

PENGARUH *SECURITY* DAN *ELECTRONIC SERVICE QUALITY* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION APLIKASI *MOBILE BANKING* BANK SUMSEL
BABEL DENGAN *TRUST* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING



Tesis Oleh:

HAIRUN NISSA

01012682125034

MANAJEMEN PEMASARAN

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar
Magister Manajemen*

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

2025

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

PENGARUH *SECURITY* DAN *ELECTRONIC SERVICE QUALITY* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION APLIKASI *MOBILE BANKING* BANK SUMSEL BABEL
DENGAN *TRUST* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Disusun oleh:

Nama : Hairun Nissa
NIM : 01012682125034
Program Studi : Magister Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan sebagai syarat pengajuan SK Penguji Komprehensif

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing


Pembimbing I



Tanggal : 19 Desember 2024

Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M., Ak.
NIP. 197512252015041001

Pembimbing II



Tanggal : 19 Desember 2024

Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si.
NIP. 197205292006042001

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

**PENGARUH SECURITY DAN ELECTRONIC SERVICE QUALITY TERHADAP
REPURCHASE INTENTION APLIKASI MOBILE BANKING BANK SUMSEL
BABEL DENGAN TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

Disusun oleh:

Nama : Hairun Nissa
NIM : 01012682125034
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Magister Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 6 Januari 2025 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.



Pembimbing I

Panitia Ujian Komprehensif
Palembang, 6 Januari 2025

Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M., Ak.
NIP. 19751225015041001

Pembimbing II

Dr. Aslamia Rosa, S.E., M. Si.
NIP.197205292006042001

Penguji

Prof. Diah Natalisa, S.E., M.B.A.
NIP. 196311151988102001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Magister Manajemen

Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D.
NIP. 196703141993032001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hairun Nissa
NIM : 01012682125034
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Magister Manajemen
Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang berjudul:

Pengaruh *Security* dan *Electronic Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* Aplikasi *Mobile banking* Bank Sumsel Babel Dengan *Trust* Sebagai Variabel Intervening.

Pembimbing:

Ketua : Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M., Ak.
Anggota : Dr. Aslamia Rosa, S.E., M. Si.
Tanggal Ujian : 6 Januari 2025

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam tesis ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila pernyataan saya tidak benar di kemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Palembang, Januari 2025
Pembuat Pernyataan



Hairun Nissa
NIM. 01012682125034

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Allah will raise those who have believed among you and those who were given knowledge by degrees (QS. 58: 11)”

Tesis ini dipersembahkan kepada:

- ❖ *Allah SWT*
- ❖ *Ibunda Hj. Helena dan Ayahanda H. Gunadi R.*
- ❖ *Sahabat dan Rekan Seperjuangan*
- ❖ *Universitas Sriwijaya*
- ❖ *PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Selatan dan Bangka Belitung*

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian tesis ini yang berjudul "Pengaruh *Security* dan *Electronic Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* Aplikasi *Mobile banking* Bank Sumsel Babel dengan *Trust* sebagai Variabel Intervening". Penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar Magister pada Program Strata Dua (S2) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Penelitian ini mengkaji peran *Security* dan *Electronic Service Quality* terhadap *Repurchase Intention*, dengan *Trust* sebagai variabel intervening. Survei dilakukan kepada 131 pengguna aktif aplikasi *mobile banking* Bank Sumsel Babel, dengan analisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) melalui Smart PLS 4. Hasilnya menunjukkan *Electronic Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention*, baik langsung maupun melalui *Trust*, sementara *Security* tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention* tetapi tetap penting untuk membangun kepercayaan awal pengguna. Temuan ini memberikan wawasan berharga bagi manajemen Bank Sumsel Babel dalam meningkatkan kualitas layanan elektronik dan fitur keamanan untuk memperkuat loyalitas pelanggan.

Dengan ini, saya menyatakan bahwa tesis ini merupakan hasil karya asli yang disusun berdasarkan data primer dan analisis yang telah dilakukan sendiri. Seluruh referensi yang digunakan telah dicantumkan dan dihormati sesuai kaidah akademik. Saya bertanggung jawab penuh atas keaslian dan kebenaran isi dari tesis ini.

Palembang, Januari 2025

Hairun Nissa

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam atas bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak yang telah mengiringi perjalanan penulis dalam menyelesaikan penelitian dan penulisan tesis ini. Perjalanan ini tidaklah mudah, namun berkat kehadiran dan kebaikan banyak pihak, segala kendala dapat diatasi. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. **Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M., Ak.** selaku Dosen Pembimbing I terima kasih atas segala bantuan Bapak yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing serta memberikan arahan dalam penyusunan tesis ini. Dedikasi Bapak memberikan semangat dalam menyelesaikan tesis ini.
2. **Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si.** selaku Dosen Pembimbing II, terima kasih atas arahan, masukan, dan bimbingan tulus yang Ibu berikan sepanjang proses ini. Pandangan dan masukan Ibu yang konstruktif sangat membantu saya memahami setiap langkah penelitian ini.
3. **Dr. Zakaria Wahab, M.B.A.** selaku Dosen Penguji Proposal, terima kasih atas kritik, saran, dan masukan konstruktif yang Bapak berikan selama proses ujian. Arahan Bapak menjadi dasar penting dalam pengembangan lebih lanjut tesis ini.
4. **Prof. Diah Natalisa, S.E., M.B.A.** selaku Dosen Penguji Komprehensif, terima kasih atas analisis, saran, dan evaluasi yang Ibu berikan selama proses ujian. Masukan Ibu memberikan kontribusi signifikan dalam memperbaiki dan menyempurnakan tesis ini.
5. **Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D.** selaku Koordinator Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, terima kasih atas dukungan, arahan, dan motivasi yang Ibu berikan selama masa perkuliahan dan penyusunan tesis ini.
6. **Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D.** selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis. Terima kasih atas perhatian, nasihat, dan semangat yang Ibu berikan. Kehadiran Ibu menjadi sumber inspirasi dan dorongan bagi saya untuk terus

maju.

7. **Prof. Dr. Mohamad Adam, S.E., M.E.** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
8. **Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si.** selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
9. **Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M.M.** selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
10. **Lina Dameria Siregar, S.E., M.M.** selaku sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
11. **Bapak/Ibu Dosen Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya** yang telah memberikan ilmu, inspirasi, dan bantuan selama masa perkuliahan. Ilmu yang diberikan adalah bekal tak ternilai yang akan terus saya gunakan.
12. **Seluruh Staff dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya** yang telah membantu selama masa perkuliahan, baik dalam pengurusan dokumen maupun proses belajar mengajar selama ini.
13. **Yang Tersayang Orangtuaku, Ibunda Hj. Helena dan Ayahanda H. Gunadi R.**, tiada kata yang mampu sepenuhnya menggambarkan betapa besarnya cinta dan pengorbanan yang telah diberikan. Doa-doa yang dipanjatkan tanpa henti menjadi cahaya penuntun di setiap langkah hidupku. Kasih sayang yang tulus adalah kekuatan yang tak tergantikan dan pengorbanan yang tiada tara menjadi fondasi dari setiap pencapaian yang kuraih. Gelar ini, dengan segala kerendahan hati, aku persembahkan sebagai wujud dari mimpi dan harapan yang telah dititipkan dalam hatiku.
14. **Kakakku Farah Dina, S.T. dan Adikku Muhammad Fariz Nurfaizi, serta keluargaku**, terima kasih atas semua kasih sayang dan perhatian yang senantiasa memberi dukungan dan do'a serta turut membantu dalam penyelesaian pendidikan selama ini.
15. **Kak Tiara Nurpratiwi, S.E., M.Si.**, terima kasih atas semua dukungan, kebaikan, dan kesabaran yang telah diberikan sepanjang perjalanan tesis ini. Kakak tidak hanya menjadi sahabat, tetapi juga pendamping yang selalu ada dengan solusi dan semangat. Semoga Allah membalas kebaikan Kakak dengan

keberkahan yang berlimpah, dan senantiasa memberikan kebahagiaan serta kesuksesan dalam setiap langkah kehidupan Kakak.

