumnya (kajian empirik), kerangka kosep, dan hipotesis. Pada bab ini dijelaskan mengenai teori-teori dari masing-masing variabel yang ada dalam penelitian ini, Berisikan penelitian terdahulu sebagai acuan dan perbandingan dengan penelitian yang dibuat, serta kerangka konsep agar terbayang dengan variabel penelitian yang digunakan.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab metode penelitian ini menjelaskan populasi dan sampel, jenis data, sumber data, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional variabel, teknik analisis data, uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, koefisien determinasi.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan pembahasan mengenai penelitian yang dilakukan, meliputi gambaran umum dari Bank BRI Kantor Cabang Renon, hasil analisis dan pembahasan, serta implikasi hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN SARAN

Bab ini akan memberikan kesimpulan dari hasil pembahasan serta memberikan saran yang berkaitan dengan peranan *Trust*, *perceived of risk*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use mobile banking* pada Bank BRI dan *Action Plan* yang dapat dilakukan oleh perusahaan terhadap *Intention to Use*. Ini nantinya akan berguna bagi perusahaan maupun penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan hasil pembahasan pada bab sebelumnya maka simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Trust* berpengaruh positif terhadap *intention to use mobile banking* pada Bank BRI Kantor Cabang Renon.
2. *Perceived of risk* berpengaruh positif terhadap *intention to use mobile banking* pada Bank BRI Kantor Cabang Renon.
3. *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *intention to use mobile banking* pada Bank BRI Kantor Cabang Renon.
4. *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *intention to use mobile banking* pada Bank BRI Kantor Cabang Renon.
5. *Trust, perceived of risk, perceived usefulness* dan *perceived ease of use* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use mobile banking* pada Bank BRI Kantor Cabang Renon.
6. Upaya-upaya yang dilakukan Bank BRI Kantor Cabang Renon untuk meningkatkan *intention to use mobile banking* pada nasabah adalah menjaga hubungan baik dengan nasabah, memberikan *support* kepada nasabah.

5.2 Saran - Saran

Berdasarkan simpulan di atas maka saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Perceived of risk* secara keseluruhan sudah cukup baik. Namun terdapat pernyataan pada variabel *perceived of risk* dengan skor dibawah rata-rata yaitu “Saya merasa khawatir penggunaan *mobile banking* BRIMo bisa menimbulkan masalah keamanan terkait data diri saya”. Maka dari itu hendaknya pihak Bank BRI cabang Renon melakukan *upgrade* sistem secara berkala guna meningkatkan keamanan dari aplikasi *mobile banking* serta mengoptimalkan upaya dalam mengingatkan nasabah untuk tidak memberikan informasi pribadi kepada pihak lain.
2. *Perceived ease of use* secara keseluruhan sudah cukup baik. Namun terdapat pernyataan pada variabel *perceived ease of use* dengan skor dibawah rata-rata yaitu “Saya merasa terampil dalam mengoperasikan layanan transaksi *online* yang terdapat pada *mobile banking* BRIMo”, “Layanan perbankan *online* pada *mobile banking* BRIMo mudah dipelajari untuk digunakan” dan “Saya merasa *mobile banking* BRIMo memiliki sistem layanan yang sesuai dengan keperluan masyarakat umum sehingga mudah untuk berinteraksi”. Maka dari itu hendaknya pihak Bank BRI cabang Renon menyediakan panduan yang mudah dimengerti dalam menggunakan *mobile banking*. Serta menambahkan fitur layanan *service* 24 jam yaitu *live chat* pada halaman awal aplikasi *mobile banking* BRIMo karena lebih optimal dalam membantu nasabah mendapatkan jawaban secara langsung dan tepat atas masalah yang ditemukan.

