

# Analisis Penggunaan Layanan M-Banking Dalam Mendukung Transaksi Keuangan Pada Mahasiswa

Diar Muzna Tangke\*<sup>1</sup>

Hedi Musriha<sup>2</sup>

Filiyan Huwae<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Politeknik Negeri Ambon

\*e-mail: [diartangke@gmail.com](mailto:diartangke@gmail.com)<sup>1</sup>, [hedimusriha@gmail.com](mailto:hedimusriha@gmail.com)<sup>2</sup>, [huwaefiliyan@gmail.com](mailto:huwaefiliyan@gmail.com)<sup>3</sup>

## Abstrak

*Pelayanan dan fasilitas perbankan menjadi kunci dalam menarik calon nasabah dan nasabah yang sudah ada agar tetap loyal. Salah satu fasilitas perbankan yang tersedia yaitu mobile banking atau M-Banking. Mahasiswa merupakan salah satu pasar potensial untuk mobile banking yang memanfaatkan perkembangan teknologi informasi. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis penggunaan layanan mobile banking dalam mendukung transaksi keuangan dikalangan mahasiswa dengan jumlah sampel 60 mahasiswa yang menggunakan mobile banking. Penelitian menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan variabel kemudahan penggunaan, variabel manfaat dan variabel kualitas desain berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking. Sedangkan variabel kepercayaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap penggunaan mobile banking pada mahasiswa.*

**Kata kunci:** Mobile Banking, Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Kepercayaan, Kualitas Desain

## Abstract

*Banking services and facilities are the key to attracting potential and existing customers to remain loyal. One of the banking facilities available is mobile banking or M-Banking. Students are one of the potential markets for mobile banking which takes advantage of developments in information technology. The aim of this research is to analyze the use of mobile banking services to support financial transactions among students with a sample size of 60 students who use mobile banking. The research uses quantitative methods. The research results show that the ease of use variable, the benefits variable and the design quality variable have a positive and significant effect on the use of mobile banking. Meanwhile, the trust variable has a positive and insignificant effect on the use of mobile banking among students.*

**Keywords:** Mobile Banking, Ease of Use, Benefits, Trust, Design Quality

## PENDAHULUAN

Persaingan dunia perbankan semakin pesat seiring dengan semakin banyaknya pertumbuhan perbankan di Indonesia. Pelayanan dan fasilitas perbankan menjadi kunci dalam menarik calon nasabah dan nasabah yang sudah ada agar tetap loyal. Salah satu fasilitas perbankan yang tersedia yaitu *Mobile Banking* atau M-Banking. *Mobile Banking* merupakan aplikasi yang termasuk dalam *mobile commerce* yang memberikan informasi keuangan perbankan pada nasabah melalui ponsel atau *smartphone* (Siagian & Tambunan, 2022). Penggunaan transaksi mobile banking membutuhkan layanan sistem internet yang memadai yang dapat diakses kapan saja sehingga penggunaannya dapat memberikan informasi secara efektif, efisien dan cepat kepada nasabah (Kusumaningtyas & Wardani, 2019).

Menurut Ikatan Banking Indonesia, mobile banking merupakan salah satu layanan perbankan yang bisa digunakan secara langsung menggunakan perangkat mobile seperti telepon seluler atau *smartphone* dan *tablet* (Ikatan Banking Indonesia, 2014). Perkembangan teknologi menjadikan mobile banking sebagai solusi yang dimanfaatkan masyarakat dan perusahaan dalam mendapatkan layanan perbankan secara mudah dan cepat. Beberapa fitur yang dapat digunakan dalam mobile banking diantaranya pembukaan rekening, cek saldo, transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian produk/jasa, serta produk perbankan lainnya.

Menurut OJK (Otoritas Jasa Keuangan), fenomena perkembangan teknologi khususnya pada bidang transaksi digital mengalami peningkatan signifikan sejak masa pandemik 19. Hal ini

sejalan dengan peralihan perilaku nasabah dari transaksi konvensional ke transaksi virtual (Ichsani & Ratmono, 2021). Dalam laporan kinerja transaksi *digital banking* oleh Bank Indonesia, menunjukkan peningkatan pertumbuhan sebesar 17,19 persen pada Januari 2024 per tahun. Data Ekonomi Core Indonesia pada September 2023 mencatat penggunaan mobile banking terbanyak pada Himpunan Bank Milik Negara (Himbara) yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. Penggunaan Mobile Banking Pada Bank Milik Negara