16. Bapak Achmad Syamsudin selaku Direktur Utama PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Selatan dan Bangka Belitung.

17. Ibu Lila Amalia selaku Pemimpin Satuan Anti *Fraud*, terima kasih atas arahan, dukungan, motivasi, dan pengertian yang Ibu berikan hingga penyelesaian tesis ini. Ibu adalah atasan yang sangat supportif, selalu memberikan bimbingan yang membangun dan semangat yang tak ternilai.

18. Rekan-rekan Satuan Anti *Fraud* Bank Sumsel Babel, terima kasih atas kerja sama, dukungan, dan semangat yang diberikan dalam penyelesaian tesis ini.

19. PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Selatan dan Bangka Belitung, terima kasih kepada semua pihak PT Bank Pembangunan Sumatera Selatan dan Bangka Belitung yang telah meluangkan waktunya membantu, membimbing, dan memberikan kemudahan dalam pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penyelesaian tesis ini.

20. Teman-Teman Magister Manajemen Angkatan 51, rekan seperjuangan selama masa perkuliahan terima kasih atas persahabatan, semangat, dan kekompakan kalian. Semoga kita sukses dan dilancarkan untuk mencapai apa yang dicita-citakan.

Semoga karya ini tidak hanya menjadi tanda dari perjalanan akademikku, tetapi juga menjadi amal jariyah yang bermanfaat bagi banyak orang. Terima kasih atas segala dukungan, do'a, dan cinta yang diberikan selama ini, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan berkah dan rahmat-Nya, membalas semua budi baik, dan memberkahi kita semua. Aamiin.

Palembang, Januari 2025

Hairun Nissa

ABSTRAK

PENGARUH *SECURITY* DAN *ELECTRONIC SERVICE QUALITY* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* APLIKASI *MOBILE BANKING* BANK SUMSEL BABEL DENGAN *TRUST* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Oleh:

Hairun Nissa

Penelitian ini mengkaji peran *Security* dan *Electronic Service Quality* dalam mempengaruhi *Repurchase Intention* aplikasi *mobile banking* Bank Sumsel Babel, dengan *Trust* sebagai variabel intervening. Data yang dikumpulkan dari 131 responden yang aktif menggunakan aplikasi *mobile banking* dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan Smart PLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Electronic Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention*, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui *Trust* sebagai mediator. *Security* tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention*, baik langsung maupun tidak langsung melalui *Trust*. Namun, *Security* tetap penting dalam membangun kepercayaan awal pengguna. Penelitian ini memberikan wawasan untuk meningkatkan kualitas layanan dan fitur keamanan guna memperkuat loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *Security, Electronic Service Quality, Trust, Repurchase Intention, Mobile Banking*

Pembimbing I



Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M., Ak
NIP. 19751225015041001

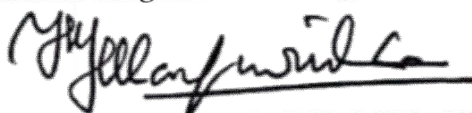
Pembimbing II



Dr. Aslamia Rosa, S.E., M. Si
NIP. 197205292006042001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Magister Manajemen



Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D
NIP. 196703141993032001

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF SECURITY AND ELECTRONIC SERVICE QUALITY ON
REPURCHASE INTENTION OF MOBILE BANKING APPLICATIONS BANK
SUMSEL BABEL WITH TRUST AS AN INTERVENING VARIABLE**

by:

Hairun Nissa

This study investigates the role of Security and Electronic Service Quality in influencing Repurchase Intention in the mobile banking application of Bank Sumsel Babel, with Trust as an intervening variable. Data collected from 131 respondents who actively use the mobile banking application were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with Smart PLS 4. The results indicate that Electronic Service Quality significantly influences Repurchase Intention, both directly and indirectly through Trust as a mediator. Security, however, does not show a significant impact on Repurchase Intention, either directly or indirectly through Trust. Nonetheless, Security remains crucial in building initial trust among users. This study provides insights for improving service quality and security features to strengthen customer loyalty.

Keywords: *Security, Electronic Service Quality, Trust, Repurchase Intention, Mobile Banking*

First Advisor



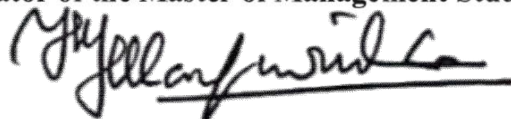
Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M., Ak
NIP. 19751225015041001

Second Advisor



Dr. Aslamia Rosa. S.E., M. Si
NIP. 197205292006042001

**Known by,
Coordinator of the Master of Management Study Program**



Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D
NIP. 196703141993032001

SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Kami Dosen Pembimbing Tesis menyatakan bahwa abstrak tesis dari mahasiswa:

Nama : Hairun Nissa
NIM : 01012682125034
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Magister Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh *Security* dan *Electronic Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* Aplikasi *Mobile Banking* Bank Sumsel Babel Dengan *Trust* Sebagai Variabel Intervening

Telah kami periksa cara penulisan grammar maupun susunan tenses dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Pembimbing I



Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M., Ak
NIP. 19751225015041001

Pembimbing II



Dr. Aslamia Rosa, S.E., M. Si
NIP. 197205292006042001

RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap : Hairun Nissa, S.SI.
(dengan gelar S1)

Tempat/tanggal Lahir : Palembang/3 Februari 1994

Agama : Islam

Warga Negara : Indonesia

Alamat : Jalan Basuki Rahmat Komplek Sintramanjaya
Blok C No. 26 RT 33 RW 09 Palembang

No. Hp. / wa : 089627060188

Nama istri/suami*) : -

Nama anak : -

Nama orang tua

1. Ayah : Gunadi R.
2. Ibu : Helena

Riwayat pendidikan

1. SD : SD Muhammadiyah 14 Palembang
2. SMP : SMP Negeri 3 Palembang
3. SMA : SMA Negeri 6 Palembang
4. Universitas (S1) : Universitas Sriwijaya

Riwayat pekerjaan : PT BPD Sumatera Selatan dan Bangka Belitung
(2016 s.d. sekarang)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN KOMPREHENSIF	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS.....	iii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK.....	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
SURAT PERNYATAAN ABSTRAK	xii
RIWAYAT HIDUP	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xxx
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
1.4.1 Manfaat Teoritis	16

1.4.2 Manfaat Praktis	16
BAB II STUDI KEPUSTAKAAN	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 <i>Security</i> (Keamanan)	18
2.1.1.1 Definisi <i>Security</i> (Keamanan)	18
2.1.1.2 Dimensi <i>Security</i>	19
2.1.2 <i>Electronic Service Quality</i> (Kualitas Layanan Elektronik)	22
2.1.2.1 Definisi <i>Electronic Service Quality</i>	22
2.1.2.2 Dimensi <i>Electronic Service Quality</i>	24
2.1.3 <i>Repurchase Intention</i> (Niat Penggunaan Kembali)	24
2.1.3.1 Definisi <i>Repurchase Intention</i> (Niat Penggunaan Kembali)	24
2.1.3.2 Dimensi <i>Repurchase Intention</i>	27
2.1.4 <i>Trust</i> (Kepercayaan)	28
2.1.4.1 Definisi <i>Trust</i> (Kepercayaan)	28
2.1.4.2 Dimensi <i>Trust</i> (Kepercayaan)	29
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Alur Pikir	46
2.4 Hipotesis	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Rancangan Penelitian	48
3.2 Definisi Operasional Variabel	48
3.3 Jenis dan Sumber Data	50
3.3.1 Jenis Data	50