3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu menambah variabel-variabel yang dapat mempengaruhi *intention to use mobile banking* serta mampu untuk memperluas ruang lingkup penelitian atau dapat juga mengganti lokasi penelitian yang tidak hanya terfokus pada suatu lokasi penelitian, sehingga memberikan suatu pandangan yang lebih dan mampu diimplementasikan secara umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. & Fishbein, M., 1980, *Understanding Attitude and Predicting Social Behaviour*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
- Andini, V. A. & Himawan, A. F. I., 2023, 'Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Security, Perceived Risk dan Trust Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pospay', *SEIKO : Journal of Management & Business Risk dan Trust Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pospay* 6(1), 48–61.
- Arfian, A. & Yana, A. A., 2022, 'Analysis Of The Level Of User Satisfaction Of Tanihub APK Using The Tam Model', *Journal of Information System, Informatics and Computing* 6(2), 537–544.
- Arkorful, V. E. *et al.*, 2022, 'Investigating the intention to use technology among medical students: An application of an extended model of the theory of planned behavior', *Journal of Public Affairs* 22(2), 1-10.
- Askara, 2022, *BRI mo Error Hari Ini 10 Oktober 2022? Bank BRI Buka Suara, Catat Cara Aman Transaksinya, Suara Denpasar*.
- Astari, A. A. E. *et al.*, 2022, 'Integration of technology acceptance model (TAM) and theory of planned behavior (TPB): An e-wallet behavior with fear of covid-19 as a moderator variable', *International Journal of Data and Network Science* 6(4), 1427–1436.
- Cahyaningtyas, A. W. & Witono, B., 2022, 'Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Risiko, dan Lifestyle Terhadap Minat dalam Menggunakan Layanan E-Banking', *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 10(1), 149–159.
- Davis, F. D., 1989, 'Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology', *MIS Quarterly* 13(5), 1-12.
- Davis, G., 1993, *Kerangka dasar sistem informasi manajemen (Terjemahan Andreas S. Adiwardana)*, PT. Pustaka Binaman, Jakarta.
- Devi, P. L., Sara, I. M. & Purnami, A. S., 2022, 'Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking di Universitas Warmadewa', *Warmadewa Economic Development Journal (WEDJ)* 5(1), 14–18.

- Dionysis, S., Chesney, T. & McAuley, D., 2022, 'Examining the influential factors of consumer purchase intentions for blockchain traceable coffee using the theory of planned behaviour', *British Food Journal* 124(12), 4304–4322.
- Fatah, A. S. & Saifudin, 2022, 'The Impact of Affinity, Convenience, and Social Media Marketing in Influencing Interest in Using Sharia e-Banking', *J-EBIS: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 7(2), 311–328.
- Firmansyah, F., Purnamasari, P. E. & Prajawati, M. I., 2022, 'E-banking Service Quality dan E-trust serta Implikasinya pada E-customer Satisfaction dan E-customer Loyalty', *Iqtishoduna* 18(2), 122–140.
- Ghani, E. K. *et al.*, 2022, 'The Effect of Perceived Usefulness, Reliability, and COVID-19 Pandemic on Digital Banking Effectiveness: Analysis Using Technology Acceptance Model', *Sustainability (Switzerland)* 14(18), 1-10.
- John W., S. & Leigh T., W., 2018, 'Theory of Planned Behavior', *Mastering Physician Engagement* 1(1), pp. 21–30.
- Kaukab, M. E. & Setiyanti, F. Y., 2022, 'Pendekatan Theory of Planned Behavior pada Minat Penggunaan M-Banking di Masa Pandemi COVID-19', *Accounthink : Journal of Accounting and Finance* 7(01), 39–50.
- Khofisoh, S., 2020, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Motivasi Hedonis, Kebiasaan, Promosi Penjualan terhadap Niat Menggunakan dan Perilaku Konsumen dalam Menggunakan Dompot Digital*, Universitas Islam Negeri SYarif Hidayatullah, Jakarta.
- Kimiagari, S. & Baei, F., 2022, 'Promoting e-banking actual usage: mix of technology acceptance model and technology-organisation-environment framework', *Enterprise Information Systems*, 16(8–9), 1–57.
- Kota, T. P. & Kusumastuti, S. Y., 2022, 'Analisis Pengaruh Minat Nasabah dalam Menggunakan Mobile Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)', *Jurnal Apresiasi Ekonomi* 10(3), 276–288.
- Kota, T. P., Nuwa, Y. C. A. & Kusumastuti, S. Y. (2022) 'Analisis Pengaruh Minat Nasabah dalam Menggunakan Mobile Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)', *Jurnal Ekonomi Trisakti* 2(2), 605–614.
- Kotler, P. & Armstrong, G., 2018, *Principles of Marketing*, Pearson Education, New York.
- Kotler, P. & Keller, K. L., 2018, *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2*, PT Penerbit IPB Press, Jakarta.
- Lim, R. & Lady, L., 2022, 'Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking di Batam', *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 5(1), 941–947.