No.	Bank	Jumlah User	Pertumbuhan
1	BRImo	29,8 juta	79,1%
2	Livin Bank Mandiri	21,0 juta	46%
3	BNI Mobile	15,6 juta	75,3%
4	BTN Mobile	593 ribu	78%
5	BSI Mobile	5,9 juta	32,8%

Sumber: Ekonomi Core Indonesia, 2023

Pertumbuhan penggunaan m-banking terus mengalami peningkatan, hal ini menunjukkan literasi masyarakat tentang digital banking semakin baik didukung dengan perkembangan teknologi yang memadai. Dalam penelitian Parera dan Susanti menunjukkan pemanfaatan aplikasi m-banking oleh nasabah dapat memberikan rasa kepuasan dan loyal pada suatu bank. Faktor yang menjadi pertimbangan yaitu keamanan transaksi, kecepatan transaksi, dan fitur layanan yang mudah di pahami (Parera & Susanti, 2021).

Generasi milenial dan generasi Z merupakan generasi yang familiar dengan perilaku online dikarenakan generasi ini tumbuh sejalan dengan perkembangan internet, *smartphone*, dan *gadget* (Idrus & Dunakhir, 2022). Menurut laporan Khusus Jakpat terkait Tren Fintech di Indonesia pada semester I tahun 2023 dengan responden sebanyak 1.500 orang yang berusia 17-54 tahun, menunjukkan bahwa 52% menggunakan *mobile banking* dan *digital banking* serta pengguna mayoritas merupakan generasi milenial sebanyak 45% dan Gen Z sebanyak 30% (Perhimpunan Bank Nasional, 2023). Diketahui generasi milenial berumur kisaran 27-42 tahun dan gen Z berumur kisaran 11-26 tahun yang merupakan pelajar dan mahasiswa. Data ini menunjukkan mahasiswa merupakan salah satu pasar potensial untuk m-banking yang memanfaatkan perkembangan teknologi informasi.

Salah satu alat analisis yang dapat digunakan untuk mengetahui sikap masyarakat terhadap penggunaan suatu teknologi yaitu *Technology Acceptance Model (TAM)*, yaitu alat analisis yang dipakai untuk mengetahui sikap penggunaan (*user*) dalam menerima kehadiran teknologi dengan menggunakan pendekatan teori perilaku (*Behavioral Theory*) yang dikembangkan oleh Devis tahun 1989 (Fatmawati, 2015). Pada awalnya TAM terdiri dari dua faktor internal yaitu faktor persepsi kegunaan atau manfaat dan faktor kemudahan penggunaan. Seiring perkembangannya, TAM dimodifikasi dengan menambahkan faktor eksternal yaitu faktor-faktor terkait lainnya yang disesuaikan dengan objek dan topik penelitian.

Minat pemakaian m-banking di kalangan mahasiswa dipengaruhi oleh beberapa faktor dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* yaitu faktor internal yang terdiri dari persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan m-banking pada mahasiswa. Sedangkan faktor eksternal yaitu gender tidak berpengaruh (Kurniawati et al., 2017). Hasil penelitian Ichsani dan Ratmono tentang kepercayaan menggunakan m-banking di kalangan mahasiswa menggunakan dua faktor yaitu persepsi teknologi berpengaruh positif dan faktor resiko berpengaruh negatif terhadap kepercayaan menggunakan m-banking pada mahasiswa (Ichsani & Ratmono, 2021).

Faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam menggunakan aplikasi mbile banking yaitu rasa kepercayaan nasabah. Kepercayaan nasabah akan suatu jasa pelayanan perbankan akan muncul dan bertambah loyal saat tingkat keamanan serta kerahasiaan dijamin oleh pihan bank sehingga dapat dikatakan bank telah menjalankan fungsinya sebagai *Agen of Trust*. Dalam

penelitian Fitriana dkk, menunjukan persepsi kepercayaan nasabah terhadap kemanaan dan kerahasiaan berpengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking (Fitriana et al., 2020).