3.3.2 Sumber Data	51
3.4 Populasi dan Sampel	51
3.4.1 Populasi	51
3.4.2 Sampel	52
3.5 Teknik Pengambilan Sampel	53
3.6 Variabel Penelitian	54
3.7 Analisis Data Penelitian	56
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	56
3.7.2 Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	56
3.7.3 Uji Hipotesis (<i>Resampling Bootstrapping</i>)	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	64
4.2 Analisis Data Penelitian	65
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	66
4.2.2 Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	85
4.2.3 Uji Hipotesis (<i>Resampling Bootstrapping</i>)	103
4.3 Pembahasan.....	116
4.3.1 Pengaruh <i>Security</i> terhadap <i>Trust</i>	116
4.3.2 Pengaruh <i>Electronic Service Quality</i> terhadap <i>Trust</i>	120
4.3.3 Pengaruh <i>Security</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	121
4.3.4 Pengaruh <i>Electronic Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> ...	122
4.3.5 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	122
4.3.6 Pengaruh <i>Security</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> yang dimediasi oleh <i>Trust</i>	122

4.3.7 Pengaruh <i>Electronic Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> yang dimediasi oleh <i>Trust</i>	124
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	127
5.1 Kesimpulan	127
5.2 Saran	128
5.3 Keterbatasan Penelitian	133
5.4 Implikasi Penelitian	134
5.4.1 Implikasi Teoritis	134
5.4.2 Implikasi Praktis	135
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN	143

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perkembangan Layanan Digital Banking Bank Sumsel Babel	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	48
Tabel 4. 1 Hasil Pengumpulan Data Kuesioner	66
Tabel 4. 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	69
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....	70
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan	72
Tabel 4. 7 Variabel Eksogen <i>Security</i>	75
Tabel 4. 8 Variabel Eksogen <i>Electronic Service Quality</i>	78
Tabel 4. 9 Variabel Intervening <i>Trust</i>	80
Tabel 4. 10 Variabel Endogen <i>Repurchase Intention</i>	82
Tabel 4. 11 Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Eksogen <i>Security</i>	87
Tabel 4. 12 Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Eksogen <i>Electronic Service Quality</i>	87
Tabel 4. 13 Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Intervening <i>Trust</i>	88
Tabel 4. 14 Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Endogen <i>Repurchase Intention</i>	89
Tabel 4. 15 Rangkuman Nilai <i>Loading Factor</i>	90
Tabel 4. 16 Tabel Nilai <i>Cross Loading</i>	92
Tabel 4. 17 Konstruk Reliabilitas dan Validitas	93
Tabel 4. 18 <i>Path Coefficient</i> Pengukuran Signifikansi SCFA	96

Tabel 4. 19 <i>Path Coefficient</i> Pengukuran Signifikansi SCFA	99
Tabel 4. 20 Tabel <i>F-Square</i> Antar Variabel	100
Tabel 4. 21 <i>Path Coefficient</i>	105
Tabel 4. 22 <i>Path Coefficient</i> Pengujian Tahap Pertama	108
Tabel 4. 23 <i>Path Coefficient</i> Pengujian Tahap Kedua	110
Tabel 4. 24 <i>Total Effect</i>	112
Tabel 4. 25 <i>Specific Indirect Effects</i>	114
Tabel 4. 26 Rangkuman Hasil Uji Hipotesis	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Nilai Transaksi <i>Digital Banking</i> di Indonesia	3
Gambar 1. 2 Grafik Pengguna <i>Mobile banking</i> Bank Sumsel Babel.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Alur Pikir Penelitian	46
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	68
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	69
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	71
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan	73
Gambar 4. 6 Pengujian Model Pengukuran	86
Gambar 4. 7 Model Modifikasi	90
Gambar 4. 8 Hasil Analisis Bootstrapping	96
Gambar 4. 9 Pengujian Model Struktural	103
Gambar 4. 10 Pengujian Pengaruh Variabel Eksogen ke Variabel Endogen.....	108
Gambar 4. 11 Pengujian Pengaruh Variabel Eksogen terhadap Variabel Mediasi	110
Gambar 4. 12 Pengujian Simultan Variabel Eksogen dan Variabel Intervening ..	112

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian	143
Lampiran B Uji Validitas Sebelum C2 Dikeluarkan	151
Lampiran C Uji Validitas Hasil Modifikasi Setelah C2 Dikeluarkan	152
Lampiran D Nilai <i>Loading Factor</i>	153
Lampiran E Nilai <i>Cross Loading</i>	154
Lampiran F Nilai Konstruk Reliabilitas dan Validitas	155
Lampiran G <i>Path Coefficient</i> Pengukuran Signifikansi SCFA	157
Lampiran H Tabel <i>F-Square</i> Antar Variabel	158
Lampiran I <i>Path Coefficient</i> Pengukuran Signifikansi SCFA	159

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi informasi di era revolusi industri 4.0 telah membawa perubahan signifikan pada industri perbankan. Revolusi industri 4.0 telah melahirkan teknologi canggih yang telah membuat transaksi keuangan lebih mudah bagi manusia (Ningsih *et al*, 2023). Teknologi ini telah merampingkan proses, mengurangi biaya, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan memberikan akses yang lebih mudah ke data yang relevan (Tran *et al*, 2023). Penggunaan *financial technology* tersebut juga telah berdampak positif pada bank dalam hal meningkatkan proposisi nilai perbankan melalui peningkatan kualitas layanan dan pemasaran menggunakan layanan perbankan digital.

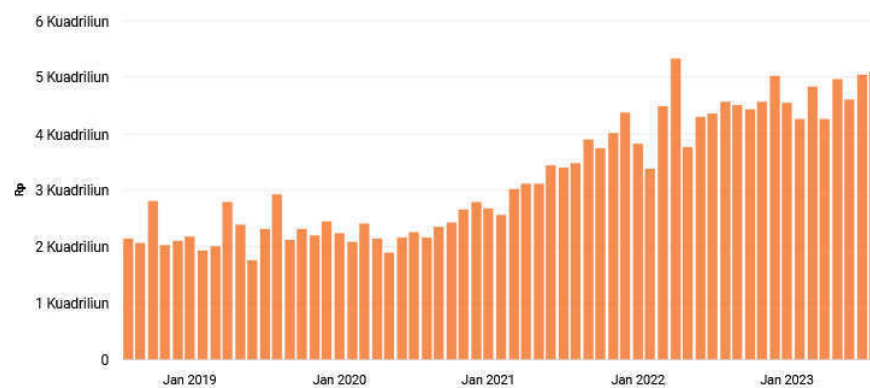
Perkembangan perbankan digital secara signifikan telah mengubah cara layanan perbankan yang dilaksanakan, yaitu mengarah pada pergeseran dari interaksi fisik ke digital antara bank dan nasabah (Devpuriya, 2023). Layanan perbankan digital mengacu pada penyediaan kegiatan dan produk perbankan melalui saluran komunikasi elektronik, seperti platform *online*, perangkat seluler, dan perangkat pintar (Ningtias & Hapsery, 2023). Layanan ini memungkinkan nasabah untuk mengakses dan melakukan berbagai kegiatan perbankan tanpa secara fisik mengunjungi cabang bank, termasuk memperoleh informasi, membuka dan menutup rekening, melakukan transaksi, dan melakukan pembayaran (Debnath & Chellasamy, 2022). Perbankan digital telah merevolusi sektor perbankan dengan

menawarkan kenyamanan, aksesibilitas, dan efektivitas biaya bagi nasabah dan bank. Hal ini telah menggantikan proses manual dengan layanan digital, menghilangkan kebutuhan untuk transaksi berbasis kertas dan memungkinkan nasabah untuk melakukan kegiatan keuangan sesuai kenyamanan. Akibatnya, peningkatan kualitas layanan elektronik di perbankan digital menjadi sangat penting (Shafira Az-Zahra *et al*, 2023).