- Masruro, 2022, *Penipuan melalui WhatsApp Mengatasnamakan Bank BRI, Membobol Akun BRImo, Media Konsumen.*
- Merhi, M., Hone, K. & Tarhini, A., 2019, 'Technology in Society A cross-cultural study of the intention to use mobile banking between Lebanese and British consumers: Extending UTAUT2 with security , privacy and trust.', *Technology in Society* 59 (1), 101–151.
- Meuthia, R. F. *et al.*, 2022, 'Pengaruh Security, Privacy dan Familiarity terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Samsat Digital Nasional (Signal) dengan E-Trust sebagai Variabel Intervening', *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis* 15(2), 557–566.
- Monica, F. & Japariato, E., 2022, 'Analisa Pengaruh Perceived Ease of Use Dan Melalui Perceived Enjoyment Terhadap Behavior Intention Pada Digital Payment', *Jurnal Manajemen Pemasaran* 16(1), 9–15.
- Morant, G. A., Pedregosa, C. S. & Paredes, J. R. P., 2022, 'Online banking adoption in Spanish cities and towns. Finding differences through TAM application', *Economic Research-Ekonomika Istrazivanja*, Routledge 35(1), 854–872.
- Mutahar, A. M. *et al.*, 2022, 'The Moderating Role of Perceived Risk in the Technology Acceptance Model (TAM): The Context of Mobile Banking in Developing Countries', *Lecture Notes in Networks and Systems* 299(1), 389–403.
- Nopiandi, N., 2021, *Saldo Hilang di Bank BRI, Pihak Bank Tidak Bertanggung Jawab, Media Konsumen.*
- Noviatun, I. & Riptiono, S., 2021, 'Menguji Intention to Use E-Wallet OVO Menggunakan Modifikasi Technology Acceptance Model (TAM) di Kebumen', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)* 3(1), 193–201.
- Rahayu, R., 2022, *BRI Pastikan Edaran Soal Biaya Transaksi Rp 150.000 Per Bulan Tidak Benar, Tempo.co.*
- Rakhmadian, M., Sefaverdiana, P. V. & Rahman, N., 2019, 'Analisis Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akademik', *IJCIT (Indonesian Journal on Computer and Information Technology)* 4(2), 155–161.
- Saibil, D. I., Sodik, F. & Mardiah, A. A., 2022 'Faktor Mempengaruhi Niat Menggunakan QRIS pada Sharia Mobile Banking Saat Pandemi COVID-19 (Modifikasi Model UTAUT 2)', *Jurnal Nisbah* 8(2), 76–92.
- Sari, A. E. M. & Bagana, B. D., 2022, 'Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking', *Kompak :Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi* 15(2), 299–307.
- Sarwono, Jonathan., 2018, *Statistik untuk Riset Skripsi*, Yogyakarta, Andi Offset.

- Sciffman & Kanuk., 2018, *Perilaku Konsumen. Edisi Kedua*, PT Indeks, Jakarta.
- Siregar, R. M., 2022, *BRI Mo Perbaiki Fitur Safe Mode Karena Menyulitkan Meski Sudah Verifikasi di Kantor Cabang, Media Konsumen*.
- Soemitra, A. *et al.*, 2022, 'Integration Model Theory of Planned Behavior (TPB) and Technology Acceptance Model (TAM) in Analyzing Muslim Interest in Donating through Digital Banking (BSI Ziswaf Sharing Application Study)', *International Journal Of Global Economics and Finance (IJGEF)* 1(2), 70–76.
- Suliyanto, 2018, *Metode Penelitian Bisnis*, Yogyakarta, Andi.
- Sugiyono, P. D., 2019, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Utama, I. G. N. R., 2018, *Statistik Penelitian Bisnis dan Pariwisata*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Utami, F. N., Yossinomita & Rahayu, N., 2022, 'Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Continuance Intention to Use Mobile Banking dengan Trust sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Aplikasi Bank Jambi Mobile', *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan* 1(2), 57–67.
- Wahyudi, T. & Hutabarat, Z., 2023, 'Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan Digital Banking: Livin ' By Mandiri', *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi* 10(1), 509–525.
- Wijaya, F. M., 2023, 'Evaluasi Mobile Banking Adoption Intention di BCA dan Variabel-Variabel yang Mendukung Use Behavior', *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal* 20(1), 1-86.
- Wulandari, W., Japarianto, E. & Tandijaya, T. N. B., 2022, 'Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Perilaku Konsumen Mobile Banking Di Surabaya', *Jurnal Manajemen Pemasaran* 16(2), 126–132.
- Yin, L. X. & Lin, H. C., 2022, 'Predictors of customers' continuance intention of mobile banking from the perspective of the interactivity theory', *Economic Research-Ekonomika Istrazivanja*, 35(1), 6820–6849.