Faktor berikutnya yang dapat mempengaruhi penggunaan mobile banking bagi generasi muda yaitu kualitas desain. Kualitas merupakan kesanggupan suatu barang ataupun jasa dalam menghasilkan kinerja yang sesuai dengan yang diinginkan dan dapat memberikan kepuasan pelanggan. Persepsi kualitas desain pada layanan mobile banking merupakan kemampuan fitur-fitur pada layanan mobile banking yang membuat nasabah tertarik dalam menggunakan layanan tersebut, seperti desain tampilan dan warna yang menarik, tata letak tombol dan perintah yang jelas, serta fitur yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu variabel kemudahan penggunaan, variabel manfaat, variabel kepercayaan dan variabel kualitas desain berpengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking di kalangan mahasiswa. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis penggunaan layanan mobile banking dalam mendukung transaksi keuangan dikalangan mahasiswa. Manfaat dari penelitian ini yaitu diharapkan dapat memberikan masukan kepada dunia perbankan dalam pengembangan fasilitas mobile banking yang memberikan kemudahan bagi generasi muda yang familiar dengan perkembangan teknologi.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yaitu metode penelitian berdasarkan filsafat positivisme, dengan menggunakan populasi dan sampel tertentu, data dikumpulkan dengan menggunakan instrument penelitian, analisis data secara kuantitatif atau statistik dengan maksud menggambarkan dan menguji hipotesis yang ada (Sugiyono, 2017). Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer berupa hasil kuesioner dan data sekunder berupa data yang tersedia dalam bentuk buku, jurnal, dokumen dan sebagainya yang dikumpulkan pihak lain. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner online dalam bentuk *google form*.

Populasi dalam penelitian merupakan mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Ambon. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sebanyak 60 mahasiswa dengan kriteria mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Ambon yang menggunakan aplikasi *mobile banking*. Teknik analisis data yang digunakan berupa uji intrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), Uji klasik (uji normalitas dan uji multikolinieritas), uji regresi berganda, dan uji hipotesis (uji t, uji F, dan koefisien determinasi). Model persamaan regresi berganda yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan:

- Y = Penggunaan mobile banking
- X<sub>1</sub> = Persepsi kemudahan penggunaan
- X<sub>2</sub> = Persepsi kegunaan/manfaat
- X<sub>3</sub> = Persepsi kepercayaan
- X<sub>4</sub> = Persepsi kualitas desain
- a = konstanta
- b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, dan b<sub>3</sub>= Koefisien

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Uji Instrumen

Dalam penelitian ini menggunakan 60 responden yang terdiri dari 70 persen mahasiswi dan 30 persen mahasiswa dengan rentang umur 18-20 tahun. Sebelum melakukan pengujian data, maka dilakukan uji instrumen. Uji instrumen yang pertama dilakukan yaitu uji validitas, sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	r-Tabel	Ket
X1	X1a	0,476	0,254	Valid
	X1b	0,375	0,254	Valid
	X1c	0,619	0,254	Valid
	X1d	0,415	0,254	Valid
X2	X2a	0,570	0,254	Valid
	X2b	0,509	0,254	Valid
	X2c	0,642	0,254	Valid
	X2d	0,722	0,254	Valid
X3	X3a	0,446	0,254	Valid
	X3b	0,322	0,254	Valid
	X3c	0,142	0,254	Tidak Valid
X4	X2a	0,579	0,254	Valid
	X2b	0,498	0,254	Valid
	X2c	0,474	0,254	Valid
Y	Y1	0,521	0,254	Valid
	Y1	0,673	0,254	Valid
	Y1	0,480	0,254	Valid
	Y1	0,552	0,254	Valid

Sumber: Olah Data SPSS, 2024

Hasil uji validitas dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 0,05 kepada 18 item pernyataan didapat 1 pernyataan yang tidak valid sehingga pernyataan X3c tidak diikutsertakan dalam pengujian. Uji instrument selanjutnya yaitu uji reliabilitas dengan melihat *Cronbach's Alpha* sebesar 0,886 lebih besar dari 0,60 sehingga dapat dikatakan 17 item pernyataan valid dan reliabel.

### Uji Klasik

Uji klasik yang pertama yaitu uji normalitas dengan menggunakan rasio skewness dan kurtosis dimana hasilnya harus berada di antara -2 hingga +2, hasil normalitas yang didapat sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Rasio Skewness dan Kurtosis

	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	60	-.109	.309	-.058	.608
Valid N (listwise)	60				
Perhitungan Rasio			-0,12		-0,95

Sumber: Olah Data SPSS, 2024

Hasil rasio skewness sebesar -0,12 dan kurtosis sebesar -0,95 menunjukkan rasio tersebut berada diantara -2 hingga +2 sehingga dapat dikatakan distribusi data bersifat normal. Uji klasik berikutnya yaitu uji multikolinieritas dengan melihat *Value Inflation Factor* (VIF) < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas menunjukkan semua variabel memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10 sehingga tidak terjadi multikolinieritas, sebagai berikut:

Tabel 4. *Value Inflation Factor* (VIF)

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF

(Constant)		
Kemudahan Penggunaan (X1)	.522	1.916
Manfaat (X2)	.372	2.688
Kepercayaan (X3)	.717	1.395
Kualitas Desain (X4)	.564	1.773

Sumber: Olah Data SPSS, 2024

### Analisis Regresi Berganda dan Uji Hipotesisi

Perhitungan regresi berganda dalam penelitian dengan menggunakan 4 variabel bebas yang terdiri dari kemudahan penggunaan (X1), manfaat (X2), kepercayaan (X3) dan kualitas desain (X4), maka dapat hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1.007	3.340		-.302	.764
Kemudahan Penggunaan (X1)	.637	.193	.424	3.295	.002
Manfaat (X2)	.457	.146	.260	2.393	.004
Kepercayaan (X3)	.130	.227	.063	.573	.569
Kualitas Desain (X4)	.578	.191	.375	3.034	.004

Sumber: Olah Data SPSS, 2024

Hasil dalam perhitungan regresi menunjukkan seluruh variabel berpengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking. Setelah uji regresi, dilakukan uji hipotesis yang terdiri dari uji t menggunakan tingkat signifikan alfa 0,05 sehingga t-tabel sebesar 2,00. Hasil uji t menunjukkan tiga variabel berpengaruh signifikan yaitu variabel Kemudahan Penggunaan (X1), Manfaat (X2), dan Kualitas Desain (X4). Uji t untuk Variabel Kepercayaan (X3) tidak berpengaruh secara signifikan.

Hasil uji hipotesis berikutnya adalah uji F yang menunjukkan nilai sebesar 15,19 lebih besar dari F-tabel 2,54 sehingga dapat dikatakan seluruh variabel bebas berpengaruh secara simultan. Uji koefisien determinasi atau uji *R-Square* sebesar 52,5 persen proporsi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan sisanya 47,5 persen dipengaruhi oleh variabel diluar model.

### PEMBAHASAN

Variabel kemudahan penggunaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking. Hal ini terlihat pada nilai t statistik 3,295 > t-tabel 2,00. Persepsi kemudahan penggunaan mobile banking diartikan sebagai kemampuan nasabah untuk mengerti sistem teknologi yang digunakan hal ini terkait dengan mudah saat mengakses sehingga dapat menyelesaikan transaksi tanpa ada gangguan maupun kesulitan. Kalangan mahasiswa sebagai nasabah merasa aplikasi mobile banking yang digunakan sangat diperlukan untuk aktivitas keuangan sehari-hari dan bank mampu menyediakan aplikasi mobile banking yang mudah untuk digunakan serta lebih efektif dan efisien untuk kepentingan nasabah.

Variabel persepsi manfaat (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking yang diperlihatkan dengan t-statistik 2.393 > t-tabel 2,00. Persepsi manfaat dari penggunaan mobile banking diartikan kemampuan aplikasi mobile banking dapat memberikan manfaat untuk kebutuhan transaksi keuangan nasabah. Mahasiswa sebagai generasi muda menggunakan mobile banking dengan alasan penggunaannya yang mudah serta kehadiran mobile banking dapat menyelesaikan permasalahan keuangan yang dihadapi (Safitri & Anggraini, 2021).

Variabel kepercayaan (X3) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap penggunaan mobile banking pada mahasiswa ditunjukkan dengan t-statistik 0.573 < t-tabel 2,00. Variabel

kepercayaan bertambah maka penggunaan aplikasi mobile banking akan semakin meningkat walaupun pengaruh tidak signifikan dibandingkan dengan variabel lain dalam penelitian ini.

Variabel kualitas desain (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking pada mahasiswa yang diperlihatkan dengan t-statistik  $3.034 > t\text{-tabel } 2,00$ . Mahasiswa sebagai generasi muda yang cenderung mudah beradaptasi dan merespon perkembangan teknologi termasuk aplikasi mobile banking. Desain aplikasi mobile banking menjadi sangat penting bukan hanya mudah digunakan namun desain yang menarik membuat nasabah semakin loyal dalam menggunakannya.