Secara keseluruhan, pergeseran menuju perbankan digital tersebut didorong oleh perubahan perilaku nasabah dan kebutuhan bank untuk beradaptasi dengan gelombang transformasi digital. Inovasi digital memiliki potensi untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan memberikan keunggulan kompetitif bagi bank (Jaiwani *et al*, 2022). Penelitian telah menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan seperti kemudahan dan kenyamanan penggunaan, keandalan, keamanan, daya tanggap, dan personalisasi memiliki dampak positif pada kepuasan nasabah di perbankan digital. Penggunaan teknologi digital canggih dan manajemen data besar memungkinkan bank untuk memperluas basis nasabah dan mengurangi biaya layanan perbankan, membuatnya lebih nyaman dan dapat diakses oleh pelanggan (Nguyen *et al*, 2022). Hal ini dibuktikan dengan Pertumbuhan transaksi digital secara global tercatat meningkat sebesar 118%, dari USD 3,09 triliun pada tahun 2017 menjadi USD 6,75 triliun pada tahun 2021 (Statista, 2021). Di Indonesia, lonjakan transaksi digital menunjukkan peningkatan yang jauh lebih signifikan, yaitu mencapai 1.556% dalam periode 2017–2020. Pada tahun 2021, transaksi uang elektronik tercatat sebesar Rp786,35 triliun, naik sebesar Rp281,39 triliun atau 55,73% dibandingkan dengan nilai tahun sebelumnya yang berada di angka

Rp504,96 triliun (Bank Indonesia, 2021). Secara keseluruhan, jika ditelusuri ke belakang selama lima tahun hingga April 2023, transaksi perbankan digital nasional telah mengalami pertumbuhan sebesar 158% dibandingkan April 2018. Berdasarkan data Bank Indonesia, nominal transaksi digital banking pada April 2024 mencapai Rp5.340,92 triliun, dengan pertumbuhan year-on-year (yoy) sebesar 19,08%. Angka tersebut mencakup berbagai jenis layanan perbankan digital yang diklasifikasikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), seperti *internet banking*, *SMS/mobile banking*, dan *phone banking*.

Gambar 1. 1 Grafik Nilai Transaksi *Digital Banking* di Indonesia



Sumber Data: Databoks, 2023

Bank Sumsel Babel sebagai Bank Pembangunan Daerah yang didirikan pada tahun 1957 memiliki peran penting dalam mendukung ekonomi lokal dan industri di wilayah Sumatera Selatan dan Bangka Belitung. Bank Sumsel Babel berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dan berkontribusi terhadap pembangunan Provinsi Sumatera Selatan dan Bangka Belitung. Menghadapi era digital ini, Bank Sumsel Babel menyadari pentingnya melakukan inovasi dan transformasi di era digital untuk meningkatkan kualitas layanan elektronik dan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi nasabah. Sejalan

dengan hal tersebut, Bank Sumsel Babel telah melakukan beberapa langkah strategis untuk memperkuat posisi di industri perbankan, seperti meningkatkan digitalisasi layanan, mengoptimalkan keamanan perbankan, dan memperkaya portofolio produk dan layanan yang ditawarkan. Di tahun 2022 Bank Sumsel Babel telah melakukan transformasi digital di mana hal tersebut tercermin dalam *resharpening* visi dan misi Bank Sumsel Babel, yaitu menjadi Bank terkemuka dan terpercaya dengan kinerja unggul berbasis layanan digital. Bank Sumsel Babel percaya bahwa transformasi digital di sektor perbankan sangat penting untuk memenuhi harapan nasabah yang berubah. Untuk itu, Bank Sumsel Babel berkomitmen untuk selalu memberikan yang terbaik guna mencapai kinerja secara berkelanjutan. Hal tersebut tentunya diimbangi dengan peningkatan keamanan digital untuk memberikan pengalaman yang memuaskan bagi nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking*. Dengan meningkatkan kualitas layanan elektronik dan keamanan digital, Bank Sumsel Babel memberikan pengalaman yang memuaskan bagi nasabahnya dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan industri di wilayah Sumatera Selatan dan Bangka Belitung.

Seiring dengan adanya tren peningkatan transaksi *digital banking* di Indonesia, merujuk *Annual Report* Bank Sumsel Babel di tahun 2023, ditemukan adanya peningkatan yang cukup signifikan pada pertumbuhan nasabah pengguna layanan *digital banking* Bank Sumsel Babel.

Tabel 1. 1 Perkembangan Layanan *Digital Banking* Bank Sumsel Babel

Layanan Digital Banking Digital Banking Services	Satuan Unit	2022	2021	2020	Pertumbuhan Growth
QRIS	Jumlah Merchant Total Merchants	65.353	34.959	4.458	86,94%
	Transaksi (Kali) Transaction (Times)	379.641	313.101	-	21,25%
SMS Banking	Nasabah (Orang) Customer (Person)	413.395	251.609	206.288	64,30%
	Transaksi (Kali) Transaction (Times)	75.048	99.962	1.305.849	(24,92%)
Internet Banking	Nasabah (Orang) Customer (Person)	29.396	21.168	15.276	38,87%
	Transaksi (Kali) Transaction (Times)	6.323.872	5.592.632	4.698.944	13,08%
Mobile Banking	Nasabah (Orang) Customer (Person)	233.459	110.268	58.466	111,72%
	Transaksi (Kali) Transaction (Times)	10.659.701	7.621.161	2.630.390	39,87%
BSB Cash	Jumlah Kartu Beredar (Unit) Number of Cards Issued (Units)	222.374	154.345	84.208	44,08%
	Nilai Transaksi (Rp Juta) Transaction Value (Rp Million)	1.197	1.223	1.325	(2,13%)

Sumber: *Annual Report* Bank Sumsel Babel Tahun 2023

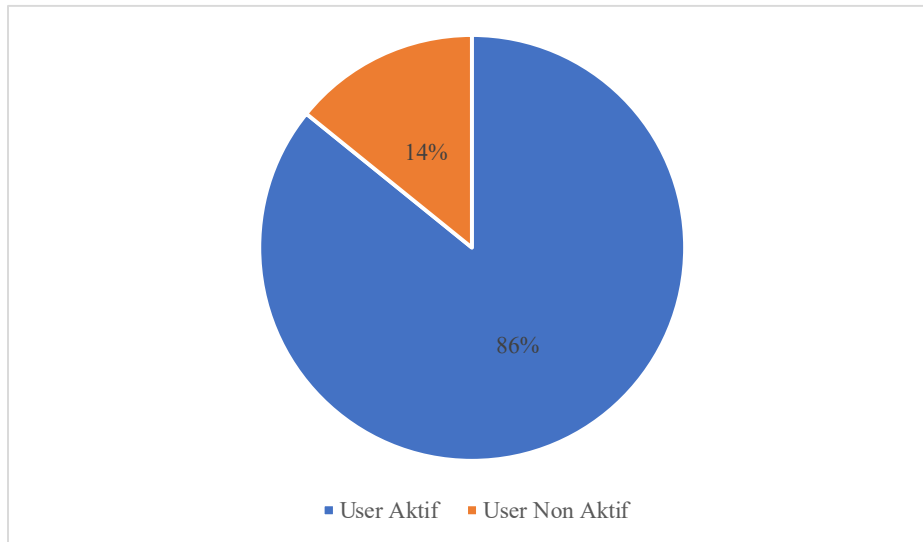
Berdasarkan data di atas, pertumbuhan nasabah pengguna layanan *digital banking* dengan jumlah yang paling signifikan adalah pada layanan *mobile banking* Bank Sumsel Babel yaitu sebesar 111,72%. Pertumbuhan signifikan jumlah pengguna layanan *mobile banking* Bank Sumsel Babel menunjukkan bahwa Bank Sumsel Babel telah berhasil menarik minat masyarakat untuk menggunakan layanan digitalnya. Dengan angka pertumbuhan tersebut, Bank Sumsel Babel terus melakukan inovasi dan berinvestasi dalam pengembangan layanan digital melalui peningkatan fitur dan kemudahan dalam layanan digitalnya, seperti pembayaran tagihan, transfer uang, dan pembukaan rekening *online* agar dapat memberikan kualitas layanan yang baik bagi nasabah sehingga dapat meningkatkan niat untuk bertransaksi kembali aplikasi *mobile banking* Bank Sumsel Babel.

Berdasarkan hasil survei SLE (*Satisfaction, Loyalty, dan Engagement*) majalah Infobank di tahun 2024, Bank Sumsel Babel berhasil meraih penghargaan kualitas layanan terbaik se-Indonesia dengan total skor sebesar 70,10%. Dalam survey tersebut, Bank Sumsel Babel tidak hanya menjadi yang terbaik di kelompok

Bank Pembangunan Daerah, capaian ini juga menempatkan Bank Sumsel Babel sebagai peraih skor tertinggi dari semua bank yang terlibat dalam Survei SLE yang dilakukan oleh Infobank tahun ini. Penghargaan tersebut mencakup beragam kategori yang mencerminkan keunggulan Bank Sumsel Babel dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, menghadirkan inovasi produk, mengembangkan teknologi perbankan, serta memastikan kepatuhan terhadap regulasi. Hal ini menunjukkan komitmen Bank Sumsel Babel dalam menjaga kualitas layanan bagi seluruh nasabahnya. Penghargaan ini juga menjadi motivasi untuk terus berinovasi dan menyesuaikan diri dengan dinamika perubahan yang terjadi. Bank Sumsel Babel memahami bahwa kepercayaan dan rasa aman dari nasabah merupakan aset berharga yang harus senantiasa dijaga. Oleh karena itu, Bank Sumsel Babel terus berkomitmen untuk menyediakan layanan yang sesuai dengan peraturan perbankan, demi meningkatkan kepercayaan dari nasabah dan para pemangku kepentingan.

Meskipun Bank Sumsel Babel telah menunjukkan komitmennya dalam meningkatkan kualitas layanan melalui inovasi dan investasi, seperti yang dibuktikan dengan penghargaan yang diraihnya, ternyata Bank Sumsel Babel masih menghadapi tantangan dalam mempertahankan keterlibatan nasabah. Hal ini terlihat dari 14,19% pengguna *mobile banking* yang tidak aktif dan tidak menggunakan aplikasi selama lebih dari 6 bulan sebagaimana grafik berikut:

Gambar 1. 2 Grafik Pengguna *Mobile banking* Bank Sumsel Babel



Sumber: Data Internal Bank Sumsel Babel, 2023

Persentase yang cukup signifikan ini menunjukkan adanya tantangan dalam mempertahankan keterlibatan nasabah dan meningkatkan faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk bertransaksi kembali. Ketidakaktifan pengguna ini dapat disebabkan oleh masalah keamanan, kualitas layanan yang tidak memadai, atau kurangnya kepercayaan terhadap layanan *mobile banking*. Hal ini menunjukkan bahwa upaya untuk memperkuat faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk bertransaksi kembali, seperti keamanan dan kepercayaan nasabah perlu terus dilakukan.

Menurut Hakazimana (2023) transformasi *digital banking* tidak hanya berfokus pada peningkatan kualitas layanan tetapi juga menekankan keamanan. Jaiwani *et al* (2022) bahwa digitalisasi kegiatan perbankan juga membawa peningkatan risiko dalam hal keamanan informasi. Bank perlu memastikan bahwa layanan perbankan digital memiliki antarmuka yang responsif, aman, berkualitas

tinggi untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Dengan memprioritaskan langkah-langkah keamanan digital, bank dapat melindungi data nasabah dan mencegah kejahatan teknologi yang dapat berdampak tidak hanya pada sistem keuangan tetapi juga bisnis lainnya. Dalam proses transformasi perbankan digital ini, Bank Sumsel Babel berupaya mencapai keseimbangan antara meningkatkan kualitas layanan elektronik dan memastikan keamanan digital. Hal ini menjadi tantangan besar bagi Bank Sumsel Babel untuk memastikan keamanan data dan transaksi nasabahnya. Serangan digital seperti *phishing*, *malware*, dan *social engineering* dapat membahayakan nasabah dan merugikan bank.

Pada tahun 2023, sektor keuangan di Indonesia mengalami peningkatan signifikan dalam serangan siber, terutama yang menargetkan industri perbankan dan platform *mobile banking*, seperti yang ditegaskan oleh Maharani *et al* (2023). Hal ini diperkuat dengan keberhasilan Bareskrim Polri dalam membongkar komplotan penipuan online yang menguras 493 rekening nasabah bank. Modus yang digunakan dalam penipuan ini adalah dengan mengirimkan link ilegal dan Android Package Kit (APK) modifikasi. Para pelaku melakukan penipuan dengan modus mengirimkan informasi jasa pengiriman (*tracking*) melalui APK modifikasi yang dikirimkan melalui aplikasi WhatsApp. Berdasarkan berita yang dilansir dari www.detiknews.com menyebutkan bahwa kerugian yang diakibatkan oleh penipuan berkedok APK tersebut diperkirakan telah menembus angka Rp12 miliar. Bank Indonesia (BI) melaporkan bahwa Indonesia menjadi negara dengan jumlah korban penipuan melalui file ".apk" terbanyak di dunia, mencakup 15% dari kasus secara global. Serangan ini telah menimbulkan kekhawatiran di antara lembaga

keuangan, yang mengarah pada peningkatan langkah-langkah keamanan siber dan praktik manajemen risiko yang lebih baik (Agustin, 2023). Dalam hal ini, perbankan menjadi salah satu industri paling sering menjadi target serangan siber dikarenakan perbankan memiliki data dan informasi sangat sensitif dan bernilai tinggi, seperti data nasabah, transaksi keuangan, dan sistem pembayaran sehingga keamanan perlu menjadi perhatian mengingat besarnya risiko dan dampak serangan siber sehingga *awareness* (kesadaran) terhadap keamanan siber saat ini bukan lagi menjadi kebutuhan tetapi lebih kepada keharusan.

Menghadapi tantangan ini, komitmen Bank Sumsel Babel dalam menjaga keamanan informasi dan transaksi nasabah bukan hanya sebuah keharusan untuk mematuhi regulasi yang berlaku, tetapi juga untuk membangun kepercayaan nasabah. Kegagalan dalam menjaga keamanan ini dapat berakibat fatal, tidak hanya dari segi kerugian finansial, tetapi juga kerusakan reputasi yang berpotensi jangka panjang. Hal ini juga menciptakan kekhawatiran serius di kalangan nasabah, mempengaruhi tingkat kepercayaan mereka dalam menggunakan platform tersebut. Kekhawatiran nasabah tentang penggunaan *mobile banking* ketika ada banyak serangan keamanan adalah masalah kritis yang tidak dapat diabaikan. Nasabah telah menyatakan keprihatinan serius atas privasi mereka dan masalah pendelegasian akses sebagai perilaku berisiko yang dialami sebagian besar pengguna (Onuwabhagbe Ogbeide *et al*, 2023). Banyak nasabah percaya bahwa langkah-langkah keamanan saat ini di *mobile banking* berada pada level rendah (Falade & Ogundele, 2022). Seiring dengan semakin canggihnya teknik yang digunakan oleh para penyerang, nasabah menjadi semakin waspada terhadap risiko keamanan saat

bertransaksi melalui *mobile banking*. Kejadian serangan siber yang sering terjadi membuat nasabah meragukan keamanan sistem perbankan digital, sehingga banyak yang menjadi enggan atau merasa tidak nyaman untuk menggunakan kembali layanan *mobile banking*.

Dampak dari maraknya serangan siber terhadap *mobile banking* ini tidak hanya dirasakan secara individu oleh nasabah, tetapi juga secara kolektif pada industri perbankan. Bank-bank dan penyedia layanan keuangan harus bekerja ekstra keras untuk memperkuat lapisan keamanan mereka guna memulihkan kepercayaan nasabah. Selain itu, peningkatan frekuensi serangan siber juga berdampak negatif pada reputasi perusahaan-perusahaan di sektor finansial, yang mungkin membutuhkan waktu yang cukup lama untuk dipulihkan. Pemerintah dan regulator perbankan juga dihadapkan pada tantangan untuk mengembangkan kebijakan dan regulasi yang dapat mengurangi risiko serangan siber di sektor perbankan digital. Demi menjaga kepercayaan nasabah, Bank Sumsel Babel berkomitmen untuk terus menyempurnakan strategi keamanan dan meningkatkan kualitas layanan elektroniknya. Pendekatan ini menjadi kunci untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar keuangan yang dinamis dan penuh persaingan. Dalam hal ini, Bank Sumsel Babel memiliki *concern* penuh dalam berupaya untuk meningkatkan keamanan, melalui penerapan *double authentication*, penggunaan OTP, penerapan standar keamanan ISO 27001, peningkatan *Security awareness* pegawai, edukasi nasabah melalui *customer awareness*, dan pengembangan aplikasi *fraud detection system* untuk meningkatkan keamanan bertransaksi. Bank Sumsel Babel juga senantiasa meningkatkan kesiapsiagaan dan memastikan bahwa sistem keamanan siber

mereka berfungsi secara efektif. Dengan mengelola transformasi digital sebagai mediator kesuksesan bisnis dan meningkatkan layanan nasabah, bank dapat meningkatkan loyalitas dan kepercayaan nasabah.