Seluruh variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap penggunaan mobile banking pada mahasiswa. Hasil ini sesuai dengan penelitian Pratiwi dkk yang menyatakan persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat sangat berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking di kalangan generasi milenial muslim (Pratiwi et al., 2020). Penelitian lainnya yaitu Pongoliu dkk menyatakan penggunaan mobile banking sangat penting sebagai alat transaksi finansial bagi mahasiswa. Mahasiswa mendapatkan kemudahan, fasilitas dan lingkungan, keamanan saat menggunakan mobile banking (Pongoliu et al., 2024)

Karakter mahasiswa yang merupakan generasi muda lebih cenderung konsumtif, terbiasa dengan teknologi, memanfaatkan media sosial, bekerja secara efektif, menyukai sesuatu yang cepat termasuk transaksi keuangan non tunai (Hidayatullah et al., 2018). Generasi muda menjadi peluang pasar yang potensial bagi perbankan dengan layanan mobile banking yang memanfaatkan perkembangan teknologi dalam memudahkan kebutuhan transaksi keuangan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan maka dapat disimpulkan variabel kemudahan penggunaan, variabel manfaat dan variabel kualitas desain berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking pada mahasiswa. Sedangkan variabel kepercayaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap penggunaan mobile banking pada mahasiswa. Perkembangan teknologi mendorong perbankan terus berinovasi untuk memberikan pelayanan berbasis teknologi salah satunya mobile banking dan mahasiswa yang cenderung mudah menerima perkembangan teknologi merupakan pasar potensial bagi perbankan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan terhadap Sistem Informasi Perpustakaan. *Jurnal Iqra'*, 9(1), 1–13. <https://media.neliti.com/media/publications/196942-ID-technology-acceptance-model-tam-untuk-me.pdf>
- Fitrianisa, Rozza, S., & Masjono, A. (2020). Peran Public Relations, Kepercayaan, Dan Persepsi Kemudahan Dalam Mendorong Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pengguna Mobile Banking BNI Syariah di Kota Depok). *Account*, 7(1), 1259–1268. <https://doi.org/10.32722/acc.v7i1.2839>
- Hidayatullah, S., Waris, A., Devianti, R. C., Sari, S. ratna, Wibowo, I. A., & Made, P. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 240–249. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i2.2560>
- Ichsani, E., & Ratmono. (2021). Pengaruh Persepsi Teknologi dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking BRI Konvensional (Studi Pada Mahasiswa FEB UM Metro). *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1(4), 896–906.
- Idrus, M., & Dunakhir, S. (2022). Analisis perilaku mahasiswa terhadap pemanfaatan mobile commerce. *Journal of Business and Banking*, 11(2), 347–358. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i2.2862>
- Ikatan Banking Indonesia. (2014). *Memahami Bisnis Bank*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kurniawati, H. A., Winarno, W. A., & Arif, A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking

- Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 24–29. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v4i1.4563>
- Kusumaningtyas, N. K., & Wardani, D. (2019). Analisis Faktor - faktor yang Mempengaruhi Sikap Penggunaan Mobile Banking ( Studi Penelitian pada Nasabah Bank BUMN ). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan*, 5(2), 64–72.
- Parera, N. O., & Susanti, E. (2021). Loyalitas Nasabah Dari Kemudahan Penggunaan Mobile Banking. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business (IDEB)*, 2(1), 42–52. <https://ejournal.jic.ac.id/ideb/>
- Perhimpunan Bank Nasional. (2023). *Pentingnya Mobile Banking untuk Rebut Pangsa Generasi Muda*. <https://perbanas.org/publikasi/berita-perbanas/pentingnya-mobile-banking-untuk-rebut-pangsa-generasi-muda>
- Pongoliu, Y. I. D., Hulukati, F., Gobel, F., & Utina, S. D. A. (2024). Analisis Penggunaan Mobile Banking Sebagai Alat Transaksi Finansial Pada Mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo. *Jambura*, 6(3), 1146–1156. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Pratiwi, I. E., Affandy, F. F., & Rosalina, Y. (2020). Determinan Penggunaan Digital Banking Pada Generasi Milenial Muslim: Pendekatan Technology f Acceptance Model (Studi Kasus Di Kota Jayapura, Indonesia). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 478. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1198>
- Safitri, N., & Anggraini, W. (2021). Trust on Sharia M-Banking: Evidance on Milenials Generations. *Journal of Islamic Economic Scholar*, 2(1), 10. <https://doi.org/10.14421/jies.2021.2.1.1429>
- Siagian, S. B., & Tambunan, K. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Perbaungan. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 1051–1060.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Edisi Ke-3*. Alfabeta.