Ancaman keamanan dalam perbankan digital tersebut dapat menyebabkan hilangnya kepercayaan nasabah, kerugian finansial dan hilangnya reputasi bagi lembaga keuangan sehingga sangat penting bagi industri perbankan untuk memprioritaskan peningkatan keamanan sejalan dengan pertumbuhan teknologi digital. Studi telah menunjukkan bahwa keamanan yang dirasakan, kepercayaan yang dirasakan, dan kualitas layanan memainkan peran kunci dalam meningkatkan adopsi aplikasi *mobile banking* (Almaiah *et al*, 2023). Selain itu, risiko yang dirasakan memiliki dampak negatif pada kepercayaan nasabah dan sikap mereka terhadap penggunaan layanan *mobile banking* (Bilal, 2023). Keamanan aplikasi *mobile banking* menjadi perhatian utama karena jumlah data pribadi yang mereka kumpulkan (Falade & Ogundele, 2022). Analisis kerentanan aplikasi bank digital telah mengungkapkan perlunya peningkatan langkah-langkah keamanan (Kant Kamal *et al*, 2023). Secara keseluruhan, meningkatkan keamanan dalam *mobile banking* sangat penting untuk memastikan kepercayaan nasabah dan keberhasilan layanan perbankan digital.

Kepercayaan (*Trust*) memainkan peran krusial sebagai variabel intervening dalam menghubungkan kualitas layanan elektronik (*Electronic Service Quality*) dan keamanan (*Security*) dengan niat untuk bertransaksi kembali (*Repurchase Intention*) pada *mobile banking*. Keamanan yang kuat pada *platform mobile banking* membentuk dasar kepercayaan nasabah terhadap sistem, mengurangi

kekhawatiran terkait risiko keamanan. Begitu pula dengan kualitas layanan elektronik yang tinggi, yang mencakup kemudahan penggunaan, responsif, dan ketersediaan informasi yang akurat, semakin memperkuat kepercayaan nasabah terhadap layanan tersebut. Kepercayaan ini bertindak sebagai perantara, mengarahkan dampak positif keamanan dan kualitas layanan pada keinginan pelanggan untuk terus menggunakan *mobile banking* (Shafira Az-Zahra *et al*, 2023).

Kepercayaan (*Trust*) sebagai variabel intervening menjadi jembatan penting yang menggambarkan hubungan yang kompleks antara keamanan (*Security*), kualitas layanan elektronik (*Electronic Service Quality*), dan niat untuk bertransaksi kembali (*Repurchase Intention*) pada aplikasi *mobile banking*. Kepercayaan menciptakan rasa kenyamanan dan keyakinan nasabah terhadap keandalan sistem serta kemampuan penyedia layanan untuk melindungi data pribadi mereka. Dengan memperkuat kepercayaan, keamanan dan kualitas layanan elektronik menjadi faktor-faktor yang lebih persuasif dalam membentuk niat nasabah untuk terus menggunakan *mobile banking*. Pemahaman mendalam tentang peran kepercayaan sebagai perekat yang mengikat variabel-variabel kunci ini sangat penting dalam merancang strategi yang berhasil untuk meningkatkan tingkat kepuasan dan retensi nasabah di ranah *mobile banking*.

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, didapat rumusan penelitian yaitu pengaruh keamanan (*Security*) dan kualitas layanan elektronik (*Electronic Service Quality*) terhadap niat bertransaksi kembali (*Repurchase Intention*) pada aplikasi *mobile banking* Bank Sumsel Babel dengan kepercayaan

(*Trust*) sebagai variabel intervening. Hal ini ditunjukkan dari temuan-temuan mengenai adanya perbedaan pengaruh *Security* dan *Electronic Service Quality* terhadap *Repurchase Intention mobile banking* Bank Sumsel Babel.

Penelitian terdahulu yang meneliti pengaruh *Security* terhadap *Repurchase Intention* dari Sutrisno (2023); Said & Mohamed Saad (2023); Miao *et al*, (2022); (Wilson *et al*, 2021); Farisal Abid & Purbawati (2020); dan Aggarwal & Rahul (2018); menunjukkan hasil bahwa *Security* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. Hasil penelitian berbeda ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Iwan & Purwatiningsih (2023); Marka & Noor (2023); Mapeaty Sudirman *et al*, (2022) yang menunjukkan bahwa *Security* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Repurchase Intention*.

Adapun faktor kedua yang mempengaruhi *Repurchase Intention* adalah *Electronic Service Quality*. Penelitian terdahulu dari Purnamasari & Suryandari (2023); Ellitan & Suhartatik (2023); Miao *et al*, (2022); menunjukkan bahwa *Electronic Service Quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. Sementara itu, menurut penelitian yang dilakukan oleh Aditya *et al*, (2023) ditemukan hasil bahwa *Electronic Service Quality* memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *Repurchase Intention*, sedangkan menurut Putri & Susanti (2023) dan Ginting *et al*, (2023) ditemukan hasil bahwa *Electronic Service Quality* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Repurchase Intention*.

Penelitian ini akan melakukan pengujian lebih lanjut terhadap temuan empiris terkait pengaruh *Security* dan *Electronic Service Quality* terhadap *Repurchase*

Intention. Pengujian ini akan berfokus pada pendalaman peran *Trust* sebagai variabel intervening dalam memediasi hubungan antara *Security* dan *Electronic Service Quality* terhadap *Repurchase Intention*. Berdasarkan latar belakang di atas, mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Security* dan *Electronic Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* Aplikasi *Mobile banking* Bank Sumsel Babel dengan *Trust* Sebagai Variabel Intervening”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka masalah yang dapat dirumuskan yaitu:

- a. Apakah *Security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust* pengguna aplikasi *mobile banking* Bank Sumsel Babel.
- b. Apakah *Electronic Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust* pengguna aplikasi *mobile banking* Bank Sumsel Babel.
- c. Apakah *Security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention* pengguna aplikasi *mobile banking* Bank Sumsel Babel.
- d. Apakah *Electronic Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention* pengguna aplikasi *mobile banking* Bank Sumsel Babel.
- e. Apakah *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention* pengguna aplikasi *mobile banking* Bank Sumsel Babel.
- f. Apakah *Trust* memediasi pengaruh *Security* terhadap *Repurchase Intention* secara positif dan signifikan pada pengguna aplikasi *mobile banking* Bank Sumsel Babel.

- g. Apakah *Trust* memediasi pengaruh *Electronic Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* secara positif dan signifikan pada pengguna aplikasi *mobile banking* Bank Sumsel Babel.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris dengan cara:

- a. Untuk mengetahui pengaruh *Security* terhadap *Trust* pengguna aplikasi *mobile banking* Bank Sumsel Babel.
- b. Untuk mengetahui pengaruh *Electronic Service Quality* terhadap *Trust* pengguna aplikasi *mobile banking* Bank Sumsel Babel.
- c. Untuk mengetahui pengaruh *Security* terhadap *Repurchase Intention* pengguna aplikasi *mobile banking* Bank Sumsel Babel.
- d. Untuk mengetahui pengaruh *Electronic Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* pengguna aplikasi *mobile banking* Bank Sumsel Babel.
- e. Untuk mengetahui pengaruh *Trust* terhadap *Repurchase Intention* pengguna aplikasi *mobile banking* Bank Sumsel Babel.
- f. Untuk mengetahui peran *Trust* dalam memediasi pengaruh *Security* terhadap *Repurchase Intention* pengguna aplikasi *mobile banking* Bank Sumsel Babel.
- g. Untuk mengetahui peran *Trust* dalam memediasi pengaruh *Electronic Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* pengguna aplikasi *mobile banking* Bank Sumsel Babel.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi bagi semua pihak sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian lain khususnya dalam bidang ilmu manajemen pemasaran.
- b. Penelitian ini dapat membantu dalam pengembangan kerangka konseptual yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *Repurchase Intention* aplikasi *mobile banking* sehingga dapat memberikan dasar teoritis yang kuat untuk penelitian-penelitian selanjutnya di bidang ini.
- c. Dengan meneliti *Trust* sebagai variabel mediasi, penelitian ini dapat memperkaya pemahaman tentang peran *Trust* dalam membentuk niat untuk bertransaksi kembali. Kontribusi ini dapat berguna dalam pengembangan teori kepercayaan dalam konteks aplikasi perbankan digital.
- d. Penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan teori perbankan digital, khususnya dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan kembali layanan perbankan melalui platform digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Secara praktis diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi bagi perusahaan sehingga mampu memberikan implikasi bagi

Divisi Produk dan Pemasaran, Divisi Teknologi dan Sistem Informasi, unit terkait hingga ke *Top Management* agar dapat mengambil kebijakan dalam pengembangan fitur produk *mobile banking* yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

- b. Hasil penelitian dapat memberikan panduan praktis bagi Bank Sumsel Babel dalam mengembangkan strategi perbankan digital yang lebih efektif. Informasi ini dapat membantu perancangan layanan yang lebih aman, mudah digunakan, dan dapat membangun kepercayaan nasabah.
- c. Bank Sumsel Babel dapat menggunakan temuan penelitian untuk meningkatkan aspek keamanan dan privasi dalam aplikasi *mobile banking*. Hal ini akan memberikan manfaat praktis dalam menjaga kepercayaan nasabah dan melindungi data pribadi.
- d. Penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi Bank Sumsel Babel tentang pengaruh kualitas layanan dalam penggunaan kembali aplikasi *mobile banking* sehingga Bank dapat melakukan optimalisasi aplikasi untuk meningkatkan pengalaman pengguna.
- e. Hasil penelitian dapat memberikan wawasan kepada Bank Sumsel Babel dalam perencanaan strategi pemasaran untuk meningkatkan niat untuk bertransaksi kembali nasabah terhadap *mobile banking*. Informasi ini dapat membantu bank dalam menarik dan mempertahankan nasabah melalui layanan digitalnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, F. T., Mahrinasari, M., & Roslina, R. (2023). Influence of *Electronic Service Quality*, *E-Trust*, *E-Satisfaction*, and *E-WOM* on *Repurchase Intention* at Travel Media Online (Traveloka) in Indonesia. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 06(10), 4869–4878. <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i10-20>
- Aggarwal, A., & Rahul, M. (2018). The effect of perceived *Security* on consumer purchase intentions in electronic commerce. *International Journal of Public Sector Performance Management*, 4(1), 1–20. <https://doi.org/10.1504/IJPSPM.2018.088691>
- Agustin, G. (2023). The Rise of Financial Technology and Its Credit Risk in Indonesia. *International Journal of Accounting & Finance in Asia Pasific*, 6(2), 98–109. <https://doi.org/10.32535/ijafap.v6i2.2318>
- Alfisyahrina, Hapsery. (2023). Peningkatan kualitas layanan perbankan digital melalui pengelompokan tweet menggunakan DBSCAN. *Inferensi: Jurnal Statistika*, doi: 10.12962/j27213862.v6i1.12839
- Almaiah, M. A., Al-Otaibi, S., Shishakly, R., Hassan, L., Lutfi, A., Alrawad, M., Qatawneh, M., & Alghanam, O. A. (2023). Investigating the Role of Perceived Risk, Perceived *Security* and Perceived *Trust* on Smart m-Banking Application Using SEM. *Sustainability (Switzerland)*, 15(13), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su15139908>
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Revisi Edisi 10). Jakarta: Rineka Cipta.
- Bank Indonesia. (2021). Statistik Sistem Pembayaran Transaksi Uang Elektronik. Diakses pada: <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/uang-elektronik-transaksi.aspx>
- Bank Sumsel Babel.2023. *Annual Report Bank Sumsel Babel*. Bank Sumsel Babel, Palembang.
- Bilal, M. (2023). *Trust & Security Issues in Mobile banking* and Its Effect on Customers. *International Research Journal of Modernization in Engineering Technology and Science*, September. <https://doi.org/10.56726/irjmets39238>
- Buletin APBN Vol. VI. Ed. 23. 2021. Transformasi Digital Perbankan dan Dampaknya Terhadap Perekonomian. Diakses pada: <https://berkas.dpr.go.id/puskajianggaran/buletin-apbn/public-file/buletin-apbn-public-139.pdf>
- Chin, W. W. (1998). The *Partial Least Squares* Approach to Structural Equation Modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern Methods for Business Research*

(pp. 295–336). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

- Debnath, P., & Chellasamy, P. (2022). Impact of New Digi-Banking Services on Customer Satisfaction in Private Sector Banks in The City of Coimbatore. *Asian Journal of Management*, 293–298. <https://doi.org/10.52711/2321-5763.2022.00050>
- DetikNews. (2023, 7 Januari). *Terbongkar penipuan APK link ilegal bikin rugi belasan miliar*. Diakses pada 21 Januari 2024, dari <https://news.detik.com/berita/d-6525230/terbongkar-penipuan-apk-link-ilegal-bikin-rugi-belasan-miliar>
- Devpuriya, A. (2023). Services Quality in Online Banking. *International Journal For Multidisciplinary Research*, 5(2), 1–7. <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2023.v05i02.2297>
- Ellitan, L., & Suhartatik, A. (2023). *Increasing Repurchase Intention through Product Quality, Service Quality, and Customer Satisfaction International Journal of Research*. 10(10), 25–36.
- Emmanuel, Eturpa, Salami., Osaremwinda, Omorogiwa., Lucky, Joseph, Ogbogbo. (2022). An empirical survey to substantiate the need for improvement in user security awareness in *mobile banking* in nigeria. *International journal of research publications*, doi: 10.47119/ijrp1001081920223844
- Falade, P. V, & Ogundele, G. B. (2022). *Vulnerability Analysis of Digital Banks ' Mobile Applications*. 1(1), 44–55.
- Farisal Abid, M. M., & Purbawati, D. (2020). Pengaruh E-Security dan *Electronic Service Quality* Terhadap E-Repurchase Intention Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen E-Commerce Lazada di Fisip Undip. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 93–100. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26227>
- Firmansyah, N., & Ali, H. (2019). Consumer Trust Model: The Impact of Satisfaction and *Electronic Service Quality* toward *Repurchase Intention* in E-Commerce. *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*, 4(8), 552–559. <https://doi.org/10.21276/sjhss.2019.4.8.4>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Ginting, Y. M., Chandra, T., Miran, I., & Yusriadi, Y. (2023). *Repurchase Intention of e-commerce customers in Indonesia: An overview of the effect of Electronic Service Quality, e-word of mouth, customer Trust, and customer satisfaction mediation. International Journal of Data and Network Science*, 7(1), 329–340. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.10.001>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications. Penjelasan: Menjelaskan prosedur bootstrapping dan kriteria signifikansi (t-statistic dan p-value) dalam PLS-SEM.
- Handoko, A. D., & Ronny, R. (2021). Pengaruh Faktor Keamanan, Keandalan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bri Dalam Menggunakan *Mobile banking. Image: Jurnal Riset Manajemen*, 9(2), 79–91. <https://doi.org/10.17509/image.v9i2.28598>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.
- Iwan, I., & Purwatiningsih, P. (2023). Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan terhadap *Repurchase Intention* (Studi Kasus pada Shopee di Jakarta Barat). *Jurnal Perspektif*, 21(1), 96–100. <https://doi.org/10.31294/jp.v21i1.15501>
- Jaiwani, M., Gopalkrishnan, S., Mohanty, S. P., & Murthy, N. (2022). Understanding Service Quality, Customer Satisfaction and Banking Behaviour from an E-Banking Perspective: An Empirical Approach. *2022 International Conference on Sustainable Islamic Business and Finance, SIBF 2022*, 12–20. <https://doi.org/10.1109/SIBF56821.2022.9939858>
- Katadata. (2023, 5 Juli). *Transaksi digital banking di Indonesia tumbuh 158% dalam 5 tahun terakhir*. Diakses pada 23 Januari 2025, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/transaksi-digital-banking-di-indonesia-tumbuh-158-dalam-5-tahun-terakhir>
- Kant Kamal, K., Joshi, P., Bang, A., & Bhatia, K. (2023). Effective *Security Testing of Mobile Applications for Building Trust in the Digital World. 7th International Conference on Trends in Electronics and Informatics, ICOEI 2023 - Proceedings, Icoei*, 550–556. <https://doi.org/10.1109/ICOEI56765.2023.10125814>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Pearson Education.

- Lina, Setiawati., Adila, Sosianika., Widi, Senalasar. (2023). Explanation Of E-Service Quality and Actual Use of M-Banking. *Journal of Marketing Innovation*, 3(1) doi: 10.35313/jmi.v3i1.27
- Lolika, Y. T. (2021). The influence of security, ease of use, and privacy concern on repurchase intention with e-satisfaction as a mediation on e-commerce. *Operations Management and Information System Studies*, 1(4), 223–239.
- Mappeaty Sudirman, M., Aisjah, S., & Rohman, F. (2022). The antecedents of *Repurchase Intention* in the Indonesian e-commerce marketplace mediating role of *Trust*. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 11(8), 01–10. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i8.2149>
- Marka, M. M., & Noor, S. (2023). *Journal of Applied Gen-Z Consumer Behavior : What Factors Affecting Repurchase*. 26–32.
- Maya, A., Lita, N., Studi, P., Bisnis, M., Ekonomi, F., & Surakarta, I. (2019). Pengaruh Review Online , Kepercayaan Pada Web , Keamanan Bertransaksi Online , dan Privasi Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Toko Online Lazada The Effect of Online Review , Trust on Web , Online Transaction Security , and Privacy Toward Repurchase Inten. *Jurnal EBBANK*, 10(1), 17–28.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., Schoorman, F. D., Mayer, R. C., & Davis, J. H. (1995). An Integrative Model Of Organizational Trust. *The Academy of Management Review*, 20(3), 709–734. <https://doi.org/10.1002/j.2050-0416.1927.tb05040.x>
- Miao, M., Jalees, T., Zaman, S. I., Khan, S., Hanif, N. ul A., & Javed, M. K. (2022). The influence of e-customer satisfaction, e-Trust and perceived value on consumer's *Repurchase Intention* in B2C e-commerce segment. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34(10), 2184–2206. <https://doi.org/10.1108/APJML-03-2021-0221>
- M.R., Kulova. (2020). Trust and Security in the Digital Economy. 271-274. doi: 10.2991/FRED-19.2020.55
- Nguyen, H. V., Vu, T. D., Nguyen, B. K., Nguyen, T. M. N., Do, B., & Nguyen, N. (2022). Evaluating the Impact of *Electronic Service Quality* on Customer Intention to Use Video Teller Machine Services. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 167. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030167>
- Ningsih, S. H., YULASMI, Y., SARI, P. I. P., SARI, P. I. P., & YENI, F. (2023). Analisis Swot Financial Teknologi Pada Perbankan Syariah Di Era Revolusi Industri 4.0. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 8(1), 13. <https://doi.org/10.15548/al-masraf.v8i1.285>
- Ningtias, S. A., & Hapsery, A. (2023). Peningkatan kualitas layanan perbankan digital melalui pengelompokan tweet menggunakan DBSCAN. *Inferensi*, 6(1), 15. <https://doi.org/10.12962/j27213862.v6i1.12839>
- Nochai, R., & Nochai, T. (2013). The Impact of Internet Banking Service on

- Customer Satisfaction in Thailand : A Case Study in Bangkok. *International Journal of Humanities and Management Sciences*, 1(1), 101–105.
- Nurul, S., Shynta Anggrainy, & Siska Aprelyani. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keamanan Sistem Informasi: Keamanan Informasi, Teknologi Informasi Dan Network (Literature Review Sim). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(5), 564–573. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i5.992>
- Onuwabagbe OGBEIDE, V., OMOROGIUA, O., & Eturpa SALAMI, E. (2023). an Empirical Survey To Substantiate the Need for a Cyber Security Framework for Smes in Nigeria. *International Journal of Research Publications*, 128(1). <https://doi.org/10.47119/ijrp1001281720235221>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL a multiple-item scale for assessing *Electronic Service Quality*. *Journal of Service Research*, 7(3), 213–233. <https://doi.org/10.1177/1094670504271156>
- Phipip, K., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13 J). Erlangga.
- Pratama, R. B., & Magnadi, R. H. (2017). Analisis Pengaruh Promosi dan Persepsi Keamanan Terhadap Kepercayaan Serta Implikasinya Terhadap Minat Beli di E-commerce (Studi pada Pengguna BliBli. com). Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Purnamasari, I., & Suryandari, R. T. (2023). Effect of *Electronic Service Quality* on *E-Repurchase Intention* in Indonesia Online Shopping: *E-Satisfaction* and *E-Trust* as Mediation Variables. *European Journal of Business and Management Research*, 8(1), 155–161. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2023.8.1.1766>
- Putri, D. M., & Susanti, A. (2023). Pengaruh *Electronic Service Quality*, Online Customer Rating Dan Price Consciousness Terhadap *Repurchase Intention* Pada Pengguna Shopeefood Di Kota Surakarta. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi*, 3(1), 23–35. <https://doi.org/10.23969/jrie.v3i1.45>
- Prashant, Debnath., P., Chellasamy. (2022). Impact of New Digi-Banking Services on Customer Satisfaction in Private Sector Banks in The City of Coimbatore. *Asian Journal of Management*, 293-298. doi: 10.52711/2321-5763.2022.00050
- Said, H. M., & Mohamed Saad, H. B. (2023). The Influence of Reliability, *Security*, and Site Design on *Repurchase Intention* Mediated by Customer Satisfaction among Malaysian Online Shoppers. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13(5), 1176–1189. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v13-i5/16763>
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (4th ed.). John Wiley & Sons.
- Shafira Az-Zahra, S. A.-Z., Setiawati, L., Sosianika, A., & Senalajari, W. (2023). Explanation Of *Electronic Service Quality* and Actual Use of M-Banking. *Journal of Marketing Innovation (JMI)*, 3(1), 76–93.

<https://doi.org/10.35313/jmi.v3i1.27>

- Shah, M. H., Peikari, H. R., & Yasin, N. M. (2014). The determinants of individuals' perceived e-Security: Evidence from Malaysia. *International Journal of Information Management*, 34(1), 48–57. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2013.10.001>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2022). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. Springer.
- Som, Sekhar, Bhattacharyya., Rohit, Choudhary., Piyush, Punewar. (2021). Study of Indian Customer *Mobile banking* Adoption. doi: 10.4018/978-1-7998-6477-6.CH016
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sutrisno, T. (2023). THE EFFECT OF TAM FACTOR ON *REPURCHASE INTENTION* (Go-Pay Digital Wallet Case Study). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(1), 181–197. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i1.47483>
- Tran, P. T. T., Le, T. T. H., & Phan, N. H. T. (2023). Digital Transformation of the Banking Industry in Developing Countries. *International Journal of Professional Business Review*, 8(5), e01503. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i5.1503>
- Trivedi, S. K., & Yadav, M. (2020). Repurchase intentions in Y generation: mediation of trust and e-satisfaction. *Marketing Intelligence and Planning*, 38(4), 401–415. <https://doi.org/10.1108/MIP-02-2019-0072>
- Wilson, N., Alvita, M., & Wibisono, J. (2021). the Effect of Perceived Ease of Use and Perceived *Security* Toward Satisfaction and *Repurchase Intention*. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 145. <https://doi.org/10.24912/jmie.v5i1.10